



* 15 de junio
al 3 de julio de 2022

El estilo del cartel cubano

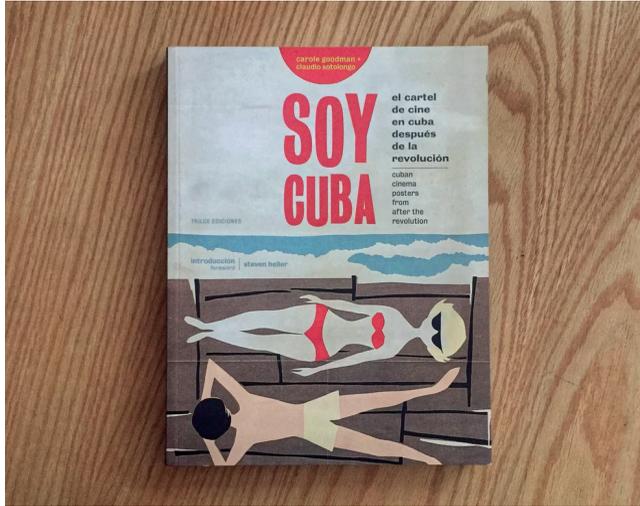
CLAUDIO SOTOLONGO

PROFESOR DE HISTORIA DEL DISEÑO
DISEÑADOR EDITORIAL EN LA UNIVERSIDAD
DE LA HABANA. DISEÑA CARTELES
PARA EL INSTITUTO CUBANO DE ARTE
E INDUSTRIA CINEMATOGRAFICOS.
DESDE 2005 ESCRIBE SOBRE DISEÑO
GRÁFICO, EN 2007 FUE CO-GUIONISTA DEL
DOCUMENTAL POÉTICA GRÁFICA INSULAR Y
EN 2011 CO-AUTOR EN LOS LIBROS SOY CUBA:
CUBAN FILM POSTER FROM AFTER THE
REVOLUTION Y CIUDADANO CARTEL.



Prof. Fabián Carreras

*Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales
Buenos Aires, Argentina*



¿Cuándo se inició tu curiosidad por investigar sobre la historia del cartel cubano?

El diseño gráfico y en particular el cartel cubano de la revolución, era de los temas de conversación en mi familia, sobre todo con mi padre, que fue profesor de la universidad y trabajó por muchos años en el Museo Nacional de Bellas Artes. También en su colección hay algunos carteles de Ñico y Azcuy, que me enseñó siempre como diseños logrados, donde nada falta y -más importante- nada sobra.

Los planos de color, las texturas, la sobreimpresión en los bordes de los planos, carteles que tenían más de veinte años y el color mantenía el brillo como recién sacados del taller. Creo que de a poco fue creciendo ese interés, después hojear los libros, la educación en el Instituto Superior de Diseño, el trabajo voluntario en la Cinemateca y mi primer cartel Homenaje a Alfred Hitchcock, en 2006, me motivaron a continuar este rumbo.

¿Cómo surgió la idea de hacer el libro *Soy Cuba*, el cartel del cine después de la revolución?

El libro fue un proyecto largamente acariciado. Comenzó con una visita que yo coordiné para un grupo de diseñadores norteamericanos a la Cinemateca de Cuba. Ellos venían como parte de un intercambio People to People al Centro Cultural Pablo de la Torriente Brau y yo trabajaba como voluntario en la Cinemateca.

En ese momento estábamos digitalizando una parte de la colección y teníamos los carteles separados en unas carpetas. En el grupo estaba Carole Goodman, al salir de la Cinemateca comenzamos a conversar sobre el valor de esta colec-

ción y la necesidad de preservarla digitalmente, de darle un alcance mayor, y poco a poco se fue componiendo el libro.

