



[Fig. 2. Grafiti con rostro del Che basado en la famosa fotografía de Corda – Habana, fot. Jędrzej Kotarski.]

1. LAS CAUSAS Y CONDICIONES DE DESARROLLO DE LOS GRAFITI DE PROPAGANDA EN CUBA

El fenómeno de propaganda es una de las específicas formas de comunicación entre las personas que ocupan diferentes funciones sociales y políticas².

El objetivo de un mensaje de propaganda en diferentes formas, también como un grafiti es hacer visible y popular un comunicado importante para una de las partes, a través de los datos transmitidos y repetidos, información y símbolos, presionando y cambiando de ideas del grupo de destinatarios de este mensaje³.

Las raíces de este tipo de actividades de propaganda se pueden encontrar en casi todas culturas antiguas. Cambian por supuesto sus formas y alcance de su función, dependiendo del sitio y tiempo de su aparición. Este término fue utilizado por primera vez en el siglo XVIII en el territorio colonial y se refería a Sacra Congregatio de Propagande Fide⁴ – institución dedicada a la populari-

² OSTROWSKA 1999: 7; KULA 2005: 23.

³ JOWETT, DONELL 1995: 6–7.

⁴ Congregatio pro Gentium Evangelizatione fundada en 1622 por el Papa Gregorio XV, institución de la Iglesia católica dedicada a la obra misionera y las tareas asociadas con la propagación de la fe católica.