

Un grito en la pared:¹ algunas consideraciones generales sobre el cartel desde el principio de la Revolución hasta la década del setenta del siglo XX²

Luis Augusto González Pastrana*



*Luis Augusto González Pastrana, Revista Revolución y Cultura. Ministerio de Cultura, La Habana, Cuba.
e-mail: adaiglesias@yahoo.es

A Yell on the Wall: Some General Considerations about the Poster since the Beginning of the Cuban Revolution until the 70's of the XX Century.

Abstract

This work about the Cuban political poster attempts to analyse the development of the graphical design before the triumph of the Cuban Revolution and to evaluate the political poster afterwards 1959. It emphasizes the impact of the Revolution as a new social paradigm in the Cuban poster. The new purposes of the graphical design are evaluated and there is a presentation of the institutions that were directly connected to this subject, and created for the transmission, the broadcasting and the development of the new and flourishing graphical experience.

Keywords

Cuban Poster, Graphical Design, Cuban Revolution, Political Poster.

Resumen

El presente trabajo sobre cartel político cubano pretende analizar el desarrollo del diseño gráfico antes del triunfo de la Revolución Cubana y evaluar el cartel político a partir de 1959. Destaca el impacto de la Revolución como nuevo paradigma social en la cartelística cubana; se abordan las nuevas funciones del diseño gráfico y se presentan las instituciones directamente vinculadas con la temática, creadas para propagar, divulgar y desarrollar el nuevo y floreciente fenómeno gráfico.

Palabras Clave

Cartel Cubano, Diseño Gráfico, Revolución Cubana, Cartel Político.

Introducción

Tradicionalmente, Cuba contaba con una larga práctica de gráfica publicitaria desde la etapa colonial y fue ésta la base del desarrollo que aprovechó y aceleró el triunfo de la Revolución Cubana en 1959. Ahora bien, las temáticas de la inmensa mayoría de tal producción se repartían entre la publicidad comercial, la dedicada a festividades, la propaganda electoral y algunas pocas excepciones consagradas a actividades culturales.

En 1959, con el triunfo de la Revolución Cubana, en primer lugar fue evidente la necesidad de transmitir nuevos mensajes que ideológicamente aglutinaran a la población, pudieran ser masivamente distribuidos y sirvieran para la formación política y cognoscitivo-educativa en todas las esferas de la vida social. Esto solamente se podía lograr con el carácter e inmediatez que se requería si se lograba desvincularlos de patrocinadores particulares y se articulaban al conjunto de los organismos del Estado, quiénes serían ahora los nuevos comitentes como representantes del diferente orden social instaurado. Como resultado de ello, entre todas las formas utilizadas, el cartel fue altamente idóneo para cumplir estas nuevas funciones.

En este trabajo nos proponemos analizar el desarrollo gráfico antes del triunfo de la Revolución Cubana en 1959; caracterizar los antecedentes más importantes del desarrollo del diseño gráfico de la Revolución; presentar las nuevas necesidades emanadas, las tipologías más utilizadas y focalizar las instituciones creadas, sus funciones y artistas más importantes; por último se pretende destacar la línea seguida para la formación profesional tanto nacional, como los vínculos con otros artistas y países.

La metodología seguida en el transcurso de la investigación comprende los métodos más generales: histórico-lógico, sistémico, comparativo, semiológico e inductivo - deductivo. Las técnicas que han sido utilizadas emplean la entrevista, el fichaje bibliográfico, la aplicación de los procedimientos de deducción e inferencia, y la búsqueda tanto por Internet como en los archivos materiales.

Antecedentes cercanos

Más que afiche, más que cartel, más que anuncio, es una siempre renovada muestra de artes sugerentes, funcionales, si se quiere, ofrecida al transeúnte (...). Los artistas cubanos del cartel, del afiche, libres de la idea fija de la incitación comercial, tratan de llevar un arte a la calle, allí donde todos lo vean. El cartel (...) es galería permanente, abierta a todos, puesta en las murallas, ostentosa en las esquinas, usándose en él todas las técnicas de la figuración: montaje, collage, reproducciones de imágenes paralelas, pop, op, y hasta, cuando vienen bien, remedos de viejos estilos, interpretados, transfigurados, en función de un título, de un contenido, de un mensaje determinado. [Al filo de 1970 el cartel había revelado al mundo la audacia y la pluralidad de la cultura visual cubana]. (Carpentier, 1969, pp. 90-91)

Es bien sabido que Cuba contaba con una larga tradición de gráfica publicitaria desde la etapa colonial cuando importantes productos cubanos –piénsese en el tabaco como máximo ejemplo, pero también en el ron– se paseaban por el mundo enriquecidos con hermosas litografías que mostraban paisajes idílicos y personajes idealizados, enjundiosa imaginería –diosas, sirenas, reinas, mulatas bien servidas, frutas– donde desde ya atisbaban rasgos de identidad cultural y, sobre todo, la pericia y calidad de sus realizaciones. Este desarrollo cualificado continuó su andadura con mayor o menor fortuna a todo lo largo del siglo XIX. No obstante, al respecto nos parecen interesantes varias citas que recoge la Dra. Adelaida de Juan (1983, p. 100), donde se plantea:

En las fachadas de las tiendas y de las casas y en las paredes repelladas que bordean el camino vense pintados por todas partes pájaros, animales, culebras, hombres y mujeres en sus distintas ocupaciones o diversiones, y algunas otras cosas e imágenes que, aunque no están estrictamente prohibidas en las tablas de la ley, no se parecen a nada que esté en el cielo o abajo en la tierra, o en las aguas debajo de la tierra. (Abbot, 1828, p. 267)

Fachadas... que de lejos se diría están cubiertas de tapices y ornadas de flores como en un día de fiesta... (Rosemond de Beauvallon, 1844).