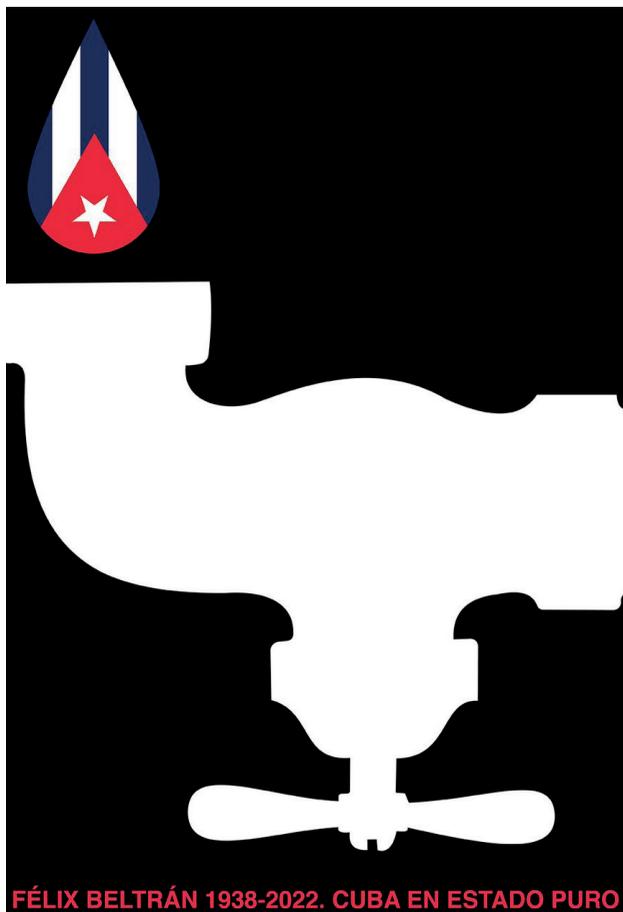
Casi dos años después de esa primera visita, Carole regresó y trabajamos en las entrevistas, los textos y la selección de las imágenes. Ya en ese momento, la Cinemateca había completado una primera colección digital sobre la cual se hizo la selección de imágenes para el libro. Para ambos fue un proceso de aprendizaje, recuerdo que revisamos una y otra vez los carteles. Unidos en el proyecto, pero con formaciones y contextos culturales de origen completamente diferente, nuestras miradas hacia la colección eran tan divergentes como singulares.

Mientras yo me ocupé en La Habana de la gestión de los contenidos, Carole se ocupó de la producción editorial. Fue un esfuerzo para ambos, pero los terminamos y se imprimió y distribuyó con cierto éxito. Todavía recuerdo con agrado la foto del libro en la librería del MoMA que me envió un amigo.

En el prólogo, Steven Heller menciona la posible influencia de las revistas Arts Directors Club, los anales de la Society of Illustrators, o la revista suiza Graphis. ¿Creés que esas revistas pueden haber estado en las instituciones educativas o agencias donde se formaron los/as diseñadores/as?

En los años previos al triunfo de la revolución, el intercambio cultural y educativo entre Cuba y los Estados Unidos era prolífico. Algunos diseñadores cubanos estudiaron en academias norteamericanas y tenían membresía en asociaciones profesionales de ese país. Las más grandes agencias de publicidad cubanas manejaban las cuentas en español de productos norteamericanos, y la publicidad comercial era





un negocio floreciente en La Habana. Cuando revisamos los anuarios de la sociedad de anunciantes, muchas campañas y anuncios están en total sintonía con los enfoques más modernos que vemos en las agencias de Nueva York. Pero lo que es aun más interesante, en mi punto de vista, es cómo después de un breve período de transición/experimentación –desatado con la Revolución– los diseñadores cubanos generan un vocabulario visual y un conjunto de estrategias que se expresan desde las publicaciones periódicas hasta la identidad corporativa, pasando por las portadas de discos LP, los carteles culturales, políticos, de campañas de bien público y el diseño editorial.

También menciona que los carteles de ese período están impregnados por el surrealismo. ¿Cómo interpretás ese punto de vista?

A la altura de 1960, los diseñadores cubanos tienen a su disposición un arsenal de recursos que provienen de todas las vanguardias artísticas de la primera mitad del siglo XX, tienen una condición estructural única: el proceso revolucionario necesita un vocabulario gráfico capaz de distanciarse del período precedente y tienen la disciplina y el rigor técnico del trabajo en la publicidad comercial. Todo lo anterior combinado con el talento y con el apoyo de los directivos de varias instituciones desemboca en esta producción gráfica. Los nuevos contenidos revolucionarios van a necesitar nuevas formas también revolucionarias, al menos así lo declara Alfredo Guevara en una entrevista de 1961. Así que no solo es surrealismo, sino una combinación de factores con un pensamiento moderno de base, que los impulsa, también en la



comunicación a alcanzar un grado de originalidad y de singularidad que los distinga, no solo de sus contemporáneos, sino también de sus predecesores.

