



Uma análise discursivo-imagética dos cartazes políticos na Nicarágua Sandinista (1979-1990)

A discursive-images analysis of political posters in Sandinista Nicaragua (1979-1990)

Miani, Rozinaldo Antonio

Universidade Estadual de Londrina (UEL)

rmiani@uel.br

Forma de citar este artículo:

Miani, R. A. (2022). Uma análise discursivo-imagética dos cartazes políticos na Nicarágua Sandinista (1979-1990). *RAE-IC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 9(Especial), 43-67.

<https://doi.org/10.24137/raeic.9.e.3>

Resumo:

Em julho de 1979 a Revolução Popular na Nicarágua, conduzida pela Frente Sandinista de Libertação Nacional (FSLN), tornou-se vitoriosa. Os primeiros anos após a insurreição revolucionária foram marcados pela implantação de um amplo programa de transformações sociais. As lutas e experiências construídas ao longo da década de 1980, que marcou a construção de uma nova identidade e cultura cotidiana na Nicarágua sandinista, foram impulsionadas e registradas por meio de cartazes e pôsteres que apresentavam ou disseminavam valores e ideias para os novos tempos vindouros. Os documentos gráficos que ilustraram o despertar político-cultural do povo nicaraguense são reveladores dos desafios enfrentados e das conquistas obtidas

na sua luta pelo direito de autodeterminação e pela condução de um processo de transformação revolucionária da sociedade. Nesse sentido, o objetivo deste artigo foi realizar uma análise discursivo-imagética da produção de cartazes políticos na Nicarágua sandinista durante a década de 1980, verificando como uma formação discursivo-ideológica centrada na exaltação do nacionalismo se constituiu como força motriz para o avanço dos objetivos da revolução nicaraguense. Como resultado, constatamos que os cartazes gráficos utilizados no contexto das grandes campanhas do governo sandinista se constituíram como práticas comunicativas de propaganda ideológica e cumpriram uma função educativa e de politização, bem como de mobilização popular em defesa da Revolução.

Palavras-chave: Nicarágua, revolução sandinista, cartazes políticos.

Abstract:

In July 1979 the Popular Revolution in Nicaragua, led by the Sandinista National Liberation Front (FSLN), became victorious. The first years after the revolutionary insurrection were marked by the implementation of a broad program of social transformations. The struggles and experiences built throughout the 1980s, which marked the construction of a new identity and everyday culture in Sandinista Nicaragua, were promoted and recorded through posters that presented or disseminated values and ideas for the new times to come. The graphic documents that illustrated the political-cultural awakening of the Nicaraguan people reveal the challenges faced and the achievements obtained in their struggle for the right of self-determination and for the conduct of a process of revolutionary transformation of society. In this sense, the objective of this article was to carry out a discursive-imagery analysis of the production of political posters in Sandinista Nicaragua during the 1980s, verifying how a discursive-ideological formation centered on the exaltation of nationalism constituted itself as a driving force for the advancement of the objectives of the Nicaraguan revolution. As a result, we found that the graphic posters used in the context of the great campaigns of the Sandinista government were constituted as

communicative practices of ideological propaganda and fulfilled an educational and politicizing function, as well as popular mobilization in defense of the Revolution.

Keywords: Nicaragua, sandinista revolution, political posters.

1. INTRODUÇÃO

A vitoriosa Revolução Popular na Nicarágua, dirigida pela Frente Sandinista de Libertação Nacional (FSLN), em fins da década de 1970, foi um marco na história política latino-americana. Sob inspiração do ideário político de Augusto César Sandino, a FSLN conduziu o processo revolucionário que levou à derrubada da ditadura de Anastásio Somoza Debayle (também conhecido como “Tachito”), o último integrante do clã Somoza a governar o país¹ e que representava a mais longa e uma das mais sangrentas ditaduras registradas na América Latina até então.

Nos primeiros anos após a vitória da insurreição sandinista efetivada em 19 de julho de 1979, muitos foram os desafios assumidos pelos dirigentes revolucionários e também pelo povo em geral, ávidos por construir novos rumos para a sociedade nicaraguense. Superar internamente as dificuldades econômicas, sociais e políticas decorrentes de um processo revolucionário; reconstruir as bases estruturais, materiais e simbólicas na perspectiva da implementação de um novo projeto societário no país; e ainda ter que enfrentar as investidas de contra-revolucionários —apoiados, principalmente, pelo governo dos Estados Unidos— que agiam no sentido de desestabilizar o governo revolucionário e de tentar deslegitimar a vitória popular, se tornaram tarefas cruciais e urgentes dos sandinistas.

Como parte das estratégias políticas na difícil tarefa de persuadir e conquistar corações e mentes do povo nicaraguense para a nova etapa vindoura —apesar de todas as dificuldades e os desafios a serem enfrentados— bem como para afirmar os

¹A dinastia política do clã Somoza teve início em 1936 quando o então general Anastásio Somoza García, à época comandante da Guarda Nacional, tomou o poder e governou a Nicarágua como ditador durante 20 anos. Em 1956 ele foi assassinado e, em seu lugar, assumiu seu filho mais velho, Luis Somoza Debayle, que permaneceu no poder até sua morte em 1967. Como seu sucessor, assumiu seu irmão Anastásio Somoza Debayle que também governou a Nicarágua de modo ditatorial até ser derrubado pelos sandinistas em 1979.

novos valores sociais que se traduziam e se disseminavam por meio das grandes campanhas do governo sandinista nos mais diversos campos sociais, culturais e econômicos, os cartazes políticos produzidos durante a primeira década após a vitória da revolução popular foram particularmente significativos.

Os cartazes políticos produzidos na Nicarágua sandinista durante a década de 1980, por seus propósitos de agitação e de propaganda, bem como por cumprirem uma função educativa e mobilizadora junto à sociedade nicaraguense pós-revolução, pautando e mobilizando desde os temas mais simples até os mais complexos, podem ser considerados como uma das mais singulares, criativas e produtivas experiências de comunicação no contexto de processos revolucionários. Devem, ainda, ser considerados como “importantes documentos contemporâneos que ilustran el despertar político-cultural, el desarrollo de los medios de comunicación y las artes gráficas para reflejar estos nuevos contenidos” (Bujard, 2009, p. 9).

