

Imágenes en guerra. Las muchas vidas del cartel político republicano español de 1936 a 1939

JAVIER PÉREZ SEGURA*

Resumen

Surgidos a finales del s. XIX, los carteles políticos constituyen uno de nuestros sistemas icónicos más complejos. Durante el s. XX, y gracias a la necesaria relación entre modernidad y conflictos sociales y políticos, se convirtieron en fundamentales para entender la cultura visual occidental. La guerra civil española (1936-1939), como la primera confrontación internacional entre el totalitarismo y la democracia, llevó el cartelismo político a uno de sus momentos clave. En el artículo se analizan su naturaleza y objetivos, así como los diferentes lenguajes y medios que se utilizaron; entre ellos destacó la fotografía que, a través de fotomontajes, fotomurales o postales, intentó cambiar el curso de la guerra confiando en que su circulación tan intensa entre España y algunos países europeos podría conseguir la victoria final.

Palabras clave

España, guerra civil, cultura visual, cartel político, fotografía, Renau, La Esquella de la Torratxa.

Abstract

Born at the end of the XIXth century, political posters constitute one of our most complex iconic systems. Along the XXth century, and due to the necessary relationship between modernity and the social/political conflicts, they turned out essentials to understand Western visual culture. Spanish Civil War (1936-1939), being the first international confrontation between totalitarianism and democracy, led political posters up to a prominent peak. In this essay are being described their nature and targets, as well as the different languages and technical media then used; among them, photography became extremely notorious and, through photomontages, photomurals and postcards, firmly tried to change the course of the war, hoping that such an intense visual traffic between Spain and some of the European countries could achieve the final victory.

Keywords

Spain, Civil War, visual culture, political poster, photography, Renau, La Esquella de la Torratxa.

* * * * *

El cartel político, hijo audaz, desesperado y revolucionario del cartel publicitario, nació en diversos rincones de Occidente durante la Gran Guerra. Desde el principio se apropió de todo lo signico visual y escrito que había ido atesorando (o simplemente acumulando) la cultura visual

* Profesor Titular del Departamento de Historia del Arte Contemporáneo de la Universidad Complutense de Madrid.

moderna. Caótico por ecléctico, siempre imposible de clasificar —como demuestran los muchos intentos fallidos que pueblan las estanterías de biblioteca o los cajones de archivo— tomó la calle para destronar al tradicional binomio cuadro-museo y, mucho más importante, para saturar de imágenes ideologizadas la vida de los habitantes de ciudad o de pueblo. Esa metáfora de un “paisaje de papel” es tan sugerente, además, porque está vinculada a la de paisaje en movimiento, puesto que en lo efímero y estrictamente actual subyacía gran parte de sus expectativas. Seguramente por eso, me temo, no hemos llegado a sentir del todo “la sangre” de los carteles políticos, abismados como estamos respecto al tiempo que los produjo.¹

Cualquier mínima historia del cartel político empieza con una imprescindible “revista a las tropas”, que si bien eran muy exiguas a finales del siglo XIX no lo serían tanto a mediados de la década de 1910. Por una parte, los carteles nacidos de la necesidad de alistamiento a la primera guerra mundial o de resistencia al enemigo durante su transcurso;² por otra, los impresos a partir de la Revolución bolchevique. En todo caso, son de muy distinto signo porque los primeros seguían fieles a ciertas ideas tradicionales de oficio, estilo o retórica de la imagen. El ejemplo más reiterado tal vez sea el del francés Jules Abel Faivre [fig. 1], fechado en 1916 e inspirado en fuentes prestigiosas del pasado como *La libertad guiando al pueblo* (1830), de Eugène Delacroix, apropiación muy pertinente no sólo por motivos de eficacia en la composición sino por compartir unos mismos ideales anti-imperialistas, dando igual que en el caso del pintor romántico fuera la monarquía gala y en el de Faivre el imperio germano. A su vez, el cartel de 1916 anuncia una de las mayores virtudes de este tipo de producción: su capacidad para actualizar imágenes previas y, al mismo tiempo, servir de inspiración a productos futuros. En su caso, el cartel original que hizo Bernard Lancy para la película *Espoir Sierra de Teruel* (1939) [fig. 2] [fig. 3] de André Malraux. En un contexto de guerra civil a punto de concluir, o recién concluida, siempre me ha sorprendido que dicho cartel no fuera encargado a un español por motivos más que obvios. De hecho, los carteles no son secundarios en el desarrollo de la película: baste recordar que el celeberrimo *Aixafem el feixisme* (*Aplastemos*

¹ Este artículo se inscribe dentro del Proyecto del Plan Nacional Mineco I+D+i HAR 2014-53871-P, “50 años de arte en el Siglo de Plata español (1931-1981)”.

² Una bibliografía para introducir al lector en el tema es la siguiente: BARNICOAT, J., *Los carteles. Su historia y lenguaje*, Barcelona, G. Gili, 1976; ENEL, F., *El cartel: Lenguajes/Funciones/Retórica*, Valencia, Fernando Torres, 1977; RUIZ-GRANADOS, P. L., “El nacimiento del cartel político y su relación con las vanguardias”, *Questiones publicitarias: revista internacional de comunicación y publicidad*, 6, MAECEI, Universidad de Sevilla, 1997, pp. 63-72, o el catálogo de la exposición *14-18 Des affiches et des hommes*, Conseil Général des Landes, 2008-2009.

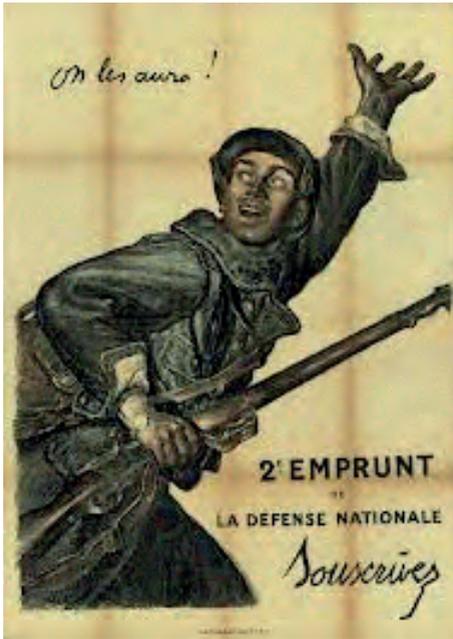


Fig. 1. J. A. Faivre, *On les aura*, MOMA, Nueva York, 1916.

