

El diseño gráfico cubano,
una carrera de relevos
Reynaldo González

Cronología
del diseño gráfico
cubano

Diseñadores

Galería

APUNTES PARA UNA CRONOLOGÍA DEL DISEÑO GRÁFICO EN CUBA (DE 1950 A LA ACTUALIDAD)

Pepe Menéndez

1. De 1950 a 1958: la era de las agencias publicitarias

En la última década del primer período republicano en Cuba se acumularon serias contradicciones socio-económicas y políticas que desembocaron en un alzamiento armado y la posterior toma del poder por los guerrilleros en enero de 1959.

En el campo de la comunicación social se habían impuesto desde la década anterior las agencias de publicidad al estilo norteamericano, las que llegaron a ser más de 30, y que actuaron tanto sobre los medios impresos como sobre la programación casi íntegra de la televisión y la radio, iniciada en Cuba justo en la mitad del siglo. McCann Erickson, Guastella, Siboney, Mestre-Coniill y OTPLA eran algunas de las agencias principales. Existían además dos destacados departamentos de publicidad internos: los de las compañías de jabonería y perfumería Crusellas y Sabatés.

La Habana contaba con una poligrafía moderna y eficiente. Se alcanzaba gran calidad en las impresiones litográficas; había varias máquinas rotativas, de huecograbado y offset, y decenas de pequeños talleres de impresión tipográfica. Las agencias publicitarias, las empresas editoriales y los grandes consorcios de medios de comunicación norteamericanos acostumbraban a someter a prueba en Cuba sus nuevas técnicas y tecnologías. La Isla sirvió también como plataforma para el lanzamiento de productos y mensajes hacia el mercado latinoamericano, todo lo cual explica en parte el desarrollo tanto de la publicidad como de la industria gráfica cubanas en esta década. El lenguaje fotográfico había alcanzado un claro predominio con los aportes destacados de dos estudios: el de Buznego, que fue líder durante años, y el de Korda, que aportó la renovación.

Existía un gremio organizado de profesionales de la comunicación, con sus anuarios, clubes y premios. La Escuela Profesional de Publicidad se fundó en 1954. No fue sin embargo una época de grandes figuras individuales como habían sido Valls, Massaguer, Blanco y García Cabrera en décadas anteriores. Cabe mencionar sin embargo a Enrique Céspedes, Luis Martínez Pedro, Mario Masvidal y Carlos Ruiz entre lo más destacado de estos años.

En el ámbito de los productos de consumo Cuba contaba con una rica tradición de nombres y marcas. De igual modo envases, etiquetas y embalajes habían recorrido un fructífero camino desde el siglo XIX, en primerísimo lugar en los tabacos, pero también en cigarrillos, ron y cervezas. Estos productos, sus nombres y lemas comerciales fueron expresiones de identidad cultural (por ejemplo, del humor criollo: «Ron Matusalén, hoy alegre, mañana bien»). Los tabacos, que constituyen un verdadero patrimonio de las artes visuales cubanas, contaban en sus envases con una imaginería donde las representaciones del paisaje natural y humano valorizaban la cultura criolla.

El mercado de las publicaciones era bastante disparejo. Había por un lado múltiples revistas y diarios (sobre todo en la capital) y por el otro una industria del

libro de poco desarrollo. Escasas eran también las campañas de comunicación no comerciales o de bien público; la producción de carteles estaba circunscrita a la promoción cinematográfica (especialidad en la cual se destacó el diseñador e impresor Eladio Rivadulla, pionero en Cuba del cartel en serigrafía desde la década anterior) y a un proselitismo político maniqueo.

