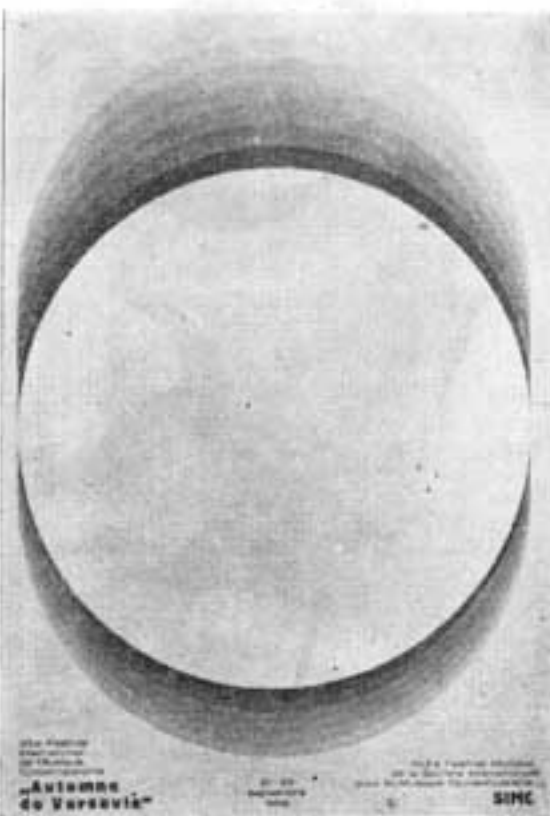


**EL CARTEL DEBE
GRITAAAAAR**



EL CARTEL Y EL LENGUAJE DE LAS ARTES VISUALES CARTELES CUBANOS VS. CARTELES POLACOS

EDMUNDO DESNOES



No es lo mismo mirarse todos los días en un espejo que verse reflejado en los ojos de otra persona. Estábamos acostumbrados a contemplar los afiches del ICAIC, a revivir fechas históricas con los afiches conmemorativos de la COR, y de pronto la exposición de los diseñadores polacos nos ha enfrentado con otro mundo gráfico y cultural. Nos ha obligado a una confrontación, a buscar un paralelo. Esta comparación me sirvió para reconocer nuestras limitaciones y nuestras virtudes, los aciertos polacos y sus fallas. La mejor manera de conocernos es dentro de un contexto internacional, relacionándonos con los demás.

Los tres polacos —tanto Swierzy como Gorka y Zelek— de golpe y porrazo nos colocan frente a nuestro subdesarrollo: todos los carteles, los setenta y pico de la exposición, mantienen una calidad uniforme, tienen como diríamos nosotros, el máximo técnico. Todos los carteles mantienen una calidad uniforme; son ideas estudiadas, elaboradas con tiempo y rigor gráfico. Frente al evidente desnivel de la producción cubana, de la improvisación (determinada en parte por el ritmo apremiante, por las exigencias de los primeros años de Revolución) la producción polaca —y ojeando revistas y anuarios reconocemos que la calidad general del afichismo polaco es alta— mantiene un alto nivel profesional y técnico.

(No hay que olvidar que los diseñadores polacos han estudiado todos artes plásticas y se han especializado en carteles, tienen alrededor de dos semanas para trabajar una idea, y un equipo técnico aprueba sobre la base de la calidad, el cartel antes de su impresión.) Hay que quitarse aquí el sombrero.

Pero esta moneda tiene otra cara. Esta normalización del afichismo polaco, este rigor, muchas veces le resta frescura al trabajo. El cartel polaco,

por su academicismo contemporáneo y su función dentro de una sociedad ya estabilizada, tiene unos parámetros de calidad muy rígidos. No hay sorpresas y deslumbramientos como en el afichismo cubano, como tampoco hay esas caídas lamentables de nuestros diseños más mediocres.

Salimos de la exposición con dos ideas bien claras: 1) el afichismo cubano requiere —por el desarrollo y la extensión que ha logrado— un mayor rigor teórico y gráfico; y 2) mantener a toda costa su sorprendente frescura y su originalidad política. Tenemos que insistir, exigirnos más en cada diseño, pero mantener la dinámica social del cartel revolucionario, su función vital en la educación política y estética del pueblo.

Hicimos una prueba —nos preguntamos qué carteles recordábamos con nitidez al salir y bajar por La Rampa. Sólo dos: el de Zelek para el cincuenta aniversario de la Revolución Rusa y, del mismo diseñador, el cartel para "Los pájaros" de Hitchcock. Luego recordamos vagamente los afiches de circo, eran muchos y humorísticos, y dos o tres afiches con las últimas tendencias: el dibujo lineal y coloreado de Swierzy y los arcoiris geométricos para un concierto de música clásica.