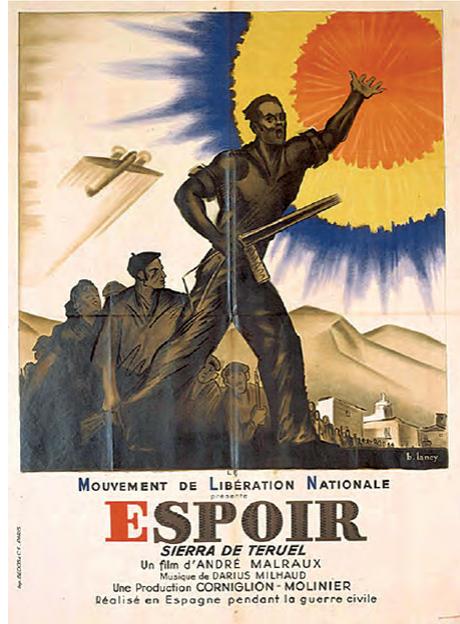


Fig. 2. B. Lancy, *Cartel de la película Espoir*, 1939.

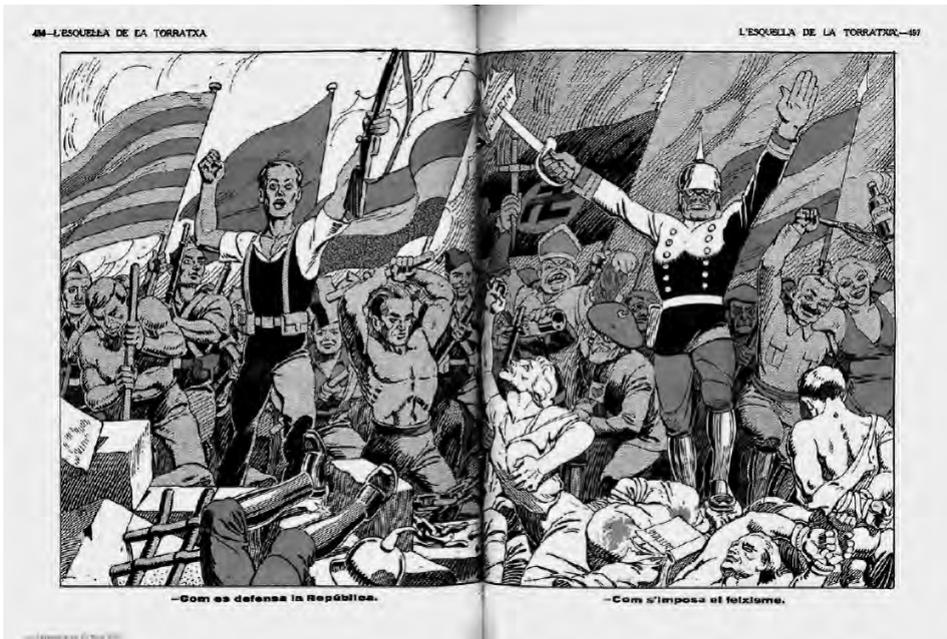


Fig. 3. Anónimo, "Sin título", *La Esquilla de la Torratxa*, Barcelona, LX, 2976, 14 de agosto de 1936.

el fascismo) (1938), de Pere Català Pic, cubre una pared de la habitación donde está el radiotransmisor, máquina tan importante en el hilo argumental de la historia.

Los segundos, los surgidos a partir de la Revolución de 1917, son de un orden y naturaleza muy distintos, y tendrán influencia notable en algunos carteles políticos que se imprimirían durante la guerra civil española. Conocidos como ROSTAS (siglas que se suelen traducir por “Agencia de los Telégrafos Rusos”), Ceremnych y Maiakovski fueron los pioneros y los produjeron con un lenguaje claramente antipasatista, negando los códigos de la pintura realista para confiarlo todo a un diseño industrial inspirado en viñetas, cómics y dibujo infantil.³ En tres años —entre 1919 y 1922— ellos y su legión de dibujantes produjeron varios miles de carteles, inundándolo todo: calles, locales de reunión y sedes oficiales. Los ROSTAS se exponían en escaparates que eran renovados cada pocos días y venían a servir como peculiares noticieros de la actualidad interna y de cómo se desarrollaba la guerra.⁴ Sí, alguien podría pensar que esa estrategia fue la que inspiraría a Josep Renau para sus fotomontajes en el pabellón republicano en la Exposición Universal de París 1937, claro, o la que induciría la idea de periódico mural, formato metaperiodístico y metacartelístico por excelencia. También en la estética (simplificadora, colorista, de perfiles angulosos) de una parte destacada de los carteles políticos que se hicieron durante la guerra civil, aunque de eso hablaremos más tarde.

Cada conflicto bélico a partir de la Gran Guerra estimuló la reaparición de carteles políticos, siendo de especial interés los producidos durante los años treinta y cuarenta en los regímenes totalitarios europeos;⁵ también para determinadas campañas electorales, denuncias concretas (el caso de Ben Shahn es uno de los más elocuentes) o hitos activistas, que fueron implícitos (Estampa Popular en España, desde los años cincuenta) o explícitos, como los del año 68, donde resurgieron los talleres colectivos

³ TREVIÑO AVELLANEDA, C., “Cartel ruso-soviético en el periodo leninista”, *Arte_0*, Madrid, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense, [<http://www.ucm.es/info/arte2o/documentos/cartelleninista.htm>], (fecha de consulta: 10-II-2016)].

⁴ Por esas mismas fechas desarrollaba su intensísima actividad el Instituto de Artes Decorativas de Leningrado, que expondría decenas de carteles en la Exposición Internacional de Artes Decorativas e Industrias Modernas en París-1925. Tenía un taller específico de propaganda, dirigido por Rudolf Frents, quien teorizó sobre el llamado agit-cartel, destacando la atención que había que poner en la tipografía y en la transmisión clara de las consignas políticas para que llegase a todo el pueblo. Véase el artículo de LIUBIMOVA, A., “El soberbio arte del nuevo estilo de vida”, en *Vanguardias rusas*, Madrid, Museo Thyssen-Bornemisza y Fundación Caja Madrid, 2006, pp. 105-111.

⁵ Se pueden analizar muchos de esos carteles —todavía poco conocidos— en el catálogo de la exposición *Kunst und Propaganda im Streit der Nationen 1930-1945*, Berlin, Deutschen Historischen Museums, 2007.