2. De 1959 a 1964: cambio de paradigma

La revolución fue una transformación profunda de la sociedad en todos sus ámbitos, en un proceso continuo pero no lineal. La comunicación social estuvo desde luego afectada por esos cambios, que dieron una perspectiva radicalmente diferente al diseño gráfico. Fue esta una época de fundación: surgieron nuevos emisores de la comunicación, cambiaron los mensajes, y los receptores dejaron de ser potenciales consumidores para convertirse en destinatarios de mensajes políticos, sociales, educativos y culturales.¹

De la anterior, la nueva sociedad heredó un sector profesional bien entrenado en la publicidad. Muchos continuaron trabajando en sus puestos hasta que los dueños de las agencias las abandonaron y partieron del país. Con las posteriores nacionalizaciones los diseñadores pasaron a ser empleados del estado. Los que se quedaron en Cuba y protagonizaron el relevo de paradigma que se operó en el diseño gráfico cubano eran casi todos menores de 30 años y participaban en mayor o menor medida del ideario que la Revolución propuso.

En la confrontación ideológica de los primeros años la publicidad fue tildada de perniciosa, y en 1961 fueron definitivamente suprimidos por el gobierno los espacios publicitarios en radio, televisión y prensa plana. Hubo también prejuicios estéticos, fuertes debates, pero en general el diseño logró imponer su libertad expresiva y primó el respeto a sus creadores.

Los dos principales conglomerados de diseñadores que surgieron en estos años fueron el Consolidado de Publicidad (en 1960) y la agencia Intercomunicaciones (en 1961). El primero atendió los contratos de publicidad que existieron hasta 1961 y la segunda se ocupó de los encargos de comunicación de las entidades del gobierno (ministerios, empresas, etc.).

Intercomunicaciones (con creadores como Guillermo Menéndez, Tony Évora, Joaquín Segovia y Silvio Gaytón en la primera etapa, más Olivio Martínez, José Papiol, René Mederos, Ernesto Padrón y Faustino Pérez, entre otros, en un segundo momento) terminaría fundiéndose en 1967 con un grupo de diseñadores que atendía la gráfica propagandística del gobierno en la Comisión de Orientación Revolucionaria (COR).

Los nuevos contextos en que se desarrollaba el diseño gráfico y los contenidos que debía comunicar necesitaron formas diferentes a las que primaban hasta entonces. Por un tiempo, sin embargo, se produjeron superposiciones de contenidos y formas antagónicas. La publicidad –adaptándose a los nuevos tiempos– intentó mostrar una vocación más nacionalista en el posicionamiento de los productos, y la propaganda no encontraba todavía su propio lenguaje. Los cambios no surgieron por dictamen sino por necesidades intrínsecas de aquel momento histórico.

En 1959 se fundaron dos instituciones culturales muy importantes en la historia de la gráfica cubana: el Instituto Cubano del Arte e Industria Cinematográficos (ICAIC) y la Casa de las Américas. En el ICAIC el primer equipo de diseñadores estuvo integrado por Rafael Morante, Eduardo Muñoz Bachs, Raúl Oliva y Holbein López, con Eladio Rivadulla como impresor de carteles en serigrafía. En años siguientes trabajaron sistemáticamente en esta oficina –entre otros– René Azcuy, Antonio Pérez Níko, Antonio Fernández Reboiro, Luis Vega y Julio Eloy Mesa.

La diversidad de estilos entre ellos es notable, como lo es también la intensidad de la producción. En ocasiones llegaron a diseñar un cartel semanal cada uno. Tal demanda continua de soluciones los dotó de una capacidad resolutoria muy eficiente, cuyos mejores frutos han sido ampliamente elogiados y premiados. Los carteles del ICAIC tuvieron en común desde mediados de los años 60 un mismo formato (52 x 76 cms) y una misma técnica (serigrafía), más un grupo de

creadores prolíficos (Muñoz Bachs, Azcuy, Ñiko y Reboiro los principales), lo que contribuyó a que hayan sido percibidos como un cuerpo coherente de gráfica promocional mantenida a lo largo de varias décadas.

La Casa de las Américas, por su parte, creó en 1960 la revista de igual nombre, en la que trabajó Umberto Peña con gran creatividad desde 1965 hasta finales de los años 80. Umberto Peña permaneció vinculado a la Casa por más de veinte años, en una relación creador-entidad que puede considerarse como una de las más fructíferas en la historia del diseño cubano, tal vez solo comparable con la de Eduardo Muñoz Bachs y sus carteles para el ICAIC.