Era cosa de ver la multitud de mamarrachos con que estaban embadurnadas las paredes (Villaverde, 1961).

Parece entonces que coexistía con aquellas producciones publicitarias, estas otras populares, que si bien no eran de calidad –o así las veían tales autores–, sí expresión del gusto por adornar de los cubanos de la época.

En el siglo XX –concretamente a partir de 1902, con el inicio de la República– se producirán algunos hechos interesantes por la complejidad de los factores involucrados. En primer lugar, la consideración del cartel vinculado a la producción artística. Lo mismo sucedió prácticamente en todo el mundo a partir de la invención, a fines del siglo XVIII, de un nuevo método de impresión –la litografía– que permitió la masividad y la utilización del color, y la reproducción de las obras de los franceses Jules Cheret y Toulouse-Lautrec –llamados los padres del cartel moderno–, ya a finales del siglo XIX. Más tarde otros artistas continuaron el desarrollo del cartel con características propias, como Klimt, Bonnard, Alphonse Mucha, etc.

En el período republicano cubano debemos detenernos en las explicaciones que acertadamente brinda el investigador Jorge R. Bermúdez (2000, p. 22) en el capítulo titulado “Cartel y República”, donde explica cómo en Cuba se repiten situaciones ya conocidas en Europa al considerar al cartel como vehículo ventajoso, tanto económica como promocionalmente, y vincularlo con la labor de los pintores e ilustradores profesionales, más que con la de realizadores “improvisados”. Según Bermúdez se produjeron desde fechas tan tempranas como 1907 y 1908 concursos de carteles, cuyos ganadores fueron los pintores académicos. Según este autor, primaba:

La influencia notable de la gráfica norteamericana, todavía apegada al *atildado* cartel inglés, no del todo actualizado en relación con el mejor cartel francés y alemán de antes de la Primera Guerra Mundial; la inexistencia de una docencia

especializada en la formación del diseñador gráfico (...) y, por último, la vida cultural y política cubana del período republicano, resultado de las endeble estructuras socioeconómicas heredadas del colonialismo y el neocolonialismo (2000, p. 24).

Quizás por estas razones, explica que fue en las revistas sociales y las artístico literarias donde se mantuvo la tradición gráfica del período colonial, en cuanto a la cualificación técnica y estética. Vinculados con ellas, los nombres de quienes fueron sistemáticos participantes de cuantos concursos de carteles se convocaron: Rafael Blanco y Conrado Massaguer, fundador este último de tres de las más notorias, *Gráfico*, *Social* y *Carteles*, todas en la primera década del siglo XX. También menciona como figuras a tener en cuenta –independientemente que como casi todos se mantuvieran apegados a la tradición pictórica en detrimento de la función comunicacional– a Jaime Valls y Enrique García Cabrera. Más tarde, en los años treinta destacarán Mario Carreño y Enrique Caravia, pintor y grabador respectivamente y ambos estudiantes de la Academia de San Alejandro. El primero también desarrolló su labor en España durante la Guerra Civil a favor de la República, aunque posteriormente se decantó por la pintura. En el caso de Caravia, concentró su actividad cartelística en la temática festiva y obtuvo numerosos premios durante la década de los treinta. Entre los concursos más importantes se recogen el convocado por la Comisión de Turismo del Ayuntamiento sobre el carnaval, el de la Feria del Libro, y el motivado por el centenario de las calles San Rafael y Galiano, cuyo ganador fue el pintor Eduardo Abela.

Para Bermúdez fue importante la temprana introducción de nuevas técnicas de impresión y reproducción, como el sistema offset y la serigrafía, y la alta eficacia obtenida con ellas, tanto en los grandes talleres como en pequeños, en todo el territorio nacional –aunque su mayor concentración se ubicase en la capital–; gracias a que, como en otros apartados –comunicaciones, medicamentos, etc.– Cuba era el traspatio de prueba de las tecnologías y técnicas que luego los Estados Unidos aplicaban en su propio territorio, y hasta fuera del mismo. Claro está que, unida a la capacidad e inteligencia nacionales, estos vínculos cercanos y rápidos nos ponían a la cabeza del resto de América Latina, pues desde la Isla irradiaba y se canalizaba la ocupación de los mercados latinos. Esto probaba el nivel técnico mantenido tradicionalmente y colocaba a Cuba al nivel de otros países con mayor desarrollo industrial.

Ahora bien, las temáticas de la inmensa mayoría de la producción gráfica se repartía entre la publicidad comercial (sobre todo en numerosas revistas y periódicos), la dedicada a actividades festivas, como ya hemos visto (carnavales, verbenas, bailes populares etc.) y la propaganda electoral –los famosos “pasquines” desde donde, en épocas de elecciones, sonreían hipócritas, los candidatos de los diversos partidos políticos–, generadora de una cacofonía visual muy contaminante de los espacios públicos. No obstante, también había excepciones, como las campañas dedicadas a alguna actividad cultural, exposición, concierto, o a un fin de interés público –quizás alguna campaña de salud–, pero no pasaban de ser eso, excepciones. Mención aparte puede dársele a cierta publicidad cinematográfica bastante sistemática, bien realizada, hasta cierto punto enfrentada a los intereses y límites dictados desde la poderosa maquinaria del *star system*³ hollywoodense.