(los *ateliers populaires*) y, con ellos, el anonimato. Barnicoat se detiene en ellos con toda justicia.⁶

En las últimas décadas parece haberse diluido la eficacia del cartelismo específicamente político, lo que puede deberse a factores tan dispares como la falta de compromiso por amplios sectores de la sociedad, la conversión de la estética anterior en un puro ejercicio de diseño posmoderno o el aplastante dominio de internet como plataforma visual, donde por lo general las consignas nacen y son destinadas a un consumo inmediato y, por ello, quedan condenadas a un proceso de banalización en espera de la siguiente oleada de consignas que a su vez será deglutida sin mayores consecuencias. Incluso en episodios recientes de nuestra historia, que parecían *ad hoc* para un resurgir del cartel político, como el Movimiento 15-M, éste no se ha producido sino que como mucho ha estimulado ciertas prácticas apropiacionistas (como los de los colectivos Democracia y La Fiambrera Obrera o los artistas Daniel García Andújar, Noaz o Rogelio López Cuenca),⁷ el dominio de la consigna escrita sobre la propuesta visual o el excesivo protagonismo del lenguaje publicitario sobre los contenidos críticos. En cierto modo, a fecha de hoy me parece que el cartel político, que nació del publicitario, ha muerto —o está agonizando— a manos de su progenitor. Esperemos que sólo sea una impresión personal.

Imágenes en guerra (1936-1939)

Por todas partes se veían carteles revolucionarios, flameando desde las paredes sus limpiísimos rojos y azules, que hacían que los escasos anuncios que les rodeaban parecieran manchas de barro.

Tal y como lo cuenta Georges Orwell, en su novela *Homenaje a Cataluña* (1938), podría dar la impresión de que el contenido era menos memorable que la forma. Esos “limpiísimos rojos y azules” parecen llegar a eclipsar las consignas que cubrían los carteles. ¿Y si fuera así? La verdad es que sorprende la cantidad de impresiones contemporáneas en esa dirección, como ésta:

La ciudad admite ideas en color. Desde el muro, desde la columna en el local social, en la sala de espectáculos o de descanso, dispara el ejército de carteles el acero de sus puntas y la metralla de sus obuses de grueso calibre. El cartel mural completa la propaganda del periódico. Es metralla para el enemigo. Son ideas en colores para

⁶ BARNICOAT, J., *Los carteles...*, *op. cit.*, pp. 56-69 y 244-255.

⁷ GARCÍA ALARCÓN, A., *Apropiaciones y usurpaciones críticas de la iconosfera publicitaria en el arte español actual 2000-2014*, Tesis doctoral inédita, Universidad Complutense de Madrid, 2015.

*los leales. La ciudad está empapelada originalmente, con viveza en el tono y arte decorativo (...).*⁸

Por supuesto que no lo fue —porque el cartelismo político no se resigna a un mero juego formalista: le va en juego su propia existencia, nada menos— pero quizás no está de más empezar a aplicar modos de ver menos convencionales sobre los carteles políticos y no hacer tanto caso a la implacable ortodoxia del discurso necesariamente épico que se impuso en el análisis de las generaciones posteriores, sobre todo las de las décadas finales del siglo XX. No se trata de despojarlos de su razón de ser (la ideología convertida en imagen o en armonía con ésta) sino de plantearse los múltiples matices en la creación y en los niveles de recepción que hacen de los carteles políticos durante la guerra civil un tema todavía sin conocer del todo, a pesar de la numerosa bibliografía existente.

En 1986 Rafael Pérez Contel, quien había sido uno de los protagonistas del cartelismo español durante la guerra civil, publicaba *Artistas en Valencia 1936-1939*, sus dos conocidos volúmenes dedicados a la cultura visual del periodo. Lamentaba allí que se hubiera prestado tan poca atención a los carteles con predominio de texto, al llamado cartel tipográfico. Fue el diputado comunista José Antonio Uribes, delegado provincial de milicias quien le solicitó a él, a Francisco Carreño y a Tónico Ballester que *dieran forma a la idea gráfica que transmitiera la consigna que para cada uno de ellos se nos daba (...)* la característica de estos primeros carteles residía en que *para su edición sólo se litografiaban con un solo color, el negro.*⁹ Para él estaba claro que en el principio había sido la palabra, y que sólo después vendría la imagen... y con ella los problemas de recepción de las consignas, todo sea dicho. Los peligros de los otros carteles, según da a entender, son precisamente algunos de los lenguajes que acabaron por dominar ese panorama y la distracción que podrían ejercer sobre la gente:

*En muchos carteles de la guerra se advierte claramente que son el resultado de una fría solución pretendiendo dar forma al encargo; pero resultan desprovistos de garra. Están resueltos, por ejemplo, con unas simbolizaciones infantiles, y aún más porque fijan su expresión de símbolos similares a los empleados en la publicidad comercial.*¹⁰

Resulta curioso que las generaciones posteriores hayan dado la vuelta a esa prioridad que era tan clara entre quienes hicieron esos carteles. Nos ha interesado, en general, analizar cada imagen como si fuera indepen-

⁸ ANÓNIMO, "S.t.", *Informaciones*, (Madrid, 17-II-1937), citado por GRIMAU, C., *El cartel republicano en la guerra civil*, Madrid, Cátedra, 1979, p. 21.

⁹ PÉREZ CONTEL, R., *Artistas en Valencia 1936-1939*, Valencia, Les Nostres Arrels, 1986, 2 vols., p. 407.

¹⁰ *Ibidem*, p. 406.

diente del texto que la acompaña. La explicación reside en que la mayoría de cartelistas eran dibujantes o pintores que durante esos años se vieron impelidos a diseñar carteles y que, cuando llegó abril de 1939, dejaron de hacerlos. La gran excepción a este brusco final es Josep Renau, en el que nos centraremos más adelante.

Como en los demás centros importantes de producción gráfica, en Valencia fue la Alianza de Intelectuales Antifascistas y el Sindicato de Dibujantes Profesionales de UGT los que asumieron gran parte de esa producción, sin olvidar las organizaciones comunistas y anarquistas, entre otras.¹¹ Pérez Contel aportaba una lista de casi setenta artistas, algunos de ellos recién llegados desde Madrid: Arteta, Amster, Miguel Prieto, Monleón, Souto, Rodríguez Luna, Bardasano, Juana Francisca, Eduardo Vicente, Renau, Gaya, Puyol, Climent, Bagaría o Gori Muñoz. Muchos de ellos, como reconoce Pérez Contel, confeccionaban sus carteles a partir de las fotografías que veían en revistas como *Estampa* y *Crónica*, que actuaban como vasos comunicantes en dos niveles: en el caso de los fotocollages (los “encolados con fotografías”, como los llama Pérez Contel) y en el de los fotomontajes, se reproducían literalmente esas fotografías; en el caso de los carteles a mano, se adaptaban, se reducían o se exageraban según los casos. Los procedimientos, que se sitúan como vemos entre lo más artesanal, o tradicional, y lo más mecánico, o moderno, son fundamentales para la valoración *a posteriori* que hemos extraído de ellos.