Peña aportó a la Casa de las Américas, con la gran cantidad de soportes diseñados, lo que hoy llamaríamos una identidad visual corporativa.

Por otra parte, con forma y contenidos que se consideraron renovadores en Cuba salió a la calle en 1959 el primer número de Lunes de Revolución, suplemento del diario Revolución. En ciertos casos, la experimentación que llevó a cabo el equipo de realizadores de Lunes... en la relación tipografía-fotografía-ilustración puede considerarse precursora de los carteles cubanos posteriores, cuya madurez expresiva se produjo hacia mediados de los años 60. Sus diseñadores principales fueron Jacques Brouté (francés residente en Cuba, en la primera etapa), Tony Évora (segunda etapa) y Raúl Martínez (tercera etapa). La publicación dejó de existir en 1961.

El cartel adquiere por estos años un rol preponderante como medio de divulgación. La vida de los cubanos se hizo muy intensa en las calles, en los sitios públicos; había mucho intercambio social por motivos laborales, estudiantiles, recreativos o de preparación militar. En tales circunstancias el cartel, al estar siempre presente, sirvió de eficaz comunicador, con independencia de la calidad mayor o menor que tuviera. No habiendo madurado aún un estilo gráfico o formas de hacer particulares en el diseño cubano, algunos de los más significativos carteles que pueden mencionarse de esta primera etapa lo son más por la coyuntura en que surgieron que por una calidad notable.

«Es bueno recordar que la eficacia comunicativa de tales objetos visuales fue más un resultado de la significación social del hecho que interpretaban y trasmitían que de los valores intrínsecos de su concepción y plasmación como obra gráfica.»

(Bermúdez, J., 2000: 89). Tales son los casos de los diseños para la Campaña de Alfabetización de 1961 y los carteles de movilización y alerta que se hicieron en el contexto de la Crisis de Octubre de 1962.

En 1961 se creó el Consejo Nacional de Cultura (CNC). Algunos de sus diseñadores en los años iniciales fueron: Rolando y Pedro de Oraá, José Manuel Villa, Umberto Peña, Raúl Martínez, Héctor Villaverde, César Mazola, Rafael Zarza, Ricardo Reymena y Juan Boza. Su objeto social era la promoción de eventos e instituciones culturales, y se ocuparon también del diseño de revistas.

Junto al ICAIC, el equipo del CNC se puso en pocos años a la vanguardia del cartel cubano, pero a diferencia de aquel no mantuvo la misma estabilidad de autores, formatos y técnica de reproducción. Lamentablemente, la producción de carteles del CNC no ha sido conservada en archivos o colecciones, lo que unido a los prejuicios y marginaciones en que se vio envuelto el ámbito cultural en la siguiente década dio lugar a que se haya diluido la verdadera importancia de aquella producción en las décadas de los años 60 y 70.

Cierra esta etapa con una clara intención renovadora. Las propuestas visuales iban madurando en una generación numéricamente grande, joven y con ansias de realización, que creaba dentro de una realidad social en transformación y se atrevía a lo nuevo, adaptando sus creaciones a circunstancias muy exigentes. Por un lado las limitaciones económicas extremas de un país bloqueado, y el desenfado utópico por el otro.

3. 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.

La demanda se expresó, por ejemplo, en una eclosión editorial. La poligrafía llegó a alcanzar en su momento máximo cifras anuales de 700 títulos y 50 millones de ejemplares impresos, en un país con una población de alrededor de 7 millones de habitantes. Había decrecido el número de periódicos pero proliferaron las revistas, y las nuevas editoriales crearon una variada gama de colecciones de libros. La producción de carteles se disparó tremendamente, concentrado el grueso, en términos de cifras, en tres entidades: ICAIC, COR y CNC, es decir cine, propaganda política y cartel de promoción cultural no cinematográfica.