Ahora, ninguno de estos afiches alcanzaba la fuerza impactante de Canción Protesta y Cristo Guerrillero de Rostgaard, o el estallido luminoso de Despegue a las 18:00 de Reboiro, o la claridad expresiva de Hasta la Victoria Siempre de Niko, o la recreación romántica de los carteles de Raúl Martínez. También tenemos que reconocer que hay cientos de carteles nacionales que están por el suelo, y salen todos los días a la calle, en rigor profesional y calidad gráfica.

"El cartel tiene que gritar", afirman los diseñadores polacos. Como aspi-





ración, como arquetipo, me parece admirable. Pero los afichistas polacos sólo se aproximan tímidamente al grito; los afichistas cubanos, con su caos creador y espontáneo, se acercan mucho más al grito. También insisten en que la imagen debe bastarse a sí misma, que el afichismo, al igual que se decía de la música, era un idioma universal que iba más allá de las fronteras del idioma y la cultura. También aquí hay cierta ingenuidad. El lenguaje de las artes visuales es un lenguaje aprendido, de cultura y no de natura; los colores, las imágenes, los símbolos cambian con cada sociedad. Esto pudimos comprobarlo en la exposición —el texto de los carteles estaba en polaco y pocos cubanos conocen el idioma—; numerosos afiches se quedaban en la pared, tanto por su idioma gráfico contemporáneo como por sus temas.

“¿Esto qué cosa es?”. “No lo entiendo”, “Explícame qué quiere decir este cartel” fueron algunas de las exclamaciones que pudimos escuchar durante las tres veces que recorrimos la exposición. Y esto no es necesariamente una limitación de los diseñadores polacos, es que el lenguaje de las artes visuales es el resultado de una educación visual, y se inserta siempre dentro de una cultura, de una serie de conocimientos y experiencias.

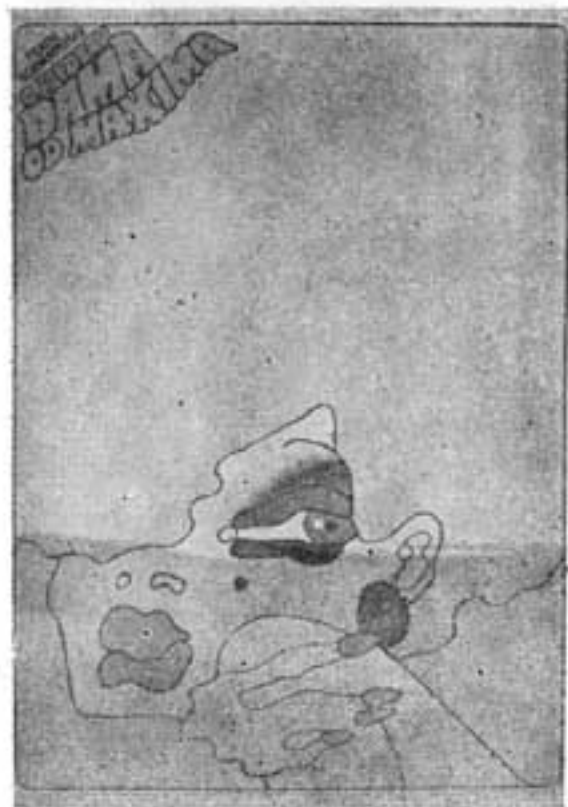
En conclusión: nos conocemos mejor después de la visita de Swierzy, Gorka y Zelek. Hemos objetivizado la necesidad de un mayor rigor profesional, de una elaboración más meditada de nuestros carteles. Pero estamos seguros de contar con un movimiento vigoroso, de fuerza expresiva; un movimiento insertado dentro de una sociedad dinámica revolucionaria.

El afichismo polaco ya nos parece académico. Hace veinte años era uno de los movimientos más interesantes, sino el más, dentro del afichismo de

postguerra. La obra de Lenica ocupa un lugar insustituible dentro del afichismo internacional. Los últimos carteles polacos se abren a la influencia de escuelas norteamericanas y europeas. Si es cierto lo que afirma Berenson —de que los estilos en su momento de apogeo son impenetrables— ya el afichismo polaco cumplió su ciclo invulnerable. Esto obedece también a razones culturales y sociales. El desarrollo de los medios de producción, la competencia de las vidrieras y la televisión y la prensa y el ritmo dinámico de las sociedades más desarrolladas ha logrado arrinconar el afiche; ya el afiche no puede competir por las calles con las otras trampas visuales. El cartelismo en los países desarrollados se está refugiando cada día más en el interior de las casas, ha pasado a ser un elemento creador de una atmósfera interior. Dentro del relativo aislamiento de una habitación o una sala o un estudio el cartel cumple una función de ambientación eficaz.