De hecho, para una parte de los estudiosos el fotomontaje fue la gran aportación original del cartelismo durante la guerra civil,¹² mientras que cuando se emplearon técnicas convencionales se perdió ese afán de novedad y se instauró un sistema codificado al máximo, como cualquier cuadro o dibujo, con sus símbolos más repetidos¹³, sus temáticas, géneros, estereotipos y composiciones espaciales más o menos esperables. Por supuesto, también con sus influencias previas, aunque en este asunto hay opiniones contradictorias. Algunos como Lorenzo Goñi, negaban por ejemplo toda relación de causalidad entre carteles extranjeros y español-

¹¹ El taller La Gallofa, de las Juventudes Socialistas Unificadas, en Madrid, dirigido por José Bardasano (véase el catálogo reciente Bardasano en guerra, Salamanca, Ayuntamiento, 2011), la sección de arte del Altavoz del Frente o la actividad de la F.U.E. y de asociaciones de estudiantes de Bellas Artes son sólo algunos de los colectivos que también realizaron ingente cantidad de carteles políticos. Sobre una de estas agrupaciones hay un interesante artículo de esa época, R. M., “Labor de retaguardia. El Sindicato de Profesionales de las Bellas Artes, de acuerdo con el delegado de Propaganda y Prensa, está llevando a cabo, desde hace varios meses, una labor magnífica”, *Crónica*, (Madrid, 2-7-1937).

¹² SATUÉ, E., “El diseño del cartel de guerra en España”, *Carteles de la guerra 1936-1939. Colección Fundación Pablo Iglesias*, Madrid, Lunwerk, 2004, p. 50

¹³ Sobre todo este afán de sistematización resulta muy ilustrativo el libro de JULIÁN, I., *El cartel republicano en la guerra civil española*, Madrid, Ministerio de Cultura, 1993.

les¹⁴ pero los más, abanderados por el propio Josep Renau, tenían claro que la originalidad no era una de sus metas. Sobre todo reconocían la influencia predominante de la estética soviética, en especial en fotografía y cine, que revistas y periódicos reproducían habitualmente:

Todo lo que hallábamos que sirviera de contrapunto a aquel idealismo y esencialismo se publicaba en Nueva Cultura: Otto Dix, Grosz, Goldschmidt... Piensa que mi grupo no éramos universitarios, el único que lo era, Ángel Gaos, era un medio universitario, medio frustrado. Los demás éramos medio analfabetoides por lo menos (...) no había nada de control. Era completamente a gusto del que hacía el encargo. Eso era igual que el asunto del fusil, lo llevaba el que lo agarraba.¹⁵

Detengámonos un momento en ese “no había nada de control” porque esconde mucho más que enseña. Se nos antoja imposible que ese descontrol se refiriera a las consignas o a las proclamas porque, precisamente, el objetivo del cartel político, de todo cartel político, es dejar claro los contenidos a transmitir. Esa falta de control sólo puede tener que ver con el modo de transmisión, con el cómo vincular el lenguaje escrito con el código visual y es aquí donde, desde hace unos años, está ganando cada vez más sentido la aplicación de esquemas conceptuales poco o nada rígidos, que permeabilizan las múltiples capas de cultura visual, en la dirección y naturaleza que ha teorizado, entre otros, Zigmunt Bauman: en concreto, nociones como identidad flexible, autorrealización, influencia de los medios de producción en la constatación de que los apriorismos y las categorías estancas ya “han dejado de ser” para disolverse en las coordenadas cambiantes de la globalización.¹⁶ Pues bien, esa “modernidad líquida” a la que se refiere Bauman tiene muchos refrendos en lo que pasó con los carteles políticos durante nuestra guerra civil, siendo esta una de las conclusiones principales del ensayo.

Esto ayuda a explicar, entre otros factores, el creciente espacio que ganó la fotografía en todas las modalidades de construcción visual. Más atractiva por eficaz, o más eficaz por atractiva, la fotografía fue el canal preferido que conectó la cultura visual de izquierdas a través de diversos países, y lo hizo en ambos sentidos, como veremos a continuación. Desde el exterior, el fotoperiodismo impulsado por Münzenberg desde las páginas de

¹⁴ *¿Influencias? No creo en absoluto que las hubiera tales. La mayoría de los cartelistas procedían del campo publicitario y se adaptaron sin demasiado trabajo. Los carteles rusos no eran conocidos entonces: lo que pasa es que las ideas de ellos eran tópicas, como ése tan famoso del personaje señalando al espectador, que fue realizado por rusos, americanos e ingleses durante la 1ª guerra mundial. Yo mismo hice uno así (...). Es un tópico mental que siempre se repite [Carta de Lorenzo Goñi a Inmaculada Julián, 25-V-1974, reproducida en JULIÁN, I., *El cartel...*, op. cit., p. 195].*

¹⁵ Entrevista a Josep Renau, en JULIÁN, I., *El cartel...*, op. cit., pp. 185-186.

¹⁶ Léanse especialmente BAUMAN, Z., *Modernidad líquida*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2003, y *La cultura como praxis*, Barcelona, Paidós, 2002.

AIZ (*Arbeiter Illustrierte Zeitung*) fue adoptado por la Internacional Comunista europea como instrumento privilegiado en la toma de conciencia de clase. A comienzos de los años treinta preparó el camino para el Frente Popular en Francia y España, como ha documentado abundantemente Cristina Cuevas-Wolf,¹⁷ quien centra una gran parte del mérito en la construcción de esa nueva imagen política en los fotomontajes de John Heartfield y que da como fecha de introducción, para España, los trabajos de Renau desde 1932 (primero en *Orto* y luego en *Nueva Cultura*) o los de Monleón desde 1934; es decir, mucho antes del comienzo de la guerra, cuya dramática coyuntura —pero coyuntura al fin y al cabo— no habría hecho más que aumentar exponencialmente el uso de esos métodos visuales. La celebración del Congreso Europeo para la Defensa de la República Española (París, 13 de agosto de 1935), impulsado por el Comité Mundial contra la Guerra y el Fascismo, liderado por Henri Barbusse y, a su repentino fallecimiento, por el propio Münzenberg, acabaría por consagrar esa decisión.

En Francia fue *Regards* un equivalente a *AIZ* (desde 1936, *Volksillustrierte*) mientras que en España *La Vanguardia* o *Tiempos Nuevos* son las cabeceras que estuvieron más implicadas en esas estrategias visuales, que Cuevas define como una auténtica “alianza transnacional imaginada, que trascendía las fronteras del idioma, la clase y la ideología”.¹⁸ Por su capacidad para ser aplicada en futuros conflictos antifascistas, Ilya Ehrenburg empezó a coleccionar muchas de esas fotografías para publicarlas en su libro *España*, maquetado por El Lissitzky y publicado en Leningrado en 1937. Para Cuevas sucede algo incluso más interesante: el libro ayudó a que se consolidaran dos de los eslóganes dominantes en los carteles políticos de la guerra civil: ¡No pasarán! y U. H. P. (Uníos Hermanos Proletarios, siglas que por otra parte eran conocidas desde 1934, sobre todo tras la Revolución de Asturias), que si bien obedecían a los intereses menos sectarios del Frente Popular acabaron por convencer a los ideólogos del partido comunista español.

Esa versatilidad de las imágenes fotográficas consiguió, primero, que fueran verdaderamente atractivas para otros países y, segundo, que los mismos pudieran repetir dichas imágenes, dichos carteles, cuando llegara el momento oportuno. Recientemente, Simon Martin ha aportado luz a la apasionada reacción de muchos artistas e intelectuales británicos, tanto de izquierdas como de derechas, frente a la guerra civil espa-

¹⁷ CUEVAS-WOLF, C., “La España desafiante: Münzenberg, el montaje y los medios de comunicación comunistas en Francia y España”, en Mendelson, J. (ed.), *Revistas, modernidad y guerra*, Madrid, MNCARS, 2008, pp. 53-72.

¹⁸ *Ibidem*, p. 64.

ñola.¹⁹ Es fascinante saber, por ejemplo, que algunos destacados surrealistas como Ronald Penrose o David Gascoyne fueron ávidos recolectores (y no digo coleccionistas porque su afán era la utilidad pública y no el disfrute privado) de carteles bélicos durante sus estancias en España, algunos de los cuales fueron vistos en una exposición en la Whitechapel Gallery de Londres a finales de 1936. Otro de ellos, John Banting, hizo incluso más por resaltar la fluidez de esas imágenes en el ámbito internacional. Intentó convencer al Ministro de Información para que se hicieran carteles de mayor calidad en Gran Bretaña una vez empezada la segunda guerra mundial,²⁰ y para ello publicó diversos carteles de guerra españoles. Por desgracia, el marcado tono comunista de esos carteles hizo inviable aceptar dicha propuesta, pero por fortuna conocemos, al menos, algunos de esos carteles que a Banting le parecían modélicos para crear carteles convincentes de cara a la lucha contra el nazismo.

Uno de ellos es el que lleva por título “¿Qué haces tú para evitar esto?”, impreso por el Ministerio de Propaganda entre noviembre de 1936 y mayo de 1937 en tres idiomas: español, inglés y francés. Sabemos que la imagen era un fotomontaje a partir de una fotografía de un grupo de mujeres y niños en una manifestación [fig. 4], al que se le añadió un edificio en ruinas y, ya plenamente inmerso en el ámbito del diseño, seis siluetas de avión y un encuadre en desequilibrio, donde las palabras están pintadas en negro, blanco y rojo [fig. 5]. También sabemos que circuló no sólo como imagen en continua metamorfosis [fig. 6], incluso hasta hoy (me refiero al cómic de Ángel de la Calle, *Modotti, una mujer del siglo XX*, 2013) sino también como postal, lo que multiplica y mucho los niveles de lectura e influencia de esa imagen.

Otro tanto pasa con el titulado “Madrid, Las prácticas militares de los rebeldes”, firmado por Augusto y por el Ministerio de Propaganda, con el rostro de la niña María Santiago Robert, asesinada tras los bombardeos de Getafe en noviembre de 1936. Es uno de los carteles más reutilizados y que más variaciones tuvo durante esos años: siguiendo en Gran Bretaña fue imagen principal del poemario de George Barker *Elegía a España* (1939)²¹ y de vuelta a España apareció, sola o en compañía de

¹⁹ MARTIN, S., *Conscience and conflict. British artists and the Spanish Civil War*, Chichester, Pallant House Gallery, 2014.

²⁰ A través de su artículo “Notes on Posters of the Spanish Republican Government”, citado en Connolly, C. (ed.), *Horizon*, 11, 9, Londres, septiembre de 1940, p. 88.

²¹ Véase el capítulo “Help Spain! Poster Design and the Spanish Aid Movements”, en Martin, S., *Conscience...*, *op. cit.*, pp. 69-83. Aporta mucha información sobre las actividades artísticas del Fondo de Ayuda Invernal, donde destacan los carteles realistas y expresionistas de Felicity Ashbee, o del Comité Nacional de Ayuda a España, que se dedicó a diseñar carteles para la toma de conciencia respecto a lo que estaba pasando en España.

otros niños igualmente masacrados en dicho bombardeo, siempre con diferentes mensajes según las circunstancias o la estrategia de propaganda lo reclamaba [figs. 7-9].

Josep Renau y la teoría del cartelismo fotográfico

No es éste el lugar para revisar de nuevo la biografía del artista y activista cultural más destacado de la guerra civil.²² Sí lo es para detenernos en algunas producciones concretas que convierten su legado en el más definitorio de todo lo que venimos escribiendo hasta ahora. Dominaba el fotomontaje desde 1932 aprox., y multiplicó sus trabajos para revistas como *Orto*, *Octubre* y, desde 1935, para esa *Nueva Cultura* que tanto le debe en el aparato gráfico. En consecuencia, es una técnica y un lenguaje que dominaba antes del conflicto pero que va a llevar a nuevas cotas de creación de la imagen en tanto propaganda. Una conferencia, la aplicación de una estrategia global en París 1937 y una serie de trabajos en 1938, los célebres “Trece puntos de Negrín”, nos van a guiar por este camino.