Neste sentido, o objetivo deste artigo é analisar a produção de cartazes políticos na Nicarágua (Livre) durante a década de 1980, com especial atenção para as grandes campanhas do governo sandinista nas áreas sociais, utilizando como procedimentos metodológicos os pressupostos básicos da análise de discurso combinado com estratégias específicas para a análise de imagens. Para tanto, apresentaremos uma breve contextualização do processo histórico latino-americano que culminou com a Revolução Popular nicaraguense, bem como algumas das principais características que marcaram o governo sandinista durante a década de 1980. Em seguida, serão apresentados os principais argumentos que fundamentam a convicção da importância da estratégia da comunicação em contextos revolucionários, particularmente, a produção comunicativa imagética, bem como sua condição de *agitprop*. Por fim, serão apresentados e analisados alguns cartazes políticos vinculados às principais campanhas do governo sandinista nas áreas sociais.

2. A REVOLUÇÃO POPULAR NICARAGUENSE: UMA ESPERANÇA DE LIBERTAÇÃO AO POVO LATINO-AMERICANO

A segunda metade do século XX na América Latina, e em particular na América Central, foi marcada por um intenso movimento de lutas políticas, guerras civis e até mesmo insurreições populares. Enquanto vários países da América do Sul eram palco de ditaduras sangrentas que impulsionaram importantes movimentos políticos de resistência —inclusive, por meio de luta armada—, ou ainda conheceram experiências de mobilização popular que levaram à vitória eleitoral de um candidato socialista ao governo —caso do Chile com o governo de Salvador Allende (Winn, 2010; Cury, 2017; Aggio, 2021)—, os povos da América Central conheceram processos insurrecionais que tinham por objetivo enfrentar as tiranias que haviam se instalado em vários países da região durante décadas.

A vitória da Revolução Cubana em 1959 inspirou a criação de várias organizações guerrilheiras nos países centro-americanos. Desde a década de 1960, países como Nicarágua, El Salvador e Guatemala viram emergir grupos e organizações políticas impulsionadas pela utopia revolucionária de libertação dos povos contra suas tiranias e ditaduras nacionais e também contra a dominação imperialista estadunidense, que fazia da América Central um “quintal” para suas experiências políticas.

Apesar de não ter sido a única experiência revolucionária da região, a Revolução Popular Sandinista na Nicarágua foi a única que saiu vitoriosa. O sandinismo, como um movimento de vocação revolucionária, de caráter nacionalista e antiimperialista, inspirado nas ideias de Augusto César Sandino (Selser, 1979; Stédile e Baltodano, 2008), foi o ideário que sedimentou todo o movimento insurrecional e que se materializou na fundação da Frente Sandinista de Libertação Nacional (FSLN). O objetivo da FSLN foi assim descrito por Márcia Cruz Piva e Marco Antonio Piva:

A Frente Sandinista de Libertação Nacional é criada com a finalidade de levar adiante, com sua consciência nacional e de classe, uma luta de libertação contra a ditadura militar somozista que se apresentava como um poder intermediário do imperialismo norte-americano, mas que transformou-se num regime político relativamente autônomo. Como “frente”, detentora de uma

convocação nacional com hegemonia popular através da luta armada revolucionária (além dos pactos, das eleições e das reivindicações economicistas), aparece com uma resposta autêntica diante da realidade nicaraguense que apresenta na polarização povo-ditadura a contradição fundamental (Piva; Piva, 1986, p. 31).

Durante as décadas de 1960 e 1970, a Frente Sandinista de Libertação Nacional atravessou vários obstáculos para a sua legítima consolidação enquanto organização representativa do povo nicaraguense, em razão da violenta ditadura imposta pela tirania somozista. No âmbito interno, a FSLN também teve que lidar com intensas divergências políticas e com “rachas” que comprometiam a unidade da luta revolucionária.

Porém, com o agravamento das condições econômicas, sociais e políticas do país na segunda metade da década de 1970, bem como com a insatisfação popular contra o governo de Anastásio Somoza Delayle, a FSLN conseguiu reunificar os diversos setores sandinistas, conduzindo o povo nicaraguense à vitória com uma revolução popular, consolidada em 19 de julho de 1979 (Zimmermann, 2002). Esse momento poderia ser sintetizado da seguinte forma:

A reunificação da Frente Sandinista, em março de 1979, deu-se no quadro de preparação da ofensiva final, baseada na certeza de que a disposição das massas para derrubar a ditadura exigia um instrumento político militar. A FSLN liderou a rebelião popular e conseguiu hegemonizar o conjunto das forças opositoras [...]. Assim, a revolução tornou-se vitoriosa, assentando-se em três princípios que ainda hoje prevalecem: pluralismo político, economia mista e não-alinhamento (Instituto Cajamar, 1988, p. 180).

Após a queda da ditadura somozista, provocada pela Revolução Popular, os sandinistas assumiram a condução política na Nicarágua. Durante os primeiros anos do governo revolucionário a Frente Sandinista de Libertação Nacional teve que enfrentar muitas dificuldades; não apenas a destruição do país, em razão da guerra civil prolongada, mas teve que superar o embargo econômico e político imposto pelos Estados Unidos, como também teve que enfrentar outra guerra, contra os “contra-revolucionários”. Os “contras”, como ficaram conhecidos, eram organizações militares compostas

majoritariamente por ex-guardas somozistas, financiadas pelo governo estadunidense, que atuavam na fronteira entre a Nicarágua e Honduras, com o objetivo de sabotar e desestabilizar o governo sandinista, levando a economia a uma situação de esgotamento e, assim, favorecer o retorno dos antigos setores privilegiados da burguesia nacional ao controle do país.