Parecería que durante ese período algunos/as diseñadores/as viajaron a estudiar a Varsovia, ¿tenés alguna información sobre esos viajes o la influencia de esa escuela?

Algunos diseñadores cubanos participaron de intercambios con diseñadores polacos. En 1970, la revista *Diseño* recoge la visita de Wiktor Gorka, Waldemar Świerzy y Bronislaw Zelek a Cuba invitados por el Taller de Divulgación de la Comisión de Orientación Revolucionaria del Comité Central del Partido Comunista de Cuba. En esta visita, los diseñadores polacos impartieron talleres, dictaron conferencias, sostuvieron encuentros y realizaron recorridos por la Isla. Además de las conferencias y las impresiones de estos diseñadores sobre la gráfica de la revolución cubana, el número incluye un artículo de Edmundo Desnoes en el que establece relaciones entre ambas producciones gráficas. Para Desnoes, el cartel polaco en 1970 ha pasado su momento crítico, mientras al cartel cubano le sobreviene. Para Desnoes, el cartel y su mensaje no existen separados del contexto y la cultura donde se generan, ya que los colores, signos y símbolos, así como la solución visual para el texto, influyen en la comprensión y aún más en la empatía que pueda generar el cartel como pieza de comunicación.

De ese grupo de artistas en el libro, ¿quién o quiénes aportaron un grado de singularidad en términos de obra artística?

Al mirar la producción gráfica de los primeros veinte años del ICAIC, encontramos que cada diseñador perfeccionó una manera de hacer a fin de distinguirse de sus colegas, los de mayor producción refinaron los recursos gráficos hasta convertirlos en un sello personal, un estilo. No se trata de crear una obra singular, aunque se destaquen una decena de carteles como clásicos, memorables o imperdibles; en su lugar se trata de contribuir a la conformación de un vocabulario visual capaz, no solo de transmitir el mensaje, sino de educar culturalmente al sujeto receptor.

Cuando se observa «a vuelo de pájaro» la producción del período, se distingue una unidad que parte de una estrategia de creación con referencias en lo conceptual, pero que se expresa a través de los estilos individuales. Esta(s) estrategia(s) permite(n) el desarrollo de sellos autorales, a la par que estos se articulan en un vocabulario visual común que caracteriza y oxigena un corpus que a lo largo de veinte años se enriquece con más de 1500 carteles.

¿Y quién o quiénes estuvieron influenciados/as por el racionalismo moderno? ¿De qué manera se manifiestan esos gestos gráficamente?

Si hubo una influencia no fue directa y sincrónica, aunque en algunos diseñadores se puede especular sobre una cierta conexión. A partir de 1970, René Azcuy comienza a definir su estilo personal, este se caracteriza por el uso de una composición fotográfica en alto contraste –a partir de una foto, una foto-collage o una fotografía combinada con elementos



LINGUA FRANCA

IVÁN BASULTO // PABLO V. BORDÓN // REINALDO CID // MODESTO R. CONCEPCIÓN // DUVIER DEL DAGO // LUIS GÓMEZ // OCTAVIO IRVING HDEZ DENNIS IZQUIERDO // ANDY LÓPEZ MONTOYA // DUNIESKY MARTÍN // YUSNIER MENTADO // PEDRO G. OCEJO // OSSAIN RAGGI // GLENDA SALAZAR // RUSLÁN TORRES // HAROLD VÁZQUEZ

génesis

GALERIA HABANA

C N P

ISA

julio-agosto/ 2023

gráficos— que ocupa la mayor parte de la superficie, desplazando el texto a los extremos superior o inferior o a un bloque compuesto en sans serif.

Ocasionalmente, Antonio Pérez (Ñiko) se sirve de un recurso similar, pero en sus carteles la idea se expresa con recursos visuales más variados, la relación entre concepto y expresión gráfica es racionalista en la medida que todos los elementos, tanto en el texto como en la imagen, son imprescindibles para la articulación completa del mensaje. En Ñiko nada es meramente decorativo, sino que cada elemento articula la función comunicativa de la imagen.