A modo de ejemplo vale decir que cuando en 1979 el ICAIC celebró sus 20 años organizó una muestra con el impresionante título de 1000 carteles cubanos de cine (curiosamente los años más representados fueron los finales del decenio 65-75: 1974, con 171 piezas y 1975, con 125 piezas; en cuanto a los autores, de Eduardo Muñoz Bachs fueron seleccionados 284 carteles). En ausencia de publicidad, aumentaron las campañas de bien público en las que tomaron mucha fuerza nuevos soportes como las vallas urbanas y los laminarios.

Aunque Cuba fue durante muchos años un país aislado y el cambio que se operó en estos años tuvo bases endógenas, no deben ignorarse las influencias externas. 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 CNC. Este primer encuentro directo con la escuela polaca de diseño –tan diferente de los códigos estéticos norteamericanos en boga en Cuba desde los años 50– fue útil para los jóvenes creadores del patio.

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).

En 1969 vinieron a La Habana los diseñadores gráficos polacos Wiktor Gorka, Waldemar Swierzy y Bronislaw Zelek.

Otras visitas de resonancia en el gremio del diseño gráfico cubano en años posteriores fueron las de Shigeo Fukuda en 1970 y 1987 (en esta última con una exposición de sus carteles en el Instituto Superior de Arte); de Albert Kapr en 1983 (dos años después se publicó en Cuba su libro 101 reglas para el diseño de libros); de Jorge Frascara y Gui Bonsieppe en repetidas ocasiones entre los años 80 y 90, y más recientemente de Norberto Chávez, Rubén Fontana, Alain Le Querrec e Isidro Ferrer.

Debe entenderse que a partir de los primeros años 60 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 durante muchos años, sobre todo en las décadas del 60 y 70, quedando los ejemplos que se mencionan más algunas revistas y libros internacionales que se recibían como excepciones de un estado de incomunicación con el mundo.

El primer intento de una revista cubana de diseño se produjo en 1970 cuando la COR editó Diseño. Su existencia se limitó a tres números en ese mismo año. En 1973 la misma entidad sacó a la luz Materiales de Propaganda (luego Propaganda), publicación que ha perdurado hasta hoy aunque con mucha

irregularidad.

En 1962 surgió Cuba, una revista concebida para mostrar al mundo la realidad del país. Esta publicación (cuya antecesora directa se llamó INRA) desarrolló un perfil editorial muy visual y dinámico para su época y entorno, sumando para esto el talento de diseñadores y fotógrafos. Inicialmente la dirección de diseño y fotografía la ocupó José Gómez Fresquet Frémez, al que siguió Rafael Morante. De 1967 a 1977 lo hizo Héctor Villaverde. Contó además, durante muchos años, con los aportes de Roberto Guerrero y de varios otros diseñadores como Luis Gómez y Jorge Chinique. En el equipo de fotógrafos estuvieron Alberto Díaz Korda y Raúl Corrales en la primera etapa y José A. Figueroa, Iván Cañas, el suizo Luc Chessex, Enrique de la Uz, Luis Castañeda y Nicolás Delgado en la década de los años 70.

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 períodos Héctor Villaverde y José Gómez Fresquet Frémez, así como Tricontinental (surgida en 1967, con diseño de Alfredo Rostgaard).

A mediados de la década 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 dándose 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 más importantes de esta etapa 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 dudas fue el cartel el género más representativo del auge en la gráfica cubana de esta época, tanto que opacó otros logros que permanecen hasta hoy poco abordados. Dos extremos opuestos por su escala serían el diseño para espacios expositivos o de gráfica urbana y el diseño de sellos de correo.

En el cambio de década se produjeron varias experiencias de interés en diseños de grandes espacios. Para los pabellones cubanos en las exposiciones mundiales de Montreal '67 y Osaka '70 trabajó el diseñador Félix Beltrán, formando parte de equipos dirigidos por arquitectos (en el primer caso, los italianos residentes en Cuba Sergio Varoni y Vitorio Garatti, en el segundo, Luis Lápidus).