Nosotros todavía estamos en la etapa de gestación dentro del funcionalismo: nuestros carteles cumplen una función social por las calles, pueden citar a una concentración revolucionaria, anunciar una película y al mismo tiempo embellecer la ciudad en esta etapa de despegue económico. El afichismo cubano ha llegado al punto de caramelo, está a unos pasos de convertirse en una escuela invulnerable a las influencias de otras escuelas gráficas. Hoy puede cumplir una doble función: temporal —para una movilización hacia la Plaza o anunciar una película y permanente— como objeto estético y cultural.

Pero el desarrollo, el despegue cultural no es fácil: requiere trabajo y rigor. Y nosotros creemos en nuestros diseñadores.

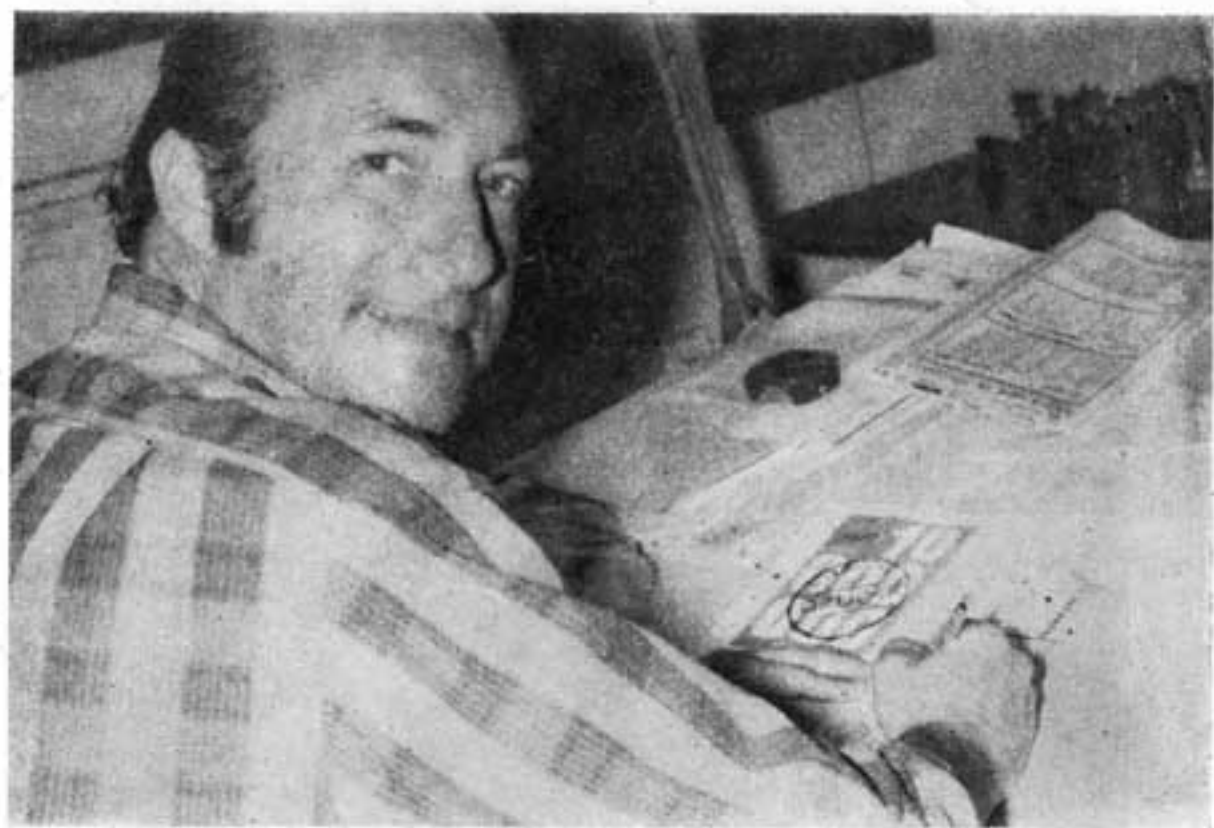




WALDEMAR SWIERZY MI PUNTO FUERTE MI PUNTO DEBIL

- 1.—Facilidad en el empleo del color y del dibujo, optimismo, rapidez en la decisión, memoria visual y tendencia al riesgo.
- 2.—Facilidad en el empleo del color y del dibujo, optimismo, rapidez en la decisión, memoria visual y tendencia al riesgo.