Los carteles de Alfredo Rostgaard se sirven de una simplicidad geométrica y una claridad que pudiera también leerse como moderna, o incluso racionalista, pero al igual que en Azcuy y en Ñiko, esta es una lectura relacional y especulativa a partir de los recursos formales y la manera en que aparecen empleados en los carteles.

Los carteles de cine casi siempre tenían una leyenda que decía el país de origen de la película, ¿a qué respondía esta solución sistémica?

No se trata particularmente de una leyenda, ya que estos carteles estaban destinados a la promoción de un filme en el espacio público. La información relativa a título, país y los nombres de actores principales y director es esencial para informar al potencial público asistente a la sala. Mientras la imagen es una interpretación, una elaboración metafórica sobre la trama, los personajes o incluso sobre el posible significado/mensaje del filme, el texto es el soporte de información directa para un público que ya en 1961 está alfabetizado.



Los carteles eran diseñados e impresos sin responder a la estética del cartel original. ¿Cuál es el valor que aportó este abordaje?

Esta práctica no comenzó con el ICAIC, Eladio Rivadulla durante las décadas de los años 40 y 50 versionó los carteles de cine extranjero para acompañar los estrenos en Cuba, en su mayoría los de cine no hispano parlante. En Cuba, desde principios de siglo se adaptaron nombres comerciales, se tradujo al español y se versionó la publicidad de marcas y productos extranjeros. Mientras Rivadulla lo hacía a solicitud de los distribuidores y con un énfasis en el atractivo comercial del filme, con el ICAIC se puede argumentar esta estrategia para satisfacer las siguientes necesidades:

- _ Idiomática, es necesario darle al público los datos del filme en idioma español.
- _ De cantidad, no siempre alcanzan los carteles para anunciar el filme en todos los soportes y así se garantiza la cantidad de ejemplares necesarios para acompañar la distribución y exhibición del filme.
- _ De formato, los carteles se colocan en soportes uniformes, el cartel del ICAIC adopta una medida estándar de 20 x 30 pulgadas con 1 pulgada de margen, para los cuales se conciben expositores en los cines y un soporte con capacidad para ocho carteles, comúnmente conocido como «sombrellita» que se coloca en espacios públicos.

A la par de las necesidades objetivas, se satisfacen unas subjetivas. El proceso de transformación revolucionaria ha



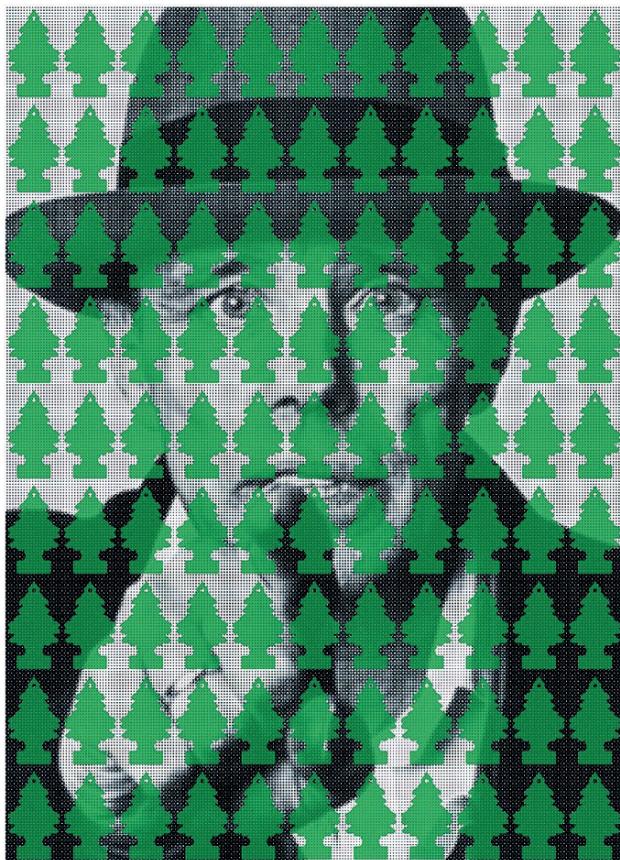
modificado todas las estructuras del país, el motor ideológico se enfoca en la reconstrucción de una nación y de un modelo de ciudadano: «el hombre nuevo»; para este se hace necesaria una reformulación de los postulados culturales provenientes de la sociedad burguesa y capitalista prerrevolucionaria. El cartel será uno de los portadores de esta nueva educación visual.