Otra exposición que adquirió una coherencia y expresividad superiores gracias al diseño gráfico fue la Muestra Internacional de Arte del Tercer Mundo, La Habana, 1968, concebida en cuanto a diseño por José Gómez Fresquet Frémez. También se recuerdan las supergráficas que colmaron el edificio del ICAIC en los fines de año, en especial la de 1969, diseñada por Antonio Fernández Reboiro, y la de 1970, debida a Alfredo Rostgaard.

En el diseño de sellos de correo se produjo una evolución paralela a la de los carteles y el diseño editorial de estos años. Los códigos predominantes transitaban de una figuración realista a una conceptualización visual más efectiva. Varios diseñadores se especializaron en este tipo de trabajo y lograron algunas series donde las pretensiones de belleza que solían primar y la funcionalidad requerida del sello no entorpecieron el buen diseño, sino que por el contrario encontraron en él un aliado.

Fue sin embargo un creador que trabajaba en otra entidad quien demostró la mayor maestría para estas minúsculas piezas de comunicación. A Guillermo Menéndez se deben algunos de los más logrados sellos de correo cubanos, como los de las series Año Internacional de la Educación (1970) y xx Aniversario del Triunfo de la Revolución (1979).

Los niveles de calidad promedio que se alcanzaron en el diseño de sellos durante las décadas de los 60 y 70 se perdieron en años siguientes y se impuso de nuevo el modelo de representación con pretensiones de hiperrealismo, tanto en los temas de fauna y naturaleza como en los conmemorativos y de deportes, en ocasiones

con un bajo nivel de realización en los dibujos.

En 1966 surge la Organización de Solidaridad con los Pueblos de Asia, África y América Latina (OSPAAAL), la entidad que junto al ICAIC y el DOR puede ser considerada la otra gran productora de carteles, más por su singularidad y calidad que por la cifra de sus títulos: alrededor de 340 en los primeros 40 años. Vale apuntar que la producción histórica del ICAIC ha sido estimada entre 2 500 y 3 000 carteles; la del DOR se calcula entre 6 000 y 8 000.

Los carteles de la OSPAAAL estaban destinados a transmitir mensajes políticos de solidaridad, fundamentalmente con procesos de descolonización / reivindicación social / antimperialismo en diversos países del Tercer Mundo. Inicialmente se hicieron circular doblados y encartados dentro de la revista Tricontinental (cuya tirada llegó a ser de 50 000 ejemplares). Usaban un formato pequeño y un lenguaje gráfico asimilable por individuos de culturas e idiomas diferentes, privilegiando la imagen sobre el texto. La principal figura de la cartelística de la OSPAAAL fue Alfredo Rostgaard. También se destacaron Lázaro Abreu, Olivio Martínez, Rafael Morante, Jesús Forjans, Faustino Pérez, Berta Abelenda, Rafael Enríquez y René Mederos.

La creación del Instituto Cubano del Libro (ICL) da pie a la remodelación de las editoriales y sus perfiles gráficos. En las editoriales Arte y Literatura y Letras Cubanas trabajaron, entre otros, Raúl Martínez, José Manuel Villa, Cecilia Guerra, Carlos Rubido y Luis Vega; en Ciencias Sociales lo hicieron Roberto Casanueva y Francisco Masvidal. Ellos llevaron el diseño de libros dentro del ICL a un nivel cualitativo alto. En otras instituciones, Raúl Martínez y Tony Évora (Ediciones R), Fayad Jamis (Ediciones Unión) y Umberto Peña (Casa de las Américas) fueron los más destacados en esta época.

El libro había dejado de ser un objeto elitista para quedar al alcance de cualquier ciudadano, respaldado esto por una política de precios subvencionados estatalmente a fin de promover la lectura y por ende el enriquecimiento cultural. Los diseños cubanos de libros de esta época fueron desinhibidos, a veces arriesgados, y aunque respetaban ciertas reglas básicas, no parecían asumirlas como leyes inviolables. En las cubiertas había más búsqueda expresiva que disciplina tipográfica.