Primer momento. En noviembre de 1936, en el Paraninfo de la Universidad de Valencia, pronunciaba la conferencia titulada “Función social del cartel publicitario”, que sería publicada casi de inmediato e íntegramente en la revista *Nueva Cultura*²³ y como libro sólo en 1976, en otro momento clave de la cultura artística comprometida en España, recién fallecido el dictador. En realidad, no conviene olvidar que es un texto que nace para lamentar la baja calidad de los carteles de la guerra civil, que —según él— se habían repetido en formas y contenido, casi como una inesperada *maniera*, durante los meses anteriores. También escribe ese texto para rechazar “el juego de los colores, que sigue el tópico decorativista de los mejores tiempos de frivolidad”²⁴ (por desgracia para

²² Véase bibliografía reciente, como la de CABAÑAS, M., *Josep Renau. Arte y propaganda en guerra*, Madrid, Ministerio de Cultura, 2007; *Josep Renau 1907-1982: compromiso y cultura*, Catálogo de la exposición, Valencia, Universitat y SECC, 2008; *Josep Renau*, Catálogo razonado a cargo de Albert Forment, Valencia, IVAM, 2004.

²³ RENAU, J., “Función social del cartel publicitario”, *Nueva Cultura*, (Valencia, 2-IV-1937), pp. 6-9, y (Valencia, 3-V-1937), pp. 6-11. Esos artículos remataban el conocido cruce de cartas con Ramón Gaya, desde *Hora de España*, que había tenido lugar en los números de enero, febrero y marzo de 1937. Dos posiciones irreconciliables, que se manifestaron antes y después de la guerra civil, sobre la propia esencia del arte en tiempos de revolución y que, sobre todo, giraban sobre la cuestión de la técnica que produce la imagen: para Gaya, el fotomontaje sólo es documento y por eso podría servir como información a los países europeos que no se decidían a ayudar a la república. Para consumo doméstico habría que seguir haciendo arte. “Ayer Goya, hoy Heartfield”, le replicaría Renau desde esas páginas de *Hora de España*, defendiendo el fotomontaje como arte que se había actualizado gracias a la fotografía para denunciar el fascismo que amenazaba ese presente.

²⁴ RENAU, J., *Función social del cartel publicitario*, Valencia, Fernando Torres, 1976, p. 67.



Fig. 4. Anónimo, “Sin título”, 1937, Marx Memorial Library, Londres.



Fig. 5. Anónimo, “What are you doing to prevent this?”, People’s History Museum, Londres.

BOLETÍN INTERNACIONAL
 DE LA FEDERACION ESPAÑOLA DE TRABAJADORES DE LA ENSEÑANZA
 SECCION CATALANA-UGT

La barbarie nazie ne conquiert pas; elle Détruit, Assassine, Asservit

Les horreurs de l'intervention fasciste en Espagne

La libération de l'Espagne Républicaine n'est pas l'affaire privée des espagnols, mais la cause commune de toute l'Humanité

MADRID, VILLE MARTYRE

Tout pour l'Espagne. Tout contre l'intervention italo-allemande

PALAIS DE LIRIE, MADRID DÉTRUIT PAR LES HORDES FASCISTES

Fig. 6. Boletín Internacional, Barcelona, enero de 1937, colección Fundación Pablo Iglesias, Madrid.



Fig. 7. Anónimo, "Madrid", 1936-1937
People's History Museum, Londres.

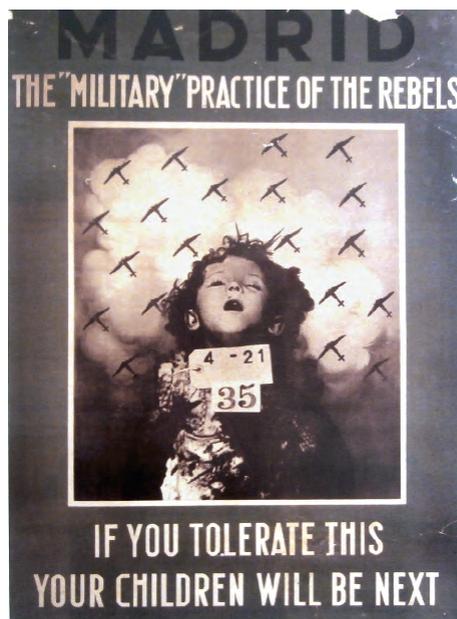


Fig. 8. Anónimo, "Madrid", 1937, People's
History Museum, Londres.

él, esa tendencia no haría sino incrementarse en los meses siguientes, fascinando a todos, tanto al pueblo como a intelectuales de la talla de Orwell, como hemos visto).

De hecho, Renau parecía estar reclamando algo parecido a un nuevo estilo, alejado de la publicidad y de la pintura tradicional, excepción hecha de Velázquez, cuyo naturalismo serviría de inspiración para ese nuevo realismo humanista.²⁵

Los nuevos carteles —porque da la impresión, según el espíritu del texto, de que aún estaban por nacer—, en definitiva el nuevo lenguaje visual de guerra, deberían resultar de la síntesis del gran arte velazqueño y del cartelismo soviético, sobre todo del fotográfico. Extraña pareja de baile, por mucho que Renau confiara ciegamente en la "música", ésa que insistía machaconamente en que la revolución social —aún por culminar, no lo olvidemos— lo arreglaría todo.

Sin revolución real no habría revolución del cartel, y del arte en tanto en cuanto ambos términos quedaban identificados en el planteamiento

²⁵ *A través de su verbo espontáneo, la entraña popular española que vibra como condición suprema en toda nuestra plástica realista, se recrea al verse reflejada (...). He aquí la trascendental lección del realismo español, en su heroísmo de pintar vivir sin soñar, con los ojos despiertos a la más leve palpitación, al más profundo sentido de la realidad [RENAU, J., *Función social...*, op. cit., p. 73].*

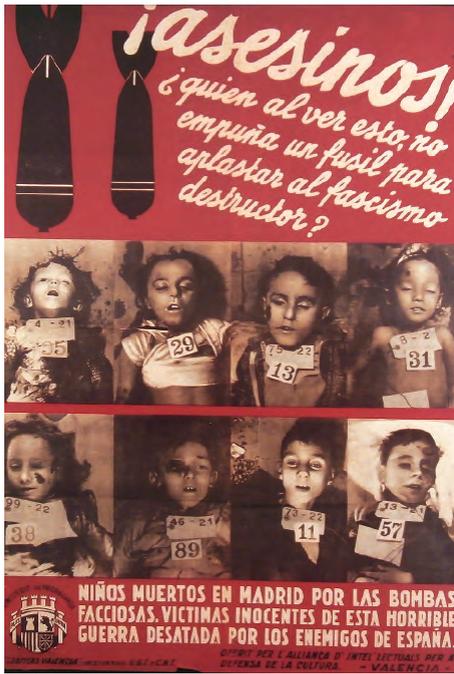


Fig. 9. Anónimo, "Asesinos", 1937, colección Fundación Pablo Iglesias, Madrid.