¿Cómo incidió la serigrafía en el estilo del cartel cubano?

Eladio Rivadulla era ya un destacado serígrafo antes del triunfo de la revolución. En su taller logra desarrollar un proceso de impresión inverso con tintas transparentes, con el que consigue multiplicar los tonos mediante la utilización de transparencias. Estos y otros méritos técnicos favorecen su reconocimiento internacional.

Poco después del triunfo de la revolución, Rivadulla trabaja con el ICAIC como diseñador e impresor de carteles, la escasez de recursos en los primeros años hace que elimine el fondo de color y la cantidad de tintas por cartel. En el taller llegan a imprimir sobre papel periódico, en el reverso de carteles ya impresos, a combinar tintas en función de la disponibilidad, y todo esto condiciona una manera de trabajar: el color plano, el fondo blanco, la reducción de la gama cromática que, de a poco, deriva en la simplificación de las figuras, el uso de símbolos, las armonías complementarias y la línea de contorno. Sin embargo, las dificultades económicas son de alguna manera superadas y en la segunda mitad de la década de 1960 se aprecia un aumento en la cantidad de tintas, regresa el plano de color





CENTENARY JOSEPH BEUYS | 1921 - 2021

en el fondo y aumenta la cantidad de detalles en las figuras y elementos gráficos.

Al taller del ICAIC, el proceso fotomecánico no llegaría y hasta el cierre de este a mediados de la década pasada, el proceso empleado era completamente artesano. Los carteles se reproducían mediante el calado en negativo de una lámina de material adhesivo que bloquea la tinta en la pantalla, las tintas son de base aceite y el diluyente empleado es metanol. Aun con esta limitante técnica, en su momento de mayor producción, en este taller se reprodujeron imágenes fotográficas en alto contraste, en las que cada punto de la trama fotográfica era calado a mano. Entre 1965 y 1975, el taller produjo carteles de asombrosa dificultad técnica, pero no solo envejecieron las máquinas, los hombres que realizaban los procesos también envejecieron. En los primeros años del siglo XXI, además del original a color en formato A4, se entregaba una impresión a línea y a tamaño real del cartel. Los requerimientos eran: no más de cinco tintas, incluyendo el negro, no transparencias, no superposiciones, la tipografía de preferencia sans serif y en el mayor puntaje posible. Estas limitaciones técnicas forzaron la creatividad de los diseñares y aun con estas limitaciones, casi todos los carteles del período tienen una alta calidad gráfica, comunicacional y estética.



El clima, la música del país, ¿generaron algún tipo de influencia sobre el color o el ritmo compositivo de una obra gráfica?

Si hablamos de un clima cultural, definitivamente sí. Las medidas del gobierno revolucionario destinadas a la socialización de la cultura tuvieron un impacto en todas las expresiones visuales, sonoras y audiovisuales. Desde los ciclos de conferencias en las fábricas, organizados por la Biblioteca Nacional y que llevaron la historia del arte y la cultura a los obreros, hasta los diferentes proyectos de transformación social con investigación social y acción cultural directa coordinados por la Universidad de La Habana en diferentes regiones rurales del centro del país, se intentó reducir la distancia cultural que mediaba al triunfo de la revolución entre los diferentes sectores sociales. La reducción del precio de la admisión a los espectáculos teatrales y al cine, el cine-móvil y el trabajo comunitario fueron, entre otras, experiencias de transversalización de la cultura.

Por otro lado, los climas creativos intelectuales que se producen en Casa de las Américas y en el ICAIC favorecen el intercambio provechoso entre intelectuales y agentes culturales de diferentes formaciones y experiencias.

Las tiradas de los carteles eran entre 100 y 300. ¿Se pegaban masivamente en la calle o eran para una elite?

De la distribución de la tirada sabemos que se destinaban muestras al almacén del taller y a las colecciones de la Cinemateca de Cuba y de la Biblioteca Nacional. El grueso de la tirada acompañaba al filme en su distribución. En el caso



del cine cubano, también eran enviados juntos a las películas a los festivales donde estas competían o se exhibían en el extranjero. Gracias a esto, algunas cinematecas y bibliotecas en Francia, Colombia, Noruega, México o Japón conservan carteles de filmes cubanos.