Libros sobre diseño no han existido muchos en Cuba. El prolífico Félix Beltrán publicó Desde el diseño, en 1970, Letragrafía (Editorial Pueblo y Educación), en 1973, y Acerca del diseño (Ediciones Unión), en 1975. En años siguientes aparecieron El libro, su diseño, del creador Roberto Casanueva (Editorial Oriente, 1989), El cartel cubano de cine (Editorial Letras Cubanas, 1996) y La imagen constante. El cartel cubano del siglo xx, del estudioso del diseño Jorge Bermúdez (Letras Cubanas, 2000), primer estudio profundo sobre este tema particular.

Las zafras azucareras, principal evento económico del país hasta hace pocos años, estuvieron acompañadas habitualmente de numerosos impresos cuyo propósito era estimular la conciencia laboral de los trabajadores. La campaña propagandística alrededor de la zafra de 1970, en la cual el gobierno se propuso una meta nunca antes alcanzada, tuvo dimensión nacional, con equipos de diseño localizados en cada provincia. Fue concebida una serie de vallas y carteles que anunciaban cada etapa vencida. A diferencia de la profusión de imágenes figurativas (obreros, sembrados de caña, maquinarias y herramientas) con que se había comunicado la movilización hacia las zafras de años anteriores, en esta Olivio Martínez elaboró unas imágenes tipográficas muy coloridas que expresaban la euforia nacional alrededor de este magno empeño productivo. Su concepción seriada resultó de mucho interés.

De este crucial evento económico y político de la Revolución Cubana quedó otro cartel que expresaba, no la euforia con que se inició la zafra sino la consternación de su final frustrado al no cumplirse la meta propuesta. Revés en Victoria (COR, 1970) es un notable ejemplo de economía de medios, que logra visualizar sintética y sugerentemente una frase del momento. Su autora fue Eufemia Álvarez, una de las varias mujeres que se destacaron en la gráfica cubana en estos años sin que se

les mencione con la frecuencia y justeza que merecen. Su cartel obtuvo uno de los cinco premios en el Salón Nacional de Carteles de 1970, junto a piezas tan notables como Besos robados (de René Azcuy), Viva el xvii Aniversario del 26 de Julio (de Félix Beltrán), ¿Quién le teme a Virginia Woolf? (de Rolando de Oraá) y Moler toda la caña y sacarle el máximo (de Antonio Pérez Níko).

La COR había organizado el primer Salón un año antes, centrado solamente en la producción de carteles.² Fue inaugurado con una gran exposición, para la que se seleccionaron y quedaron expuestos trabajos de 70 diseñadores. Cinco diseños –que con el tiempo han pasado a ser considerados antológicos– fueron premiados: Cuba en Grenoble (de Raúl Martínez), Todos a la Plaza con Fidel (de Antonio Pérez Níko), Décimo aniversario del ICAIC (de Alfredo Rostgaard), Clik (de Félix Beltrán) y Décimo aniversario del triunfo de la rebelión (del equipo integrado por Ernesto Padrón, José Papiol y Faustino Pérez).

Un desglose de los premiados en las primeras diez ediciones de este Salón Nacional del Cartel (luego renombrado Salón Nacional de la Propaganda Gráfica 26 de Julio) arroja otros datos de interés: los 40 premios otorgados fueron a manos de 26 diseñadores, es decir que existía una calidad repartida; tres fueron ganados por mujeres; el balance temático es de 21 carteles políticos, 12 culturales y 7 sociales. Se evidencia también la distribución geográfica de la actividad de diseño en Cuba por esos años, al recibirse y premiarse trabajos de varias provincias con destaque para Matanzas y Santiago de Cuba.

En 1970 se publicó el libro *The Art of Revolution* (McGraw-Hill Book), de los autores Susan Sontag y Dougald Stermer. El mismo significó un espaldarazo internacional a la gráfica cubana, especialmente por el ensayo de Sontag y por la espléndida selección de carteles, desplegados en un libro de gran formato. La repercusión internacional de la gráfica cubana era ya un hecho al inicio de la década de los 70.