Foram vários anos de intensas batalhas que só foram cessadas no final da década de 1980, quando sandinistas e líderes dos “contras” firmaram um cessar-fogo e estabeleceram um calendário de conversações para “alcançar a paz”. Como parte de um plano de reconstrução nacional, foram realizadas eleições no ano de 1990², que marcou a vitória da candidata opositora, Violeta Chamorro.

Ao longo das últimas três décadas, a Nicarágua passou por um intenso processo de transformações políticas. Desde a vitória de Violeta Chamorro, o país abriu as portas para o neoliberalismo e muitas das conquistas do governo revolucionário refluíram. Apesar de a Frente Sandinista de Libertação Nacional (FSLN) ter reconquistado o governo na Nicarágua nas eleições de 2006, com a vitória eleitoral de Daniel Ortega, e de o então presidente ter sido reconduzido à Presidência do país por meio de reeleições em 2011, 2016 e 2021 —não sem polêmicas em relação à legitimidade de suas sucessivas reeleições—, o ideário político originário do sandinismo foi sendo, gradativamente, sabotado e abandonado (Cardenal, 2004) e a esperança de libertação anunciada ao povo latino-americano, por meio da Revolução Popular nicaraguense, se tornou (ao menos por enquanto) apenas parte de sua (gloriosa) história.

3. AGITPROP E A PRODUÇÃO GRÁFICO-IMAGÉTICA COMO ESTRATÉGIA COMUNICATIVA

Os processos de disputa de hegemonias são permeados e mediados por processos e práticas comunicativas. Vito Giannotti (2014, p. 55) já afirmava que a mídia, como de resto as múltiplas práticas e expressões comunicativas, devem ser reconhecidas como “[...] um poderoso instrumento da luta de classes. [...] um componente central na disputa de hegemonia”. Karl Marx e Friedrich Engels (1977, p. 67) já apontavam para essa centralidade descrevendo algumas de suas atribuições na ordem social: “[...]”

² As primeiras eleições livres na Nicarágua Sandinista ocorreram em 1984, quando o então presidente Daniel Ortega, da Frente Sandinista de Libertação Nacional (FSLN), foi reeleito ao cargo.

transportam signos; garantem a circulação veloz das informações; movem as idéias; viajam pelos cenários onde as práticas sociais se fazem; recolhem, produzem e distribuem conhecimento e ideologia”.

Na perspectiva das lutas contra-hegemônicas, desenvolvidas no contexto de uma sociedade circunscrita à ordem capitalista contemporânea, os meios de comunicação ocupam lugar crucial e estratégico. De acordo com Dênis de Moraes (2010, p. 61), principalmente, por sua “condição privilegiada de produtores e distribuidores de conteúdos”, os meios de comunicação “ocupam posição distintiva no âmbito das relações sociais, visto que fixam os contornos ideológicos da ordem hegemônica, elevando o mercado e o consumo a instâncias máximas de representação de interesses.”

Ainda a esse respeito, Gabriela Torres Barros (2006, pp. 10-11) afirma:

“A comunicação desenvolve papel crucial nesse processo de disputa de poder e de domínio de uma classe ou bloco social sobre as demais, uma vez que é por intermédio dela que valores são revelados, ideologias transmitidas, persuasões realizadas. O papel da comunicação se dá como mecanismo de elaboração e difusão de cultura, de modelo de concepção de mundo.”

No contexto dessa compreensão macro da importância estratégica da comunicação, vale destacar a particularidade da comunicação visual, ou seja, aquela comunicação construída ou baseada em suportes imagéticos, pois há um reconhecimento indiscutível de que se trata de uma das principais formas de produção comunicativa na sociedade contemporânea. As múltiplas formas de manifestações artísticas por meio de imagens, promovendo práticas de representação social voltadas para a afirmação política de grupos, segmentos ou classes sociais específicos; o desenvolvimento e a consolidação da fotografia como tecnologia de produção de imagens impulsionando um novo paradigma na ordem da produção comunicativa voltada para a informação; e as diversas modalidades de linguagens iconográficas, incorporadas como estratégias comunicativas no contexto de políticas de comunicação de organizações sociais no âmbito da sociedade civil, são apenas algumas expressões da onipresença da imagem na contemporaneidade.

Sobre o poder da imagem na sociedade contemporânea, e tendo como referência o pensamento de Etienne Samain (2012), Rosana de Lima Soares (2016, p. 18) afirma que:

“[...] cada imagem nos oferece algo para pensar, mas, além disso, toda imagem é portadora de um pensamento. De modo mais radical, toda imagem é uma forma que pensa, isto é, possui uma vida própria que, à nossa revelia, comunica-se e dialoga com outras imagens.”

Essa força comunicativa da imagem que alimenta o próprio pensamento também proporciona substância fundamental para a construção da História, conforme assevera Ana Maria Mauad (2014, p. 109): “não existe uma história por detrás das imagens, mas imagens que fazem história.” E é, justamente, nessa perspectiva que consideramos significar os cartazes políticos produzidos na Nicarágua sandinista durante a década de 1980, porque se tratou de uma produção gráfico-imagética que se constituiu como estratégia comunicativa de agitação e, principalmente, de propaganda política e ideológica.