Hay pocas mujeres en la historia del cartelismo... ¿Conocés la obra de alguna?

Las mujeres no sobresalen en el cartel cubano de cine hasta el siglo XXI, cuando algunas egresadas del Instituto Superior de Diseño se vinculan al diseño de carteles con piezas verdaderamente memorables. Actualmente las más reconocidas son Michele Miyares, Giselle Monzón e Idania del Río. En los últimos dos años se ha destacado mucho Yanaisy Puentes con carteles para cine independiente, exposiciones y concursos.

A diez años de la publicación del libro, ¿sacaste alguna conclusión?

A diez años, el libro me ha traído buenos momentos, sobre todo me ha permitido participar de otros proyectos de investigación y conservación. La experiencia de trabajo en un equipo internacional fue muy provechosa y me dio herramientas para trabajos posteriores, tanto editoriales como expositivos o de conservación patrimonial. En cuanto a lo que planteamos con la selección final de imágenes creo que logramos marcar un punto en las investigaciones sobre cartel cubano de cine. Sobre todo por el alcance que tuvo el libro, algo que siempre he lamentado con la distribución de las editoriales cubanas, pues Trilce Ediciones lo colocó en



JUANA DE LAS FLORES

Arte Cubano
ContemporáneoLA UNIVERSIDAD
DE CUBA
CALLE 84 N° 212, 794
LA HABANA70+ artistas
Septiembre 2023

muchas e importantes librerías en México y Estados Unidos, así como en plataformas de venta online.

La tesis con la que me aproximé a la lectura de los carteles en ese momento ha cambiado, sobre eso escribo ahora para mi disertación de doctorado.

¿Quiénes son los/as diseñadores/as de la nueva generación que están produciendo algún tipo de cambio en el cartelismo?

La «nueva generación» fue un fenómeno que comenzó en 1999 y que ya desapareció. Fue algo que se diluyó en otros proyectos, en otros emprendimientos, si es que alguna vez estuvo consolidado. Tuvo su mejor momento entre 2005 y 2015, cuando coincidieron varios esfuerzos alrededor del cartel, fundamentalmente del cultural. Ya que el cartel político nunca se recuperó de la depresión en que lo sumió el llamado «período especial», cuyos años más duros fueron los posteriores a la caída del muro de Berlín. El Club de Amigos del Cartel con su reunión y exposición anuales, los premios de edición otorgados por el Taller de Serigrafía René Portocarrero, los encuentros «A lo hecho, pecho» y las exposiciones nacionales e internacionales, así como las publicaciones relacionadas con el cartel vieron un auge en ese decenio de 2005 - 2015. Protagonizado por un grupo heterogéneo y diverso de creadores, «la nueva generación» permite establecer paralelos y puntos de comparación con la «época dorada» (1964-1974). Las diferencias que se aprecian entre ambos períodos están marcadas por sus respectivos contextos, aunque los últimos no se alejaron tanto de sus predecesores como para destacar en su absoluta singularidad. Hoy día, tanto las exposiciones como los catálogos son

organizados cronológicamente, en una continuidad determinada y a veces forzada por las narrativas de coleccionistas y curadores.

¿En qué consiste ese cambio?

El mundo cambió, y con el mundo cambiaron las maneras de hacer y de distribuir el cine. Cambiaron los referentes y las plataformas culturales y políticas de partida. Todos los diseñadores de «la nueva generación» estudiaron diseño en la ISDi, aunque formados con diferentes profesores y algunos profesores ellos mismos. Pero ninguno de ellos conoció otra estructura socioeconómica que la de la revolución. Su rebelión, si es que hay alguna, es estética y radica en la búsqueda de un lenguaje que los identifique y distinga como individuos, lo que redundaba en una reacción grupal que oscila entre la continuidad y la ruptura.

¿Qué condimentos puede aportar la gráfica popular cubana al estilo del diseño gráfico actual?

La gráfica popular y la profesional tocaron fondo entre 1992 y 1994. Se dejó de imprimir, y los recursos y materias primas escasearon. Si bien la gráfica profesional comenzó un proceso de recuperación a finales de esa década, la gráfica popular continuó muriendo lentamente. El oficio del rotulista desapareció y lo que sobrevive está en manos de un puñado de ancianos. Los murales decorativos o de temas políticos de los primeros años del siglo XXI fueron realizados por estudiantes de diseño y artes visuales, y ya no queda ninguno de la treintena que se pintaron en muros públicos de La Habana entre 2003 y 2005. Algunos espacios privados comisionan murales decorativos, pero resultan hechos por profe-



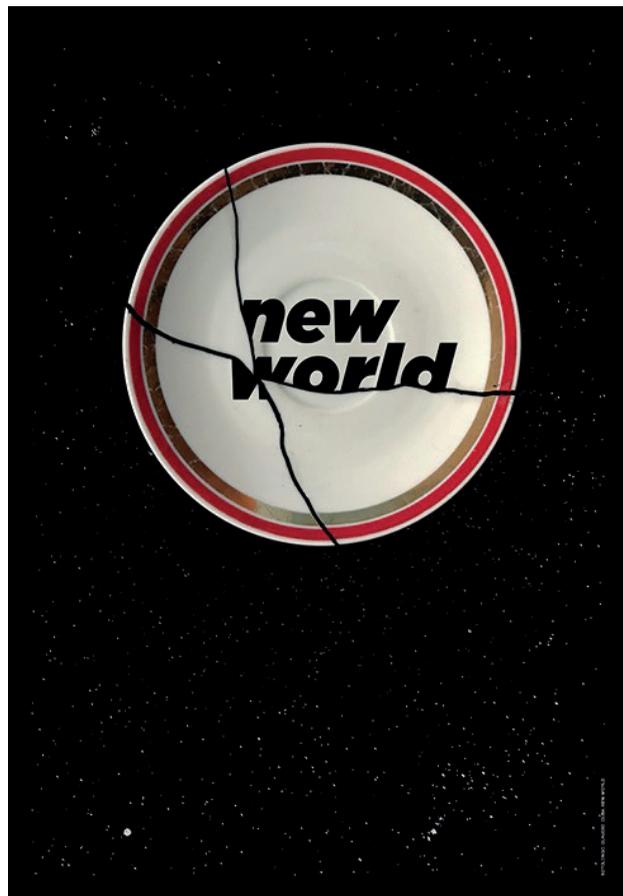
sionales. Así que lo popular resulta de una recreación, más o menos informada, de referentes del pasado.

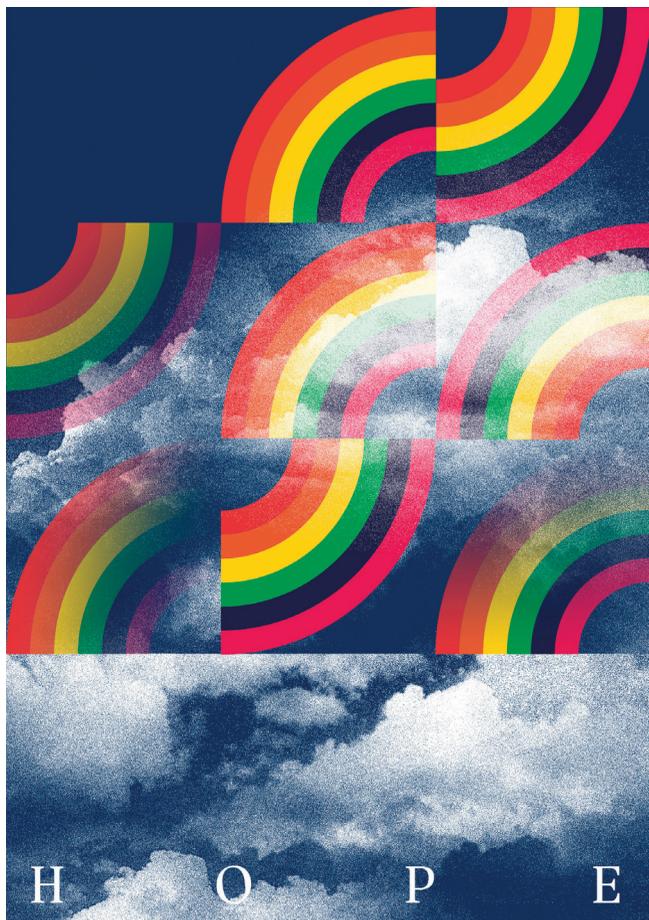
¿La globalización puede poner en riesgo el estilo del cartel cubano?