Se habían obtenido los primeros lauros: un cartel de Esteban Ayala en la República Democrática Alemana, 1964; libros de Santiago Armada Chago, Eduardo Muñoz Bachs, José Manuel Villa, Esteban Ayala y Félix Beltrán en Ferias del Libro IBA de Leipzig entre 1965 y 1971; el cartel Harakiri de Antonio Fernández Reboiro en Sri Lanka, 1965; y finalmente el conjunto de carteles presentado por Cuba, que recibió el primer premio en el Concurso Internacional de Carteles de Cine dentro del Festival Internacional de Cine de Cannes en 1974.

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.

4. De 1976 a 1989: estancamiento y retroceso

En este período se producen cambios importantes en la estructura político-administrativa y de gobierno que guardan relación con la incorporación del país al bloque económico de los países socialistas.

Variedad de factores condicionaron la crisis del diseño gráfico cubano que se hizo evidente en este período:

- Se saturó el código visual creado en los años 60 y no llegó a tiempo la necesaria renovación tanto visual-expresiva como humana, es decir, de profesionales con similar o mejor nivel profesional que sus antecesores.
- Las relaciones laborales entre los diseñadores y profesionales afines y sus superiores se tornaron rígidas, imponiéndose un estilo burocrático de encargo / aprobación de diseños.
- Hacia el final de los años 80 comienza a conocerse en Cuba la tecnología digital, avance al que no todos los diseñadores por entonces activos pudieron incorporarse –con lo cual quedó marginado un sector de profesionales maduros respecto a los jóvenes que entraban al gremio– y que por otro lado hizo posible que personas con

poca preparación específica en comunicación visual accedieran a trabajos de diseño en detrimento de la calidad resultante.

Hubo conciencia bastante generalizada de la crisis (al menos entre los diseñadores y demás especialistas) pero no soluciones.

Al parecer las instituciones no reaccionaron ante las señales: en 1978 la revista *Revolución y Cultura* publicó un conjunto de artículos-encuestas debatiendo las encrucijadas a que se enfrentaba la cartelística nacional desde hacía algunos años. De Raúl Martínez es esta afirmación: «Quizás nos hemos dormido en los laureles, los artistas que los elaboramos (los carteles) y los organismos y funcionarios que se encargaron con entusiasmo de pedirnoslos y difundirlos a la vez». Todavía diez años después, en un informe redactado por profesionales de la comunicación y puesto a debate en las instituciones vinculadas directamente con esta actividad, se repite que «el diseño gráfico ha presentado en la última década una baja sustancial en lo cualitativo y cuantitativo». Los factores fundamentales que inciden son (selecciono algunos): la inexistencia de una política institucional de promoción al diseño gráfico, la limitación profesional y cultural de las personas que dirigen en las instituciones, la deficiente calificación de numerosas personas que trabajan como diseñadores y la necesaria renovación de diseñadores que deben promover los centros docentes especializados.

La Sección de Diseño de la Unión de Escritores y Artistas de Cuba (UNEAC), dirigida por Héctor Villaverde y Alfredo Rostgaard, organizó los Encuentros de Diseño Gráfico (el primero tuvo lugar en 1979, el segundo en 1985), en un intento por tomar la iniciativa y debatir públicamente los asuntos de la profesión, pero dándole la palabra a los creadores. Sintomáticamente, el cartel del evento, debido a Francisco Masvidal, muestra los entonces habituales instrumentos del diseñador: cuchilla de cortar, pincel, rotulador de tinta y lápiz con forma de proyectiles.

Por esos años algunos diseñadores notables salen definitivamente del país (por ejemplo, Antonio Fernández Reboiro y Félix Beltrán; mucho antes ya lo había hecho Tony Évora) y otros dejan los puestos de trabajo donde estaban (Umberto Peña, Eduardo Muñoz Bachs, René Azcuy). Cuando en 1980 se funda la Oