

Publicidad antes de la llegada de Fidel Castro

Antes de la llegada de Fidel Castro y la revolución existía en esos tiempos un gran desarrollo de la publicidad en la Isla de Cuba.

La Isla era en aquellos tiempos de Batista el laboratorio principal del continente, donde se probaban buena parte de los productos de Los Estados Unidos antes de exportarse a otros mercados en Latinoamérica, y muchos de los productos de exportación se introducían siempre anexado a una campaña publicitaria que ilustrara y apoyase su efectividad a los fieles compradores que tenían entre la población local, provocando esto y dando como resultado una dura competencia con los otros productos traídos desde Europa y hasta con los propios productos producidos en Cuba, los cuales también rivalizaban de una manera desafiante para hacerse un puesto de mercado dentro de esta dura competencia en el mercado económico.

En aquellos tiempos se podían ver letreros publicitarios en todas partes, Todo en Cuba estaba marcado con el signo de la publicidad. A esto se debe a que la publicidad era un gran negocio y una valiosa fuente de trabajo que generaba empleo e ingresos para muchas personas que se beneficiaban económicamente y entre ellos estaban: las agencias que montaban las campañas, la prensa. La radio y Televisión, los fotógrafos, pequeñas imprentas, los músicos que componían la música de las promociones, los escritores, dibujantes de periódicos y revistas, los actores y deportistas que estaban de moda en aquellos tiempos, que promovían su imagen dando a entender a sus seguidores que la fama de ellos era al resultado de un producto X que ellos promovían con la publicidad que los hacía más bellos, saludables, deseables y modernos.

Al llegar la revolución todo eso cambió radicalmente cuando la publicidad fue conectada al capitalismo y por lo tanto el gobierno revolucionario decidió condenarla, criticando la publicidad como algo vergonzoso. Vendedor de ilusiones y mentiras ligadas fuertemente al mal del capitalismo y la publicidad desapareció por completo del escenario sociocultural del cual el cubano estaba acostumbrado.

Un ejemplo es el tiempo de las O3C ("cero compras, cero cines, cero cabaret") que utilizó el movimiento 26 de julio para boicotear y así tumbar el gobierno del ex presidente Batista