Este impacto norteamericano, prolongado y sistemático por la presencia de numerosas agencias publicitarias, sucursales de las más importantes de Estados Unidos, y otras creadas en Cuba –muy semejantes a aquellas– por grandes firmas comerciales, tuvo repercusión, sobre todo en cuanto a la publicidad comercial y a

aquellos aspectos del diseño más emparentado con objetos vinculados al diario vivir. Esta situación produjo un sensible desarrollo del diseño industrial durante los años cincuenta en muebles, lámparas, aditamentos domésticos, etc. Importantes en este momento fueron las figuras de José Ignacio Bermúdez, Luis Martínez Pedro y Raúl Martínez quienes, además de pintores abstractos en ese momento y pertenecientes al grupo “Los Once”, se destacaron como artistas gráficos desvinculados de aquella tendencia pictoricista que predominaba desde comienzos de siglo, y combinaron perfectamente la abstracción y el diseño gráfico.

No es posible cerrar estos antecedentes sin mencionar los letreros que denunciaban la opresión de la dictadura batistiana, el carácter asesino de Batista⁴ y otros sicarios, y que proliferaron en muchas paredes, escritos siempre clandestinamente y, por tanto, a veces burdamente hechos. Formaron parte, durante los últimos años del batistato, de la imagen de las ciudades, y se buscaban también como portadas de la revista Bohemia y otras publicaciones que cifraban muy inteligentemente alusiones a la lucha clandestina. No suponemos que fueran conscientemente diseño gráfico, pero cumplieron el papel de movilizar e informar, aunque fuera espontáneamente.

Surgimiento de un nuevo paradigma social

Los lugares comunes ocupan un lugar privilegiado en la cultura elitista y popular y son, en muchos casos, esenciales a fuerza de una bien ganada reputación. Existen porque la realidad es capaz de generarlos en múltiples direcciones y lanzarlos por el aire para que sean respirados, adheridos, asimilados, en fin, apropiados democráticamente. Nadie escapa al lugar común porque es imposible, por mucho que se enmascaren en frases y argumentos *up to date* y en un pensamiento *avant-la-lettre* de revista especializada. Uno de esos lugares comunes es decir que el cartel cubano, el diseño gráfico en general, nació en 1959 luego de las radicales transformaciones económicas, sociales, políticas y culturales llevadas a cabo en la nación. Y creció fuerte y saludable, huérfano de padre y madre, porque nada corrobora una ascendencia legítima digna de mención. (Herrera, 1995, pp. 265-266)

Estamos conscientes cuán difícil resultaría hacer una exhaustiva explicación de los efectos que tuvo en el país el triunfo revolucionario y la posterior derivación hacia una sociedad socialista. Debe destacarse que dichos efectos abarcaron y alteraron todos los aspectos del entramado social cubano. En el campo que nos ocupa, la transformación produjo casi de inmediato consecuencias impactantes que analizaremos a continuación.



En primer lugar, fue evidente la necesidad de transmitir mensajes que ideológicamente unificaran a la población, que pudieran ser masivamente distribuidos y sirvieran, no solo para la formación política, sino cognoscitivo-educativa en todas las esferas de la vida social. Esto solamente se podía lograr con el carácter e inmediatez que se requería, si se lograba desvincularlos de patrocinadores particulares y se articulaban al conjunto de los organismos del Estado –y posteriormente del Partido Comunista de Cuba–, quienes serían ahora los nuevos comitentes como representantes del diferente orden social que se aspiraba alcanzar.

Muchos y variados fueron los portadores utilizados para dicha transmisión, entre ellos, las carismáticas figuras revolucionarias y su accionar, sus discursos, las medidas sociales en beneficio de las mayorías antes marginadas, la reestructuración de las jerarquías sociales resultantes de estas medidas, etc. Todos eran válidos y cumplían las funciones antes señaladas, desde las fotografías de los dirigentes y de los héroes de las luchas, ilustraciones en pañuelos y textiles en general, postales, vajillas, almanaques, etc., hasta las grandes ilustraciones que cubrían todo o parte de los edificios de la Plaza de la Revolución. Tampoco se deben olvidar las portadas de revistas y periódicos que ya aparecían vinculadas a diferentes aspectos de la Revolución; pero uno de los más eficaces fue el cartel, entre otras razones porque después de años de recogimiento y clandestinaje, la vida fue más pública y dinámica, el pueblo ocupó las calles y el cartel⁵ relucía en ellas.

El cartel respondía a la ideologización por su relativamente fácil producción, distribución, manipulación –y no solo en el sentido físico del término. Se convirtió en uno de los vehículos idóneos para alcanzar también la masividad que se planteaba el Estado revolucionario, por su capacidad de saturar rápidamente el conglomerado social, a través de los programas implementados para la alfabetización, la extensión de la enseñanza a toda la población, la posibilidad de estudios universitarios, la publicación intensiva y extensiva de libros, etc. Nadie quedaría fuera de este interés educativo, formativo, al seguir el credo martiano de que solamente se puede ser libre si se es culto; por ese papel protagónico, nos centraremos en esta tipología y

↑ *Fidel Castro* (1959), Eladio Rivadulla.

fundamentalmente en los de temática política –creemos firmemente que no han sido abordados con el detenimiento y la profundidad que merecen, a diferencia de otras temáticas–, en la década comprendida entre 1965 y 1975, conocida como “edad de oro”, y en los ya mencionados autores que la sustentan.