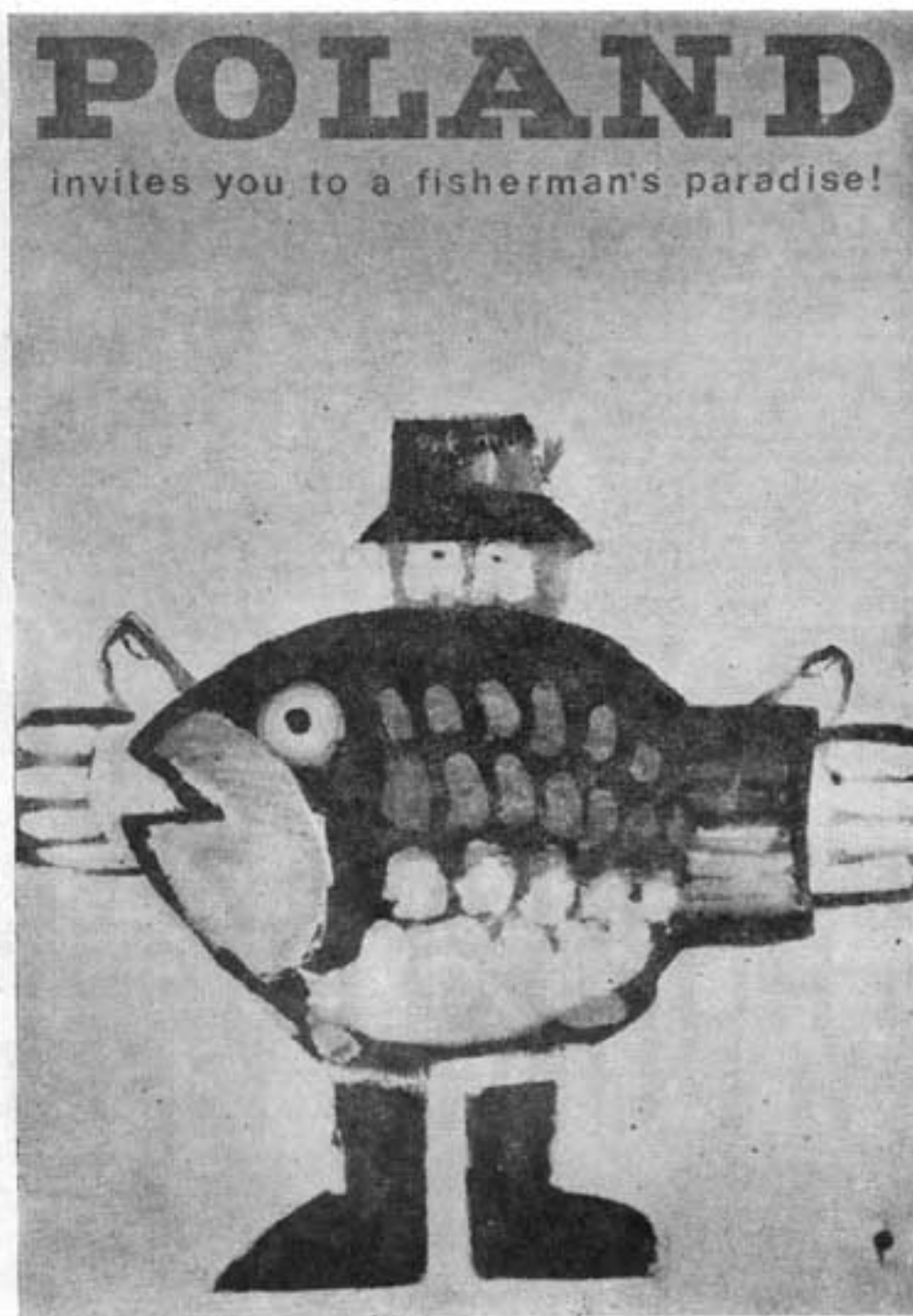




WIKTOR GORKA MI PUNTO FUERTE MI PUNTO DEBIL

Conciencia total de la responsabilidad por lo que hago en el cartel.

Cada tema nuevo me causa muchas dificultades. Por eso trabajo despacio.





BRONISLAW ZELEK MI PUNTO FUERTE MI PUNTO DEBIL

No me ocupo de la estética del cartel. No soy esclavo de ninguna técnica. Utilizo todo lo que puede servir al tema.

Desgraciadamente no siempre puedo ser fiel al principio arriba mencionado.