Desde a perspectiva marxista, em especial, a partir das reflexões de Lênin (2015) em sua clássica obra *Que fazer?*, o desenvolvimento da agitação política no contexto da luta política revolucionária foi tomando forma no que ficou caracterizado como *agitprop*, um termo que representa a contração da expressão “agitação e propaganda”. Para tratar disso, Lênin apresentou a seguinte elaboração fazendo, inicialmente, referência às palavras de Plekhânov e, posteriormente, apresentando seus desdobramentos reflexivos:

“[Para Plekhânov] ‘O propagandista inculca muitas ideias em uma única pessoa, ou em um pequeno número de pessoas; o agitador inculca apenas uma única ideia, ou um pequeno número de ideias, em troca, inculca-as em toda uma massa de pessoas’ [...]. [Para Lênin] um propagandista, ao tratar, por exemplo, do problema do desemprego, deve explicar a natureza capitalista das crises, mostrar o que as torna inevitáveis na sociedade moderna, mostrar a necessidade da transformação dessa sociedade em sociedade socialista etc. Em uma palavra, deve fornecer ‘muitas ideias’, um número tão grande de ideias que, de imediato, todas essas ideias tomadas em conjunto apenas poderão ser assimiladas por um número (relativamente) restrito de pessoas. Por outro lado,

ao tratar da mesma questão, o agitador tomará um exemplo, mais evidente e o mais conhecido do seu auditório - por exemplo, o caso de uma família de desempregados morta de inanição, o aumento da miséria etc. - e aproveitando deste fato conhecido, dirigirá todos os esforços para divulgar para as “massas” uma só ideia: a ideia do absurdo da contradição entre o incremento da riqueza e o aumento da miséria; tratará de despertar nas massas o descontentamento e a indignação contra essa flagrante injustiça, deixando ao propagandista o cuidado de dar uma explicação completa dessa contradição [...]. Ao propagandista exigem-se qualidades diferentes das do agitador” (Lenin, 2015, pp. 121-122).

Portanto, em relação ao *agitprop*, trata-se de um termo do léxico derivado das experiências políticas da Rússia revolucionária utilizado para designar, conforme síntese publicada em uma cartilha produzida pelos Coletivos de Comunicação, Cultura e Juventude da Via Campesina (2007, p. 10), “as diversas formas de fazer agitação de massas e ao mesmo tempo divulgar os projetos políticos da revolução”. Na referida cartilha, ainda, *agitprop* é definida como “um conjunto de métodos e formas que podem ser utilizados como tática de agitação, denúncia e fomento à indignação das classes populares e politização de massas em processos de transformação social” (Via Campesina, 2007, p. 10).

Considerando os processos revolucionários e, neles, a importância estratégica da comunicação, podemos afirmar que as ações comunicativas (também constituídas enquanto ações culturais) ganham expressividade e força política se pensadas e assimiladas como ações de *agitprop*.

De modo marcante, o *agitprop* na Rússia revolucionária se materializou pela atuação de brigadas de agitação e propaganda por meio da linguagem teatral, principalmente, utilizando-se do método do teatro jornal (Soranso, 2021). Porém, é preciso reconhecer que cada movimento ou organização pode produzir seus próprios métodos e formas de *agitprop*. Considerando a afirmativa apresentada na sistematização produzida pelos referidos Coletivos da Via Campesina (2007, p. 12) sobre as ações e práticas de *agitprop*,

“O importante é que não há métodos e formas fixas. Cada novo momento pode demarcar a invenção de novas formas ou a recuperação de métodos antigos.

Tudo depende do contexto, da estratégia definida pela organização, das condições de atuação e da criatividade das brigadas de agitprop.”

Na Nicarágua sandinista, mesmo que a produção de cartazes políticos não tenha sido caracterizada formalmente como *agitprop*, ainda assim a entendemos como tal por ter apregoado como objetivos promover a politização das classes populares em favor dos objetivos da Revolução Popular e disseminar para toda a sociedade nicaraguense os valores políticos e ideológicos do sandinismo e do novo projeto de sociedade impulsionado pela Frente Sandinista de Libertação Nacional (FSLN).

4. A FORÇA PERSUASIVA DOS CARTAZES POLÍTICOS NA NICARÁGUA SANDINISTA

Antes da realização das análises propostas neste artigo será necessário apresentar algumas características próprias do nosso objeto de estudo, o cartaz, e também indicar os principais fundamentos metodológicos que serão aplicados para as análises.

Em uma etapa da civilização humana marcadamente determinada pelo poder da imagem —como já abordamos anteriormente— as várias manifestações e modalidades da comunicação visual contribuem decisivamente para moldar ou influenciar nossa percepção e apropriação do mundo; e dentre essas formas expressivas de comunicação imagética destacamos o cartaz.

O cartaz, como produto comunicativo gráfico-imagético, pode ser estudado sob várias perspectivas. Abraham Moles (1974) priorizou as perspectivas econômica e estética, situando sua análise entre aspectos sociológicos e psicológicos. O referido autor problematizou o papel econômico do cartaz (este compreendido como estratégia de publicidade e propaganda) no contexto da sociedade urbana capitalista, associado aos seus aspectos estéticos potencializadores de uma “sensualidade perceptiva”. Por sua vez, John Barnicoat (1972) enveredou por estudos relacionados à história e à linguagem do cartaz, oferecendo rica iconografia e extensa bibliografia (limitadas à época de sua publicação). De nossa parte, nos interessa pensar e analisar o cartaz como produto comunicativo e estratégia política em contextos revolucionários.

Dentre as principais características de um cartaz estão o seu suporte (geralmente o papel), o seu formato (bastante variado, mas predominam os formatos *berliner* ou *standard*) sua forma de circulação (espalhados e fixados em espaços públicos) e sua estrutura de linguagem (utilização conjugada de linguagem verbal e não verbal por meio de textos sucintos e imagens representativas; preocupações estéticas de harmonização entre seus elementos sígnicos; utilização de cores; reconhecimento de uma temporalidade flexível; dentre outros aspectos).

Na perspectiva que nos interessa analisar, essas características do cartaz são exploradas para potencializar a sensibilização e/ou a persuasão do público leitor/fruidor. Considerando que o cartaz se propõe a disseminar uma mensagem da coletividade ao indivíduo, Moles (1974, p. 27) afirma que “o cartaz constrói *reflexos condicionados, slogans* e estereótipos que se imprimem na cultura individual”. Ainda para Moles (1974) é necessário considerar ao menos seis funções do cartaz: função da informação; função de propaganda ou de publicidade; função educadora; função da ambiência; função estética; e função criadora. No que se refere aos cartazes políticos na Nicarágua sandinista durante a década de 1980 —compreendidos aqui como ações de *agitprop*—, a funções de propaganda (não exatamente nos termos apresentados por Moles) e a função educadora se revelam as mais determinantes.

Sergio Ramírez (2009), escritor e uma das mais importantes lideranças políticas nicaraguenses —inclusive, foi vice-presidente da Nicarágua entre 1986 e 1990, ainda durante o período sandinista revolucionário— apresentou uma excelente definição sobre cartaz e seu papel no contexto da Revolução Popular nicaraguense:

El cartel fue una forma inventiva de convocar, de movilizar, de enseñar, de motivar, convirtiendo a la imagen en un instrumento de uso eficaz y concentrado, mucho más allá de lo que podían expresar las palabras, en todo lo que tenía que ver con la defensa, con la movilización popular, con la alfabetización, la reforma agraria, las campañas de salud, y con la promoción de la cultura misma (Ramírez, 2009, p.20).

Outras importantes reflexões a respeito dos cartazes políticos na Nicarágua sandinista também foram apresentadas por alguns de seus próprios produtores. Bayardo Gámez

(2009), em entrevista publicada no livro *La revolución es un libro y un hombre libre* afirmou que os cartazes na Nicarágua se constituíram em um “medio de comunicación masivo, un medio popular y económico”. O referido autor segue apresentando uma importante distinção em relação ao papel político dos cartazes nicaraguenses antes e depois da vitoriosa insurreição popular sandinista:

Antes de 1979 los afiches eran una manera de transmitir mensajes, en este caso, políticos, sociales y culturales, que trataban de concientizar a la población sobre determinados temas. Esa era la primera etapa, después se fomentaban los valores y la defensa de la revolución. [...] Para mí los afiches eran un medio de comunicación para transmitir valores humanistas y culturales que fortalecieran la identidad cultural. Fortalecieron también los valores de justicia social y cambios sociales para crear una sociedad nueva (Gámez, 2009, pp. 24-25).

Portanto, a partir do triunfo da revolução sandinista, a propaganda gráfica, por meio dos cartazes políticos, se converteu em um novo meio de comunicação massivo. Mais do que isso, eles se tornaram um meio cotidiano da luta revolucionária e não houve, a partir de então, nenhuma campanha política na Nicarágua sandinista, nem mesmo a organização ou coordenação de alguma tarefa social, que não tivesse sido fomentada, transmitida ou intensificada por intermédio de cartazes.

Do imenso acervo de cartazes políticos produzidos na Nicarágua sandinista durante a década de 1980, aqueles que abordaram as grandes campanhas do governo revolucionário nas áreas sociais foram particularmente significativos. Porém, antes de apresentar e analisar os cartazes selecionados, trataremos de indicar alguns dos principais pressupostos metodológicos que subsidiam nossas análises. E sobre nossa metodologia, trata-se, por assim dizer, de uma experimentação metodológica que envolve a aplicação de alguns pressupostos da análise do discurso combinada com elementos próprios da análise de imagens.

Dos procedimentos metodológicos próprios da análise de discurso, nos interessa as categorias de “condições de produção” e de “formação ideológica”. Claudemar Alves Fernandes (2008) nos oferece sínteses bastante produtivas para compreender essas categorias. Com relação às condições de produção, trata-se de “aspectos históricos,

sociais e ideológicos que envolvem o discurso, ou que possibilitam ou determinam a produção do discurso” (Fernandes, 2008, p. 21). Para definir formação ideológica, o referido autor recorre a Michel Pêcheux que a define como “conjunto complexo de atividades e de representações que não são nem ‘individuais’ nem ‘universais’, mas se relacionam mais ou menos diretamente às posições de classe em conflito umas com as outras” (Pêcheux e Fuchs *apud* Fernandes, 2008, p. 49).

Nesse sentido, toda a reflexão histórica anteriormente apresentada e analisada sobre o processo da Revolução Popular nicaraguense se converte em base fundamental para compreender as condições de produção da construção discursivo-imagética dos cartazes; por sua vez, a formação ideológica está calcada no ideário sandinista marcado, fundamentalmente, pelo nacionalismo (ideal da libertação nacional) e pelo anti-imperialismo (Fonseca, 1984; Escobar, 1984; Stédile e Baltodano, 2008).

Dos pressupostos derivados de metodologias de análise de imagem, tomamos como principal referência a metodologia da análise sociológica discursivo-imagética (Godoi y Uchôa, 2019). Dentre as dimensões que compõem a “perspectiva integradora” dessa metodologia, destacamos aquela que indica a necessidade de realização de uma “análise direta” do material visual. Conforme Christiane Kleinübing Godoi e Antônio Giovanni Figliuolo Uchôa (2019) nessa dimensão o que se pretende é oferecer “uma metodologia capaz de analisar diretamente imagens sem antes fazer uma transcrição textual e, posteriormente, aplicar uma técnica textual ou discursiva pré-existente, perdendo assim todos os elementos não verbais da imagem” (Godoi y Uchôa, 2019, p. 789).

Outra dimensão fundamental dessa proposta metodológica que incorporamos para a realização de nossas análises aponta para a necessidade de aprofundamento do “contexto social de produção e de recepção da imagem”, assegurando que a interpretação da imagem levará em conta o “sentido social, ideológico, cultural, códigos e a capacidade de significar dos documentos texto-visuais ou discursivo-visuais” (Godoi y Uchôa, 2019, p. 784). Sendo assim, nossas análises comportarão a análise do material visual a partir do “Contexto de Produção da Imagem” e do “Contexto da Recepção da Imagem”; ou seja, focando “[...] os elementos contextuais

da imagem (contexto histórico, social, ideológico, político, econômico) e os elementos contextuais (ligados a qual audiência se destina; tipo de tecnologia e veículos utilizados na geração e transmissão da imagem).” (Godoi y Uchôa, 2019, p. 790).

Combinado com esses elementos, também serão considerados outros dois aspectos, estes derivados das contribuições de Martine Joly (2012) em sua proposição metodológica para a análise de imagens: a noção de expectativa na recepção e a função da mensagem. Para Joly (2012, p. 61) “a noção de expectativa na recepção de uma mensagem é absolutamente capital. E, é claro, está intimamente ligada à de contexto. Ambas as noções condicionam a interpretação da mensagem e completam as noções de instruções de leitura”. E, ainda para a referida autora, para promover uma análise da imagem, considerando-a como “uma mensagem visual compreendida entre expressão e comunicação”, a conduta analítica deve levar em conta, de modo combinado, “a função dessa mensagem, seu horizonte de expectativa e seus diversos tipos de contexto.” (Joly, 2012, p. 68).

4.1. O DISCURSO GRÁFICO-IMAGÉTICO DAS CAMPANHAS DO GOVERNO SANDINISTA

Dentre as grandes campanhas do governo sandinista voltadas para questões sociais, durante a década de 1980, destacamos a campanha da reforma agrária (que também agregava um componente econômico fundamental para o processo revolucionário) e a campanha pela alfabetização.

Em relação à reforma agrária, tratava-se de uma das mais urgentes tarefas pós-revolução, pois além do impacto social que a desconcentração de terras representaria, esta seria a principal condição para reativar a estrutura produtiva agrícola na Nicarágua. Apesar de ser historicamente a principal atividade da economia nicaraguense, a agricultura havia sido bastante destruída em razão da guerra civil que se estendeu durante boa parte da década de 1970 e, por isso, o estabelecimento de uma política voltada para o meio rural se fazia premente. Tanto isso se mostrou verdadeiro que a Junta de Governo de Reconstrução Nacional (JGRN) - instituída logo após a tomada do poder pelo movimento revolucionário - encaminhou suas primeiras

ações nessa área de modo quase imediato, e que foram assim descritas por Bernardo Raphael Bastos de São Clemente (2013, p. 155):

Logo no dia seguinte da vitória foi emitido o Decreto número 3, que confiscava os bens da família Somoza, militares e funcionários públicos associados ao antigo regime que houvessem deixado o país antes de 1977. As propriedades rurais afetadas ficaram sob a responsabilidade do Instituto Nicaraguense de Reforma Agrária (INRA) em redistribuir as terras em empresas\fazendas estatais (APP - Áreas de Propriedade do Povo) ou cooperativas coletivistas de produção.

Essa e outras medidas —principalmente, a promulgação da Lei de Reforma Agrária datada de julho de 1981 por meio do Decreto 728— promoveram rápidos processos de adaptação à nova realidade na Nicarágua, que já contava com o apoio e com algumas iniciativas dos próprios camponeses. Além disso, principalmente, o Instituto Nicaraguense de Reforma Agrária (INRA) passou a produzir cartazes (Imagem 1) para solidificar a defesa da terra como um bem do povo, bem como para estimular a mobilização popular com o propósito de “ativar a produção”.

Como podemos verificar, os cartazes, além de explorar *slogans* políticos ou frases e expressões com teor poético, são marcados por muitas cores e múltiplos elementos gráfico-visuais. Imagens representando algumas das principais culturas agrícolas do país, bem como situações envolvendo o trabalho camponês e a consequente beleza e abundância de produtos resultantes da atividade agrícola, intencionavam impulsionar e estimular o povo nicaraguense a seguir defendendo os objetivos da revolução. No campo da reforma agrária e da produção agrícola, os valores da nova sociedade se traduziam por medidas voltadas para a redistribuição da terra —fundamentada na propriedade estatal e na criação de cooperativas geridas coletivamente— e o acesso a créditos promovido pelo governo revolucionário como estratégia de desenvolvimento rural.

Imagem 1. Cartazes sobre a reforma agrária



Fonte: O. Bujard y U. Wirper. La revolución es un libro y un hombre libre (2009).

Nos cartazes, a imagem de trabalhadores rurais em ação é recorrente. A exploração dessa representação visava criar a aproximação necessária para ativar o efeito persuasivo de engajamento do trabalhador agrícola, especialmente, daqueles vinculados aos sindicatos, tanto que a própria Associação de Trabalhadores do Campo (ATC) produziu seus próprios cartazes com o propósito de estimular a intensificação da produção.

É importante ressaltar que o maior volume de cartazes sobre o tema da reforma agrária foi produzido durante os primeiros anos do período revolucionário, quando medidas urgentes e radicais na área fundiária e de produção agrícola se faziam necessárias, inclusive, em relação ao convencimento dos trabalhadores rurais em aderir às novas concepções e encaminhamentos do governo revolucionário para o campo e o campesinato. Com a intensificação da guerra interna levada a cabo pelos

“contra-revolucionários”, associada ao boicote externo e às limitações políticas dos sandinistas que se tornaram mais intensas —principalmente, durante a segunda metade da década de 1980—, as dificuldades se acentuaram e houve algumas alterações significativas nas políticas voltadas para as questões agrárias e de produção agrícola, inclusive, com a reformulação da Lei de Reforma Agrária.

Por sua vez, no campo da educação, a luta contra o analfabetismo se tornou uma das principais metas e um dos maiores desafios do governo sandinista. Por reconhecer que alfabetizar deveria ser concebido como um projeto político —em especial, em um país onde a maioria de sua população era analfabeta— a Frente Sandinista de Libertação Nacional (FSLN) já havia assumido o compromisso de que, quando chegasse ao poder, ensinaria todo o povo a ler e escrever. Com a vitória do movimento revolucionário, o governo sandinista imediatamente pôs em prática seu projeto de alfabetização por meio da Cruzada Nacional de Alfabetização. A esse respeito, Fernando Cardenal (1987, p. 51) afirma:

Assim, esta Cruzada Nacional de Alfabetização é um compromisso da Frente Sandinista de Libertação Nacional. Deste ponto de vista, não se pode vê-la apenas como um ato humanitário. Algo como cumprir o dever elementar de ensinar a ler-e-escrever, mas par além disto, um ato político e um compromisso de nossa revolução para com o nosso povo. Por isso a Frente Sandinista, quinze dias após o triunfo da Revolução, deu ordens para iniciar-se a Cruzada Nacional de Alfabetização.

Além de erradicar o analfabetismo na Nicarágua, a Cruzada Nacional de Alfabetização ainda tinha como objetivos promover a conscientização e a politização do povo nicaraguense; colocar as bases para a educação de adultos; impulsionar o fortalecimento das organizações populares de massa; promover a conscientização dos jovens da Nicarágua; desenvolver a integração nacional; atuar colaborativamente no cumprimento dos objetivos relativos à saúde; registrar experiências e recolher produtos típicos de cada localidade para ampliar a base do patrimônio cultural. (Cardenal, 1987). Todos esses objetivos, bem como todas as tarefas necessárias para a sua concretização foram, de alguma forma, abordados nos cartazes políticos (Imagem

2), principalmente, durante o ano de 1980, que foi definido pelo governo sandinista como o “Ano da Alfabetização” (Santos, 1990).

A associação entre a libertação nacional, possibilitada pelo triunfo revolucionário, era constantemente comparada com a libertação (contra o analfabetismo) que o processo de alfabetização promovia. Em vários cartazes, a afirmação e o enaltecimento da vitória insurrecional contra a tirania somozista se convertia em força motriz para enfrentar a luta contra o analfabetismo e também para acreditar que o povo sairia vitorioso dessa (nova) luta.

Imagem 2. Cartazes sobre a Cruzada Nacional de Alfabetização



Fonte: O. Bujard y U. Wirper. La revolución es un libro y un hombre libre (2009).

O colorido dos cartazes também insinuava a alegria da conquista sandinista e, mais do que isso, a expectativa de tempos vindouros gloriosos. Em um dos cartazes, a utilização das cores da bandeira da Frente Sandinista de Libertação Nacional (rojinegra sandinista) aludia à certeza de vitória também na luta contra o analfabetismo, assim como ocorrera com o movimento revolucionário.

Mais do que em qualquer outro tema, o reforço pela construção de uma identidade nacional se fazia a partir da referência aos nomes ou às figuras dos heróis nicaraguenses, conforme se pode observar na maioria dos cartazes da Cruzada Nacional da Alfabetização. Em especial, Augusto César Sandino e Carlos Fonseca são lembrados e identificados como líderes que lutaram pela liberdade do povo e que sonharam com uma Nicarágua que pudesse se tornar um território livre do analfabetismo.

Todos esses cartazes, por meio de suas estratégias discursivo-imagéticas, procuravam estabelecer laços de identificação com o público a quem se destinava. Com isso, procurava persuadir o leitor/fruidor do cartaz a assimilar a pretendida mensagem política, gerando a expectativa de que o processo revolucionário em curso estava em plena consolidação e que o seu comprometimento e engajamento seriam fundamentais para a conquista dos objetivos das respectivas campanhas e da própria revolução.

De modo geral, por se tratar de cartazes vinculados a campanhas do governo revolucionário relacionadas a áreas sociais estratégicas, bem como por serem produzidos por órgãos oficiais do governo ou por organizações políticas sandinistas — que apesar de serem autônomas atuavam sob a influência ideológica do sandinismo—, além de fazer o chamamento para a participação popular, de apresentar informações para subsidiar a ação ou mesmo de motivar e cultivar o espírito virtuoso da própria revolução, também agregavam propósitos educativos em torno da apropriação dos novos valores a serem construídos e/ou defendidos junto à sociedade nicaraguense.

Por fim, reafirmamos os propósitos de agitação e propaganda que conferem aos cartazes políticos na Nicarágua sandinista —e, em especial aos cartazes aqui analisados— a sua condição de *agitprop*. Trata-se de cartazes que são um sinônimo de propaganda política revolucionário por si mesma. A presença ou referência aos heróis

nacionais, a recorrência da utilização de termos próprios da realidade revolucionária como, por exemplo, revolução, insurreição, libertação, triunfo, vitória e o chamamento à luta e/ou à resistência em defesa dos ideais da conquista revolucionária são elementos de uma propaganda política persuasiva voltada para a construção de um consenso popular a serviço da luta revolucionária de libertação. Tudo isso, conforme já apontado anteriormente, visava promover a politização das classes populares em favor dos objetivos da Revolução Popular e disseminar para toda a sociedade nicaraguense os valores políticos e ideológicos do sandinismo, em defesa de um projeto de libertação nacional e de luta anti-imperialista, impulsionados pela Frente Sandinista de Libertação Nacional (FSLN).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Revolução Popular na Nicarágua, além de proporcionar a possibilidade de o povo nicaraguense vivenciar uma experiência histórica revolucionária na perspectiva de construção de um projeto de libertação nacional, ainda serviu de inspiração para outros povos latino-americanos sonharem com sua própria libertação.

A partir do triunfo da Frente Sandinista de Libertação Nacional (FSLN) em 19 de julho de 1979 e durante toda a década de 1980, muitas foram as estratégias utilizadas pelo governo revolucionário para disseminar o ideário sandinista e implantar o seu projeto de uma nova sociedade. Dentre essas estratégias, destacamos a utilização da comunicação e, de modo ainda mais especial, os cartazes políticos, reconhecidos no âmbito da Nicarágua sandinista como um novo meio de comunicação massivo de caráter popular.

A utilização de cartazes políticos para impulsionar as grandes campanhas do governo sandinista durante a década de 1980 visava promover a persuasão do povo nicaraguense para os propósitos da revolução, bem como pretendia contribuir nos processos de politização e de mobilização popular para a realização das tarefas necessárias para a construção do projeto de libertação nacional.

Para os propósitos deste artigo, analisamos apenas alguns cartazes produzidos no contexto de campanhas voltadas para as áreas sociais. A partir de uma análise discursivo-imagética pudemos constatar que os cartazes políticos na Nicarágua cumpriram uma função educativa e de politização, bem como se constituíram como práticas comunicativas de propaganda ideológica e, nesse sentido, reconhecidas como experiências de *agitprop*.

Considerando que o acervo de cartazes políticos produzidos na Nicarágua sandinista é imenso, muito ainda há para analisar. A exploração das inúmeras figuras e de fatos heróicos e de datas comemorativas; a realização de autopropaganda do partido e das organizações estatais; a utilização recorrente de historietas e de desenhos como estratégia para contornar a realidade do analfabetismo da população, são apenas algumas hipóteses levantadas em relação a elementos significativos presentes em cartazes políticos nicaraguenses que também merecem ser analisados. Trata-se de uma tarefa (revolucionária) a ser assumida posteriormente.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aggio, A. (2021). *Democracia e socialismo: a experiência chilena*. 3.ed. Curitiba: Editora Appris.

Barnicoat, J. (1972). *Los carteles: su historia y lenguaje*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili. (Colección Comunicación visual).

Barros, G. T. (2006). *Comunicação na disputa pela hegemonia: contradições da imprensa sindical*. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Federal de Pernambuco, Recife.

Bujard, O. (2009). Nicaragua: una década de transformaciones. Em O. Bujard e U. Wirper. (Eds.), *La revolución es un libro y un hombre libre: los afiches políticos de Nicaragua Libre 1979-1990 y del Movimiento de Solidaridad Internacional* (pp. 9-14). Manágua: IHNCA-UCA.

Bujard, O. e Wirper, U. (2009). *La revolución es un libro y un hombre libre: los afiches políticos de Nicaragua Libre 1979-1990 y del Movimiento de Solidaridad Internacional*. Managua: IHNCA-UCA.

Cardenal, E. (2004). *La revolución perdida*. 2.ed. Managua: Anama Ediciones Centroamericanas.

Cardenal, F. (1987). Objetivos da Cruzada Nacional de Alfabetização. En C. R. Brandão (Ed.), *Lições da Nicarágua: a experiência da esperança* (pp. 47-61). 3.ed. Campinas, Papyrus.

Cury, M. (2017). *O protagonismo popular: experiências de classe e movimentos sociais na construção do socialismo chileno (1964-1973)*. Campinas: Editora Unicamp.

Escobar, J. B. (1984). *Ideário sandinista*. 3.ed. Managua: Departamento de Propaganda y Educación Política del FSLN. (Colección Viva Sandino).

Fernandes, C. A. (2008). *Análise do discurso: reflexões introdutórias*. 2.ed. São Carlos: Editora Claraluz.

Fonseca, C. (1984). *Ideário político de Augusto César Sandino*. 3.ed. Managua: Departamento de Propaganda y Educación Política del FSLN. (Colección Viva Sandino).

Gámez, B. (2009). Conversación com Bayardo Gámez. Em O. Bujard y U. Wirper. *La revolución es un libro y un hombre libre: los afiches políticos de Nicaragua Libre 1979-1990 y del Movimiento de Solidaridad Internacional* (pp. 22-25). Managua: IHNCA-UCA.

Godoi, C. K. e Uchôa, A. G. F. (2019). Metodologia de análise sociológica discursivo-imagética. *Revista Organizações & Sociedade*, 26(91), 776-794.

<https://doi.org/10.1590/1984-9260918>

Instituto Cajamar (1988). *1917-1987: Socialismo em debate*. Cajamar: Instituto Cajamar.

Joly, M. (2012). *Introdução à análise da imagem*. 14 ed. Campinas: Papyrus Editora.

Lenin, V. I. (2015). *Que fazer?: problemas candentes do nosso movimento*. São Paulo: Expressão Popular.

Marx, K. y Engels, F. (1977). *Textos*. Volume 3. São Paulo: Edições Sociais.

Mauad, A. M. (2014). Como nascem as imagens. *História: Questões & Debates*, 61, 105-132. Disponível em <http://revistas.ufpr.br/historia/article/view/39008/23769>.

Moles, A. A. (1974). *O cartaz*. São Paulo: Perspectiva.

Moraes, D. (2010). Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia: a contribuição teórica de Gramsci. *Revista Debates*, Porto Alegre, 4(1), 54-77.

Piva, M. C. e Piva, M. A. (1986). *Nicarágua: um povo e sua história (1552-1984)*. São Paulo: Paulinas.

Selser, G. (1979). *Sandino: general de homens livres*. São Paulo: Global Editora. (Coleção Nossa América Latina, 1).

Samain, E. (2012). As imagens não são bolas de sinuca. Em E. Samain (Ed.), *Como pensam as imagens* (pp.21-36). Campinas: Editora da Unicamp.

Santos, N. (1990). *E também lhes ensinam a ler: a Cruzada Nacional de Alfabetização da Nicarágua*. Rio de Janeiro: Ayuri Editorial.

São Clemente, B. R. B. (2013). A estratégia sandinista para a agricultura nicaraguense (1979-90). *Anais do V Simpósio Internacional Lutas Sociais na América Latina*.

Londrina, PR: Gepal. Disponível em http://www.uel.br/grupo-pesquisa/gepal/v12_bernardo_raphael1_GVI.pdf.

Soares, R. L. S. (2016). Cultura das imagens na contemporaneidade [Prefácio]. Em A. L. C. Moraes y C. N. P. Coelho (Ed.), *Cultura da imagem e sociedade do espetáculo*. São Paulo: UNI.

Soranso, A. M. (2021). *Agitprop em cena: uma contribuição aos estudos da Comunicação Popular e Comunitária*. Dissertação (Mestrado em Comunicação) -

Centro de Educação, Comunicação e Artes, Universidade Estadual de Londrina,
Londrina.

Stédile, J. P. e Baltodano, M. (Org.) (2008). *Sandino. Vida e obra*. São Paulo: Expressão Popular.

Via Campesina, C. C. C. J. (2007). *Agitprop: agitação e propaganda no processo de transformação social*. São Paulo: Maxprint Editora e Gráfica Ltda.

Winn, P. (2010). *A revolução chilena*. São Paulo: Editora Unesp. (Coleção Revoluções do Século XX).

Zimmermann, M. (2002). *A revolução nicaragüense*. São Paulo: Editora Unesp. (Coleção Revoluções do Século XX).