Pero tampoco se puede estrechar el significado ideológico a lo estrictamente político pues en el efervescente tráfico social, los motivos de interrelación eran amplísimos y abarcaban los laborales, estudiantiles, recreativos, de preparación militar, de vigilancia revolucionaria, de ganancias de derechos –sexuales y raciales, pero también de oportunidades iguales para el desarrollo personal– y en todos ellos el componente ideológico era fundamental para la consecución de las múltiples tareas que se emprendían en todos los frentes. Todo esto nos lleva al punto en que a pesar de la cercanía semántica entre propaganda y publicidad, el papel que cumplían los carteles estaba más en su vertiente de propagador de ideas que en la comercial, ya que la segunda fue rápidamente eliminada de todos los media, medida que todavía hoy está parcialmente en vigor. También tomaron fuerza nuevos soportes estrechamente emparentados como las vallas, y los laminarios, por ejemplo, que se distribuían desde escuelas hasta centros de trabajo para ser usados en los “murales” que informaban de cuanto acontecía en cada lugar específico, y también nacionalmente. De este modo, la propaganda llegaba rápida y eficaz a todos, a la vez que añadía a la masividad la fuerza de las relaciones personales, grupales, más íntimas, lo cual llevaba del espacio público uno más reservado.

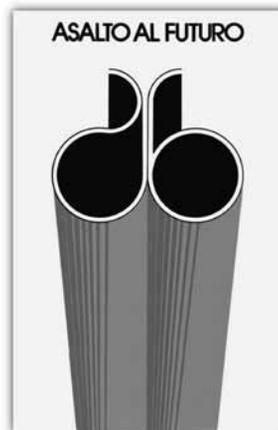


Es indiscutible que uno de los efectos más potentes de los cambios revolucionarios fue la conversión de masas, iletradas mayoritariamente, de consumidores pasivos en un pueblo cada vez más educado en todas direcciones, necesitado de satisfacciones espirituales siempre mayores en la misma medida en que se le iban brindando o, incluso que las reclamaba con más celeridad. Ese cambio, en primer lugar, produjo avidez, reacomodos de funciones de organismos estatales existentes y la creación de otros, los cuales se convirtieron en los nuevos comitentes.

La afección fue producto, entre otras razones, del paulatino aumento del nivel educacional y de la mejor situación económica de las familias, tanto en los espacios urbanos como en los rurales, aunque durante bastante tiempo y a causa de las abismales diferencias existentes, resultó más evidente en los primeros que en los segundos. También como efecto acompañante, la necesidad de cualificar estéticamente los ambientes domésticos, una tradición, nos atrevemos a señalar, de preocupación por la estetización de los entornos hogareños. Tanto la calidad artística de los carteles, como las ausencias de objetos de adorno fácilmente adquiribles (no olvidar las carencias materiales que en todas direcciones nos golpearon rápidamente), y el paulatino desgaste de algunos tradicionales, pesaron en esta novedosa utilización y, no menos importante, en el surgimiento y consolidación de iconos que se convirtieron en signos identitarios personales, nacionales y algunos que ampliaron su influencia hasta alcanzar planos internacionales.

En cuanto al reacomodo de funciones, los organismos estatales existentes estaban diseñados de tal manera, que no podían cumplir las necesidades completamente diferentes que se presentaban diariamente, y fue necesario cambiarlos o sustituirlos por otros del mismo modo que toda la estructura del Estado fue removida desde los cimientos.

Para la propaganda gráfica, como hemos señalado anteriormente, ya no eran comerciantes o candidatos electorales los que la encargaban, y ya los carteles no eran publicidad de productos y servicios comerciales o campañas personales. Ahora eran los organismos gubernamentales, las organizaciones sociales, el Partido Comunista de Cuba, quienes comisionaban las obras según las múltiples exigencias que debían satisfacer. Y estas iban desde campañas para movilizaciones a la agricultura, vacunación contra distintas enfermedades, de alfabetización masiva, de ahorro de electricidad; exhortaciones para prepararse para la defensa, combatir el ausentismo laboral, aumentar la disciplina vial; celebraciones de conciertos, exposiciones, funciones de teatro o ballet, conmemoraciones de nacimientos y defunciones de héroes, batallas y sucesos importantes de las guerras de liberación, solidaridad con pueblos de todo el mundo, exhibiciones de filmes y documentales, festivales, concursos, en fin todas las acciones sociales posibles.



Dados estos cambios, los profesionales del sector, que habían recibido y ejercitado un excelente entrenamiento en las agencias publicitarias, abandonaron el país cuando aquellas lo hicieron o bien continuaron trabajando ahora en las nuevas estructuras como empleados estatales, a la vez que enfrentaron la formación de los a veces tan jóvenes como ellos que se incorporaron a la creación gráfica. No fue una tarea fácil, ya que estos procesos no se desarrollaron linealmente, hubo enfrentamientos y prejuicios tanto ideológicos como estéticos; en ocasiones arduos pero, en general los diseñadores obtuvieron libertad expresiva y respeto. Y en cuanto a las limitaciones tecnológicas, esta cita resume muy bien lo sucedido:

La escasez de medios que tenían los diseñadores no fue un freno para la labor creadora, al contrario, novedosas soluciones resueltas con gran economía de recursos gráficos, síntesis compositiva, espacios vacíos, asociación de imágenes, pocas tintas y colores planos, textos cortos y una técnica artesanal fueron un excelente producto de esta realidad, de tal manera que se lograron carteles de un real interés estético-comunicativo.