quedado en segundo plano frente a la participación estelar de Lacasa, Sert, Picasso, Miró, Calder o Alberto Sánchez, entre otros. Como mucho, algunos se habían conformado con glosar una y otra vez el artículo de Gisèle Freund de 1938.²⁷ Sin embargo, comparto su idea de que los fotomurales que se podían ver allí, y que cambiaban periódicamente, probablemente son el mayor ejemplo de utilización de la representación fotográfica de España puesta al servicio de las necesidades de un programa político.²⁸

Muchas de las fotografías usadas por Renau procedían del Comisariat de Propaganda de la Generalitat de Catalunya y, en un asombroso recorrido de ida y vuelta, algunas de las composiciones pegadas en las

de Renau. La conclusión de esa conferencia es bastante contradictoria, porque dibujaba una legión de jóvenes cartelistas esperando que la revolución les inspirara pero, al mismo tiempo, esa revolución necesitaba esos carteles para triunfar plenamente. Creo que ese limbo fue el que permitió que dicha ecuación nunca llegara a resolverse en un solo sentido y que sigamos intentando contar cuántas piezas forman ese puzzle de la cultura visual guerracivilista. Un puzzle que, en mi opinión, no lleva a ninguna imagen reconocible final. Afortunadamente.

Segundo momento. Como afirma Jordana Mendelson, hasta hace pocos años el peso que tuvo la fotografía en el pabellón de la república española en París²⁶ había

²⁶ En los años ochenta se publicaron los estudios básicos sobre este tema: MARTÍN, F., *El pabellón español en la Exposición Universal de París en 1937*, Sevilla, Universidad, 1982; FREEDBERG, C., *The Spanish Pavilion at the Paris' World Fair*, Nueva York, Garland, 1986, y ALIX, J., *El Pabellón Español en la Exposición Internacional de París 1937*, Madrid, MNCARS, 1987.

²⁷ FREUND, G., "La photographie à l'Exposition", *Arts et Métiers Graphiques*, París, 62, 1938, pp. 37-41, reproducido en BAQUÉ, D. (ed.), *Les Documents de la modernité: Anthologie de Textes sur la photographie de 1919 à 1939*, Nîmes, Éditions Jacqueline Chambon, 1993, pp. 485-489.

²⁸ MENDELSON, J., *Documentar España. Los artistas, la cultura expositiva y la nación moderna 1929-1939*, Madrid, MNCARS y La Central, 2012, p. 174. De la misma autora quiero destacar el libro-catálogo *Revistas y guerra 1936-1939*, Madrid, MNCARS, 2007, sobre todo el capítulo dedicado a la fotografía de Català-Pic y Renau, pp. 237-247.

paredes del Pabellón fueron reinterpretadas por el Comissariat antes de salir de nuevo a las calles catalanas. También resulta muy concluyente el análisis concreto que realiza Mendelson de algunas de las fotografías que fueron vistas en el pabellón, su inagotable “fluidez”, así como el escaso control de la imagen por parte de las autoridades, de lo que se valió Renau —ayudado por Gori Muñoz— para combinar diseños formalistas con otros más cercanos al naturalismo. No había un solo modo de propaganda a través de los carteles: sólo importaba el efecto final en el visitante. De ahí eclecticismo dominante en los carteles, fotografías y fotomurales, tanto en los lenguajes elegidos como en los contenidos que transmitían: lucha contra el fascismo, defensa de la revolución agraria, defensa del patrimonio, vigilancia en la retaguardia. Incluso ese efecto final explicaría algunas decisiones inesperadas como la muy criticada inclusión de lo folclórico —que para muchos les podía llevar a ser confundidos con el ideario tradicionalista de los sublevados— o de imágenes procedentes de Misiones Pedagógicas, cuyo tibio reformismo chirriaba con la revolución soviética que defendía, y siempre defendió, el propio Renau.

Tercer momento. El epílogo a su trabajo como fotomontador durante la guerra civil fue la serie de trabajos para los llamados “13 puntos de Negrín”, ilustración del programa político planteado por Juan Negrín en primavera de 1938 y publicado el 30 de abril de ese año. Los contenidos, moderados y bastante derrotistas, pedían la implicación de la comunidad internacional y aspiraban a una reconciliación entre los dos bandos como forma de concluir la guerra; como sabemos, fueron rechazados por todos los agentes implicados: el ejército sublevado porque veía cercana su victoria, la URSS porque Negrín invitaba a democracias europeas a participar en ese proceso, Francia e Inglaterra porque seguían manteniendo el principio de no intervención y, dentro de las filas republicanas, algunas organizaciones anarquistas porque habían sido excluidas en el proceso de redacción de ese manifiesto político.

Todo esto por lo que a los contenidos hace referencia; lo que quizás no se ha subrayado tanto es que el aparato visual que elige Renau es mucho más atrevido que el espíritu de esos trece puntos. Sabemos que también para esa ocasión el fotomontador asumió una independencia total respecto a las consignas y estructuró una serie de imágenes que siguen sorprendiendo por su modernidad y que, además, ofrecen base compositiva para sus series posteriores, ya en pleno exilio alemán, como *Fata Morgana USA* (1967) y *The American Way of Life* (1977), cuando habían transcurrido casi treinta y cuarenta años de la guerra civil, respectivamente.

Todas esas imágenes tienen una estructura nueva, que los acerca a las fotocomposiciones que se hacían en revistas y periódicos más que a las



Fig. 10. J. Renau, *Declaración de Principios del Gobierno de la República Española, 1938*, Madrid, MNCARS.

helando transmitir esa urgencia de la acción. Los puntos II, III, VIII, IX y X son especialmente claros en este aspecto [fig. 10], mientras que el resto se mantiene aún en esquemas dominados por el dibujo y por una estética algo más cercana a la del cartel tradicional. Querría también destacar la peculiar combinación de color y blanco y negro, que de nuevo busca el contraste, la incomodidad del que mira, que no sabe a ciencia cierta cuál es el código predominante elegido por Renau. Por último, hay extrañamiento espacial en muchos de estos fotomontajes (de estirpe cubista y surrealista) y una adecuación forzada de algunas fotografías a siluetas emblemáticas, como la núm. VII con el escudo español, en cuyo interior las imágenes se fraccionan aleatoriamente, contando incluso con determinados elementos de diseño como el toldo azul de la parte superior derecha.