Si hay algo que pone en peligro al cartel cubano y su acervo son los propios cubanos. La falta de recursos económicos y el desinterés institucional en ese soporte de promoción, añadido a altos niveles de elaboración estética han alejado en los últimos treinta años al cartel del espacio público, ya sea por su escasa tirada como por un lenguaje que dejó de establecer diálogo con el público. En el mejor de los casos este cartel de altos valores estéticos y excelente uso de los recursos de diseño, es aceptado en su condición informativa, pero difícilmente genera empatía con el viandante. Sin embargo, en estos últimos años el cartel y algunos diseñadores han sido premiados en bienales de cartel tan importantes como México, Chicago o Varsovia, lo que nos coloca ante una interesante paradoja, el consumo de imágenes en formato cartel en el contexto urbano es prácticamente mínima y sin embargo las exposiciones internacionales y el reconocimiento en concursos y bienales ha sido sostenido.

¿Estás pensando publicar un libro nuevo o alguna tesis?

En este momento estoy en la fase final de mi tesis de doctorado, para la investigación me concentro en la producción de cartel cubano para la promoción de filmes entre 1964 y 1974. Y una vez terminada, es probable que se haga una publicación de tipo académico en Cuba.





¿Cómo fue tu proceso creativo para diseñar el cartel HOPE?

HOPE fue una invitación de Byoungil Sun para la exposición internacional de carteles con el tema Designing Hope que ocurre como evento colateral a la conferencia anual del Korea Institute of Cultural Product & Design. Así que tenía varios retos, lograr una imagen que funcionara en un contexto cultural muy diferente al mío. Por eso el cartel no tiene más texto que la palabra HOPE, y los dos elementos gráficos, arcoíris y nubes son reconocibles al ser fenómenos meteorológicos. Ese era el reto principal, el proceso comenzó por buscar estos elementos y combinarlos en una narrativa que no solo estuviera lograda estéticamente, sino que tuviera algún significado más profundo, al menos para mí. De ahí que incluí dos elementos más, un corte que divide la zona inferior del cartel y el uso de la cuadrícula. En mi narrativa, la esperanza está en el futuro, en un futuro de convivencia pacífica y tolerancia. En

este punto de mi narrativa el arcoíris también representa a una comunidad diversa y plural. No es un grito en la pared, es en todo caso un susurro al oído, un recordatorio gentil y amable del mundo que quiero para el futuro.



CLAUDIO SOTOLONGO

Habana, Cuba, 1982. Máster en Gestión e Innovación de Diseño por el Instituto Superior de Diseño (La Habana, 2006). Desde 2004 diseña carteles para el Instituto de Cine (ICAIC). En 2011 fue coautor en los libros *Soy Cuba: Cuban Film Poster from after the Revolution* (Trilce Ediciones) y *Ciudadano Cartel* (Ediciones ICAIC). Desde 2010 es profesor en la Universidad de La Habana y diseñador de la Editorial UH.

En 2010 obtuvo la beca de creación artística Estudio 21 del Centro de Desarrollo de las Artes Visuales en La Habana y en los períodos 2016-2017 y 2019-2020 participó del programa de residencias artísticas de la Real Academia de España en Roma. Entre 2018 y 2020 ha exhibido en el Kennedy Center, Washington D.C.; el Centro Cultural Matadero, Madrid; California Art Museum, Pasadena; Fowler Museum, UCLA; Musée des Arts Décoratifs, París y en La Habana en el Museo Nacional de Bellas Artes, Factoría Habana, Fábrica de Arte Cubano, Fundación Ludwig, Estudio 50 y Galería 23 y 12. Su obra ha sido expuesta por las bienales de diseño de Madrid y La Habana y por las de cartel de Lublin, Trnava, Ecuador y Bolivia, y forma parte de las colecciones de las bibliotecas Margaret Herrick y UCLA; Biblioteca Nacional de Cuba; el CSPG, la Cinemateca de Cuba y el Museum für Gestaltung, Zürich, Suiza.