Los carteles de la década del 60 y 70, conocida como época de oro del cartel cubano, nacieron con una estética muy particular marcada por la impronta de la inmediatez y por su técnica de impresión serigráfica (como única opción prácticamente), con la que se lograba la autenticidad de un original, por lo artesanal del método, en una reproducción múltiple. De tal manera que estas piezas desbordaron los límites epocales y comunicacionales para las que fueron creadas, trascendiendo al futuro, con un sentido exacto de lo cubano. (López, 2007, pp. 2-7)

Creación de instituciones culturales

De 1965 a 1975: maduración de un modo de hacer. Una caracterización del contexto en que se conformó una nueva gráfica en Cuba pasa por considerar que: a) la dinámica de transformación del país producía una demanda constante de comunicación visual, y b) los diseñadores estaban agrupados alrededor de instituciones que les propiciaban una ejercitación sistemática, con mucha libertad expresiva. Dicho en términos de mercadotecnia, existió un clímax en que se equilibraron demanda y oferta. Ese clímax se puede decir que duró unos 10 años y es considerado por muchos especialistas como la etapa más fértil en la historia del diseño cubano. Algunos autores se refieren a ella como «la era dorada» de nuestro diseño. (Menéndez, 2007)

Hemos mencionado en general a los nuevos comitentes, pero ahora quisiéramos referirnos a aquellas instituciones que fueron fundamentales para el desarrollo de la cartelística cubana desde las primeras décadas del triunfo revolucionario, porque desde ellas se generaron los más importantes ejemplos de la nueva gráfica cartelística, pero también nos acercaron a lo mejor y más contemporáneo de la cultura mundial.

En 1959 se fundaron el Instituto Cubano del Arte e Industria Cinematográficos (ICAIC) y la Casa de las Américas y posteriormente en 1961, el Consejo Nacional de Cultura (CNC). Sus objetivos eran complementarios y abarcaban las principales preocupaciones socioculturales de la Revolución. El ICAIC tenía la doble función de desarrollar una industria cinematográfica nacional –utopía irrealizable anteriormente-, y cultivar el conocimiento y el gusto del público con lo mejor de la producción de

cine mundial, y fue muy útil para abrir puertas fílmicas que hasta ese momento eran absolutamente desconocidas en el país. La Casa de las Américas nos vinculaba con lo mejor de la intelectualidad latinoamericana y los artistas de la región, tanto los de circulación en galerías y museos, como aquellos vinculados con las manifestaciones populares tan ricas, sin olvidar, por supuesto, a la literatura y la música. Por su parte, el Consejo Nacional de Cultura cumplía la función social de la promoción de eventos e instituciones culturales a nivel nacional, puesto que era de vital interés que no se olvidara nunca más el desarrollo de hasta las más alejadas comunidades, tanto las ya existentes, como las nuevas que iban surgiendo a todo lo largo del país. También el sistema de enseñanza artística se fue afianzando, y para que el pueblo no fuera solamente un receptor pasivo, sino un participante activo, proliferaron las Casas de Cultura con sus instructores de arte que fueron extendiendo la actividad cultural a todas las edades.



En este recuento no puede dejar de mencionarse al Ballet Nacional de Cuba, institución que precariamente sobrevivía como obra personal de Alicia y Fernando Alonso frente a la apatía e indiferencia de los gobiernos anteriores a 1959. Ahora, se le brindaban todos los recursos necesarios y se apoyaba esta manifestación en otras partes elitista, pero que en Cuba se ha convertido en patrimonio disfrutado por todos. Así mismo ocurrió con otras –también consideradas siempre cotos cerrados de la burguesía más “educada”–, como la zarzuela, la ópera y el teatro. Todas ellas encontraron espacios para desarrollarse y llegaron a transmitirse por la televisión en un esfuerzo sin precedentes en el ámbito cubano.

Como tampoco puede quedar fuera la constitución de la Unión Nacional de Escritores y Artistas (UNEAC) aglutinadora en sus diferentes Secciones de lo mejor de la intelectualidad cubana y desde donde también se generaron carteles y, sobre todo, los Encuentros de Diseño Gráfico (el primero en 1979 y el segundo en 1985, ya fuera de nuestros límites temporales), donde se discutieron diversas problemáticas que afectaban al cartel.

Todas estas instituciones generaron una extraordinaria cantidad de carteles promocionales, realizados en el ICAIC por diseñadores como Rafael Morante, Eduardo Muñoz Bachs, Raúl Oliva, Holbein López, René Azcuy, Antonio Pérez (Ñiko), Antonio Fernández Reboiro, Luis Vega y Julio Eloy Mesa, entre otros. En la Casa de las Américas trabajó por más de veinte años el diseñador Umberto Peña. Algunos de los diseñadores en los años iniciales del Consejo Nacional de Cultura fueron: los hermanos Rolando y Pedro de Oraá, José Manuel Villa, también Umberto Peña, Raúl Martínez, Héctor Villaverde, César Mazola, Rafael Zarza, Ricardo Reymena y Juan Boza. Adelantamos ahora que estos realizadores pusieron en pocos años al CNC a la vanguardia del cartel cubano, pero por una parte no se mantuvo la estabilidad de autores, formatos y técnica de reproducción, y por otra, lamentablemente, la producción de carteles del CNC se ha perdido bastante, por lo cual es imposible analizar sus aportes grupales e importancia y, consecuentemente, se ha minimizado injustamente sus logros.



Desde el principio los carteles procedentes de todas ellas mostraron todas las posibilidades creativas sin estar sujetos a limitaciones más allá de las tecnológicas, y mostraron una amplia gama de relaciones entre los contenidos a divulgar y las formas artísticas para hacerlo. En sentido general, se generó una riqueza interesante de tropos visuales y de utilización de los textos.