De nuevo, y como había realizado en el pabellón republicano en París-1937, parece que lo único que enhebra tantas opciones formales y conceptos diferentes es la búsqueda de un efecto global por el que la

habituales del cartel: el texto queda recluido en una zona con fondo oscuro, lo que al mismo tiempo lo hace más visible —o, en este caso, legible— y lo separa con rotundidad de la superficie dedicada a la imagen, como si Renau quisiera distinguir su propuesta visual del texto que la justifica.²⁹ Incluso el reducido tamaño lo encuadra en los formatos editoriales habituales, sin olvidar por supuesto, la hipótesis de que podría ser una traducción visualmente radical de lo que habían sido los álbumes de guerra.

Aerógrafo, diseño y fotografía se combinan en esquemas muy atrevidos por el dinamismo —que a menudo invoca la idea de caos— y por el continuo corte brusco de las fotografías, suponemos que anhelando

²⁹ Para Miriam Basilio, ese proyecto venía a constatar las dificultades para encontrar una imagen coherente por parte de la República. Véase el comentario en su libro *Visual Propaganda, Exhibitions and the Spanish Civil War*, Burlington, Ashgate, 2013, pp. 58-61.

modernidad queda definida según dos vectores principales: el caos y la necesidad de acción que permita, tras un proceso dialéctico, superar la situación presente y aspirar a una realidad superior para el futuro. Que, en conjunto o por separado, esos Trece Puntos tuvieran una tirada de varios cientos de miles de ejemplares, y que de nuevo aparecieran en diversos medios y formatos (artículos en la prensa barcelonesa en verano de 1938, carteles y postales) confirma la importancia que la República concedió a uno de sus últimos intentos de crear una propaganda visual convincente si bien, como hemos dicho, no obtuvo los resultados esperables.

Nuevos territorios: el cartel político en las revistas

Un ejemplo final de la increíble condición fluida que tuvieron las imágenes durante la guerra lo constituyen muchas de las revistas publicadas durante esos años. Sobre las que llamamos “revistas de trinchera” ya existe alguna bibliografía³⁰ pero aún no se ha trabajado lo que sucedió en aquéllas que procedían de un mundo más convencional en cuanto a sus modos de producción y aparición. Quiero concluir este texto con algunos apuntes sobre *La Esquella de la Torratxa*, que había nacido en mayo de 1872 y que, tras unos inicios discontinuos, consiguió aparecer más o menos regularmente desde 1879 hasta el 6 de enero de 1939, cuando llega su final.

Después del golpe militar, su primer número está fechado el 14 de agosto y ya desde entonces, y en la mayoría de los números siguientes, podemos comprobar ese carácter intercambiable de las imágenes: hay viñetas que fueron o serían carteles, también hay carteles de los que se ha apropiado la revista. Lógicamente, por su esencia de semanario satírico que procedía del s. XIX domina el dibujo caricaturesco (de hecho, no habrá casi ninguna fotografía) pero también hay hueco para otros lenguajes, más realistas, o de épica soviétizante, o incluso para la reescritura de códigos y composiciones propios de la pintura tradicional, como el repetido homenaje a *La Libertad guiando al pueblo*, de Delacroix, y de cuya enorme influencia en el cartel político hemos escrito al comienzo del artículo. Esas imágenes a menudo ocupan la portada incluso, lo que los acerca aún más a la esfera de lo público donde habitan los carteles, que entendidos así ya no estarían sólo pegados en el muro sino apilados en el

³⁰ PÉREZ SEGURA, J., “Rastreado algunos frentes del arte: trincheras, París y la supervivencia de la vanguardia”, en *Revistas, Modernidad y Guerra*, Madrid, Ministerio de Cultura y MNCARS, pp. 39-52, y MENDELSON, J. (ed.), *Revistas y guerra*, *op. cit.*



Fig. 11. D. Sant Salvador, "Sin título", *La Esquella de la Torratxa*, Barcelona, LX, 2989, 13 de noviembre de 1936.

kiosco, como montañas de pequeños carteles portátiles y omnipresentes, también en el ámbito privado.

No debe sorprendernos que muchos de los dibujantes de *L'Esquella...* eran a su vez destacados cartelistas, con Martí Bas, Lorenzo Goñi, José Alloza o Antoni Clavé a la cabeza, lo que confirma la naturalidad con que esos artistas actuaban en campos gráficos tan variados.

A partir del 13 de noviembre de 1936 la revista pasó a estar controlada por el Sindicato de Dibujantes Profesionales de Barcelona, al que pertenecían todos los colaboradores. No es raro pensar que uno de los más activos, Altimira, pueda haber influido directamente con una caricatura del día de Navidad de 1936 (número 2995), en la que aparecen los líderes fascistas y sublevados como figuras de un Belén, en los dibujos que firma Gori Muñoz para el número extraordinario dedicado a las Fallas Antifascistas (1937). En los años siguientes la interacción de dibujo humorístico y estética de cartel fue habitual y viene a confirmar que los ámbitos de actuación que habían tenido esas imágenes hasta entonces habían saltado por los aires.

Quiero acabar este artículo con uno de esos dibujos [fig. 11] porque creo que proyecta fielmente muchas de las consideraciones que hemos expuesto sobre cartel político y cultura visual moderna durante la guerra civil. En noviembre de 1936 David de Sant Salvador, quien moriría en el Frente del Ebro en 1938, nos presenta a una familia de turistas europeos contemplando un cartel en inglés y francés en el que se invita a conocer una España dominada por los elementos que nutrían las filas sublevadas. Ahí están, casi posando, todos los tópicos de izquierda sobre el fascista, el nacionalsocialista, la Iglesia, el soldado marroquí y el amanerado y aristocrático militar español, salpicados por esvásticas de diferente tamaño. La indiferencia que se percibe en la familia denuncia el no intervencionismo de la comunidad internacional y presagia un trágico final, en el que esas figuras del cartel saldrán del muro para encarnarse y controlar una realidad de la que habrán desaparecido todos los turistas.