Creación de otras cardinales instituciones más directamente vinculadas con la temática política

No fue solamente la Comisión de Orientación Revolucionaria (COR) la que aglutinó y dirigió toda la producción de carteles más directamente vinculados con las temáticas de educación social y política, pero sí la consideramos la más importante. Fundada en 1962, se nutrió en 1967 de jóvenes diseñadores que habían pertenecido a la Agencia de Intercomunicadores creada en 1960 -uno de los dos principales conglomerados de

diseñadores que surgieron en estos años luego de la intervención y liquidación de las agencias publicitarias⁶ - y que se ocupaba de los encargos de publicidad oficial de las entidades del gobierno en su propaganda menos partidista. (Bermúdez, 2000, p. 93).

Esta Comisión en 1974 pasó a llamarse Departamento de Orientación Revolucionaria, nombre que mantendría hasta 1984 en que se estableció como Editora Política y amplió sus funciones hasta la publicación de libros, folletos, etc. disminuyendo notablemente la producción de carteles. Entre los creadores aparecían Guillermo Menéndez, Tony Évora, Joaquín Segovia y Silvio Gaytón, Olivio Martínez, José Papiol, René Mederos, Ernesto Padrón, Faustino Pérez, Félix Beltrán, Ramón González, Gladys Acosta, Daisy García, Eufemia Álvarez, entre otros.

Por su parte, 1966 es el año de surgimiento de la Organización de Solidaridad con los Pueblos de Asia, África y América Latina (OSPAAAL), la entidad que junto al ICAIC y el COR, puede ser considerada la otra gran productora de carteles. Los carteles de la OSPAAAL estaban destinados a transmitir mensajes políticos de solidaridad, fundamentalmente con procesos de descolonización/ reivindicación social / antiimperialismo en diversos países del Tercer Mundo. Inicialmente se hicieron circular doblados y encartados dentro de la revista *Tricontinental* (cuya tirada llegó a ser de 50000 ejemplares). Usaban un formato pequeño y un lenguaje gráfico asimilable por individuos de culturas e idiomas diferentes, que privilegiaban la imagen sobre el texto. La principal figura de la cartelística de la OSPAAAL fue Alfredo Rostgaard, pero también se destacaron Lázaro Abreu, Olivio Martínez, Rafael Morante, Jesús Forjans, Faustino Pérez, Berta Abelenda, Rafael Enríquez y René Mederos.

Superación nacional y vínculos con profesionales extranjeros

Los nuevos contextos en que se desarrollaba el diseño gráfico y los contenidos que debía comunicar necesitaban formas diferentes a las que primaban hasta entonces, pero por un tiempo, sin embargo, se produjeron superposiciones de contenidos y formas antagónicas. Los cambios no surgieron por dictamen sino por necesidades intrínsecas de aquel momento histórico y fueron resultado de un paulatino dominio de su lenguaje específico. En el ámbito nacional, no había existido una preparación sistemática de los profesionales del sector –sin contar con la Escuela Profesional de Diseño fundada en 1954, y algunas pequeñas de publicidad–, sino más bien una enseñanza práctica alrededor de algunos diseñadores que habían estudiado fuera de Cuba, y esta situación todavía duró cierto tiempo, aunque con avances no desdeñables.

Tampoco fue de poca importancia que como nunca antes se produjera una perfecta conjunción con el resto de las manifestaciones plásticas y que no solamente creadores importantes como Mariano Rodríguez, René Portocarrero, Servando Cabrera participaran de esta nueva actividad, sino que los diseñadores gráficos asumieran con inteligencia y creatividad las influencias de la vanguardia artística nacional e internacional. Dado que la variedad temática ya estaba dada por las necesidades que debían satisfacerse, la variedad estilística fue beneficiada y enriquecida con estas vinculaciones.

Debe entenderse que por razones que desbordan este trabajo, pero que influyeron en el diseño gráfico negativamente, prácticamente a partir del triunfo de la Revolución, “los viajes de cubanos al exterior fueron escasos, como también de extranjeros a la

isla. Las 'zonas de contacto' entre el diseño cubano y el mundo estuvieron reducidas, sobre todo en las décadas del 60 y 70, quedando los ejemplos que se mencionan, más algunas revistas y libros que se recibían como excepciones de un estado de incomunicación con el mundo" (Menéndez, 2007).

Podríamos afirmar que el cambio que se operó en estos primeros años tuvo bases internas, pero no deben ignorarse completamente las influencias externas, fundamentalmente las provenientes del llamado campo socialista. Por ejemplo, en 1964 viajó a Cuba Tadeusz Jodlowski, profesor de la Academia Superior de Bellas Artes de Varsovia, para impartir un curso a los diseñadores del Consejo Nacional de Cultura. Este primer encuentro directo con la escuela polaca de diseño –tan diferente de los códigos estéticos norteamericanos en boga en Cuba– fue útil para los jóvenes creadores del patio. Además, en 1969 vinieron a La Habana los diseñadores gráficos polacos Wiktor Gorka, Waldemar Swierzy y Bronislaw Zelek. Tuvo además continuidad en las posteriores estadias de César Mazola (en 1965), de Héctor Villaverde (en 1966) y de Rolando de Oráa (en 1967) en Polonia, para estudiar durante seis meses bajo la tutoría de Henryk Tomaszewski.

Otros antecedentes comparables con esta superación profesional fuera de la Isla serían los estudios de Arte y de Diseño de Félix Beltrán en universidades de primer nivel de los Estados Unidos, muy al inicio de la década, y la carrera de nivel superior de Esteban Ayala en la Escuela Superior de Gráfica y Arte del Libro de Leipzig, República Democrática Alemana (entre 1962 y 1966). Sin menospreciar que por muy difícil que fuera, siempre se mantenía el flujo de información, aunque más debilitado, a través de amistades personales o de la Revolución, de instituciones docentes y culturales, de suscripciones a revistas especializadas, etc. También se deben tener en cuenta eventos importantes realizados en Cuba como el VII Congreso de la Unión Internacional de Arquitectos en 1963 y el Salón de Mayo en 1969, donde se presentaron obras de artistas internacionales consagrados y vinculados a las últimas tendencias artísticas.

Se alcanzaba así el momento de máximo esplendor, la consolidación de un modo de hacer en función de una coyuntura social muy particular. La generación que la había llevado a cabo estaba en su plena madurez. No había, sin embargo, un relevo a la vista. Los primeros intentos de fundar una escuela de diseño, la Escuela de Diseño Industrial e Informacional, dentro el Ministerio de la Industria Ligera en 1969, no habían tenido continuidad ni arraigo. Y muy tardíamente se produjo la creación de la revista *Diseño* (1970, tres números) y todavía más tarde, en 1973, la misma entidad, COR, concibió *Materiales de Propaganda*, tristemente de salida muy irregular.

Como señalamos anteriormente, fue sobre todo el contacto directo entre los diseñadores más formados y los más jóvenes lo que produjo un avance evidente de calidad y a esto debemos sumar, como de alguna manera ya hemos dicho, la proliferación de revistas que les dieron cabida como jefes de diseño y realizadores para la obtención de cada vez mayor dominio y la vinculación con el resto de las artes plásticas. Así, en 1962 surgió *Cuba*, sucesora de *INRA* (Instituto Nacional de Reforma Agraria) muy avanzada para su época, que contaba con José Gómez Fresquet (Frémez), y luego con Héctor Villaverde, Roberto Guerrero, Luis Gómez, Jorge Chiniqúe, y como fotógrafos a figuras tan talentosas como Korda, Raúl Corrales, Iván Cañas y Luc Chessex, suizo radicado en el país, entre otros.

Junto a *Cuba*, las revistas más notables de este período fueron *La Gaceta de Cuba* (surgida en 1962, con diseño de Tony Évora), *Pueblo y Cultura* y *Revolución y Cultura* (desde 1963), revistas diferentes pero emparentadas, en las cuales intervinieron por periodos Héctor Villaverde y José Gómez Fresquet (Frémez). Por su parte, desde 1960, la revista de la Casa de las Américas se vinculó durante más de veinte años con la obra de Umberto Peña, quien como Eduardo Muñoz Bachs en *Cine Cubano*, marcaron brillantemente dichas publicaciones.

Como resultado de toda esta labor, el cartel cubano empezó a concitar interés en Europa y en algunas otras plazas importantes de las artes visuales en el mundo. A través de artículos en revistas y de exposiciones van dando a conocer una realidad social particular y un modo de reflejarla a través del diseño, todo lo cual atrajo atención y fue elogiado. Algunas de las exposiciones de carteles nacionales más importantes de esta etapa fuera de Cuba fueron: 1968, Galería Ewan Phillips, Londres; 1969, Museo de Arte Moderno, Estocolmo; 1971; Museo Stedelijk, Ámsterdam; Museo del Arte y de la Industria, París, y Biblioteca del Congreso (Sección Fílmica), Washington, todas con el título de *Carteles Cubanos*. Sin duda, dado que fue el cartel el género más representativo del auge en la gráfica cubana de esta época, opacó otros logros que permanecen hasta hoy poco abordados, entre ellos el diseño para exposiciones y de sellos de correo. Estos últimos lograron también en poco tiempo, convertirse en dignos acompañantes del prestigio cartelístico y adquirir niveles artísticos muy altos.



Conclusiones

A modo de conclusión, el cartel político se podría calificar como un cartel de mensaje muy directo y sintético, de forma tal que su lectura sea rápida y efectiva; carente de ambigüedades, generalmente movilizador y de un consumo más interno –léase nacional–. En general estos carteles no eran utilizados para estetizar interiores domésticos, sino para hacer presente la figura de los líderes –sobre todo de Fidel–. Su ubicación era más habitual en exteriores muy visibles y centros de trabajo.

En contraposición, el cartel cultural en general, y más particularmente el del ICAIC, sí podía ser ambiguo, sutil, sugerente y no necesariamente directo; su movilización era de otro tipo, no obligatoriamente inmediata. La ubicación en que se emplazaban habitualmente dichos carteles –cines, teatros, y otros– propiciaban el detenimiento para su lectura, y la información que brindaban podía ser utilizada incluso posteriormente. Su impacto era más estético que movilizador, y se le daba un amplio uso como elemento decorativo doméstico. No obstante, tanto el cartel político como el cultural eran en mayor o menor medida de comunicación inmediata, con una claridad expositiva evidente.

En cuanto a las características formales y estéticas, de forma muy general se podría resumir que el uso del color era arbitrario, natural, y a veces con pocos o raros colores y combinaciones, estilo violeta y rosado; verde y gris, etc. Evidentemente estas características están relacionadas con la carencia de recursos que atravesó el país desde 1959, y que propició que los diseñadores fomentaran y desplegaran soluciones imaginativas y creativas que dieron como resultado la nueva visualidad gráfica de la renaciente cartelística cubana.

Esta nueva creatividad se apropió de los códigos más utilizados en la realización de los carteles, como son el dibujo, la fotografía, la tipografía, el uso del blanco y negro, de los recursos que aporta la serigrafía como método de impresión; y que marcaron un estilo autóctono y dieron como resultado obras con un marcado valor artístico.

Han sido destacados también algunos de los antecedentes que hasta cierto punto prepararon a los profesionales del diseño gráfico y cómo se generó por variadas y poderosas razones –políticas, sociales, culturales, etc.– un clima nuevo, distinto, propiciador del desarrollo general del cartel cubano, poseedor de características éticas, estéticas y artísticas que lo hicieron durante mucho tiempo, una herramienta efectiva que transmitía los nuevos valores presentes en Cuba revolucionaria a todos los confines y cuidadosamente presentes en aquellos de temática más política, siempre lejos, en sus mejores ejemplos, del panfleto empobrecedor⁷.

Notas

- 1 La frase “el cartel es un grito en la pared” se le atribuye a Josep Renau Berenguer, (Valencia, 1907 - Berlín, 1982).
- 2 Este trabajo es parte del primer capítulo de la tesis de maestría del autor.
- 3 Este “sistema de estrellas” imponía, también en los carteles que venían junto con las películas, esquemas poco artísticos y muy comerciales, centrados más en la sobrevaloración de la imagen de los intérpretes principales. Sin embargo, los realizados por Eladio Rivadulla (1943-1944) para el mercado nacional, y a pesar de todas sus posibles limitaciones, lograron apartarse de la tónica impuesta desde Estados Unidos.
- 4 Fulgencio Batista llegó al poder en marzo de 1952 a través de un golpe militar y huyó de Cuba el 31 de diciembre de 1958.
- 5 Valga a modo de ejemplo la rápida acción del experimentado diseñador Eladio Rivadulla: “A tan solo unas horas de conocerse la noticia de la victoria del Ejército Rebelde sobre la tiranía, el 1ro de Enero de 1959, aparecen pegados en las calles habaneras 100 ejemplares del primer cartel de la Revolución. Con gran pregnancia y economía óptima, por el empleo de solo dos tintas, roja y negra, con gran carga simbólica, por ser los colores del Movimiento 26 de Julio” (López, 2007, pp. 2-7).
- 6 Todas estas intervenciones hicieron “que creciera el número de diseñadores gráficos, personal técnico y oficinas publicitarias bajo control estatal (...)” (Bermúdez, 2000, p. 86).
- 7 Conscientes de que el panfleto tiene una historia interesante y para nada se le puede acusar siempre de empobrecedor pues existen ejemplos vibrantes en dirección contraria: recordar solamente el cine “obrero” del cineasta inglés Ken Loach, o la propia gráfica expresionista alemana del siglo XX, o algunos carteles soviéticos que llamaban al enfrentamiento a los invasores alemanes durante la segunda guerra mundial. Es claro que no nos referimos al mejor panfleto, sino exactamente, al empobrecedor y que, afortunadamente, desapareció rápido del panorama nacional donde había comenzado a levantar cabeza tanto en carteles como en murales.

Referencias bibliográficas

- Abbot, A.** (1965 [1828]). *Cartas escritas en el interior de Cuba, entre las montañas de Arcana, en el Este y las de Cusco, al Oeste, en los meses de febrero, marzo, abril y mayo de 1828*. La Habana.
- Bermúdez, J.R.** (2000). *La imagen constante. El cartel cubano del siglo XX*. La Habana: Letras Cubanas
- Carpentier, A.** (abril-junio de 1969). Una siempre renovada muestra de artes sugerentes. *Cine cubano*, n° 54-55, 90 – 91.
- Cushing, L.** (2003). *¡REVOLUCIÓN! Cuban Poster Art*. San Francisco: Chronicle Books
- De Juan, A.** (1983). *Pintura y diseño gráfico de la Revolución*. [Conferencias-texto para la asignatura Pintura y diseño gráfico en la Revolución (1959-1979)]. La Habana: Universidad de La Habana

González, R. (2007) *El diseño gráfico en Cuba, una carrera de relevos*, tomado el día 10 de marzo de 2010 de la página web de la Casa de las Américas de La Habana, <http://www.casa.cult.cu/artesplasticas/eventos/2007/cubagrafica/inicio.php>

Herrera Ysla, N. (1978). *La imagen gráfica de la ciudad. Revolución y Cultura*, N° 67, La Habana.

-----**(1995).** *Una poética gráfica insular*. Cat. Cuba Siglo XX. Las Palmas de Gran Canaria: Centro Atlántico de Arte Moderno.

López Hernández, F. (2007). Cartel cubano, ¿ruptura o continuidad? *RGB+K Boletín del Centro de Información para el diseño*, vol. 1, N° 2 julio, 2-7, La Habana.

Menéndez, P. (2007). *Apuntes para una cronología del diseño gráfico en Cuba (de 1950 a la actualidad)*, tomado el día 10 de marzo de 2010 de la página web de la Casa de las Américas de La Habana, <http://www.casa.cult.cu/artesplasticas/eventos/2007/cubagrafica/cronologia.php>

Rosemond de Beauvallon, J-B. (1844). *L'île de Cuba*. Paris: Dauvin et Fontaine

Villaverde, C. (1961). *Excursión a Vueltabajo*. La Habana: Dirección de Cultura del Ministerio de Educación

(Artículo recibido: 05-09-2010; aceptado: 17-09-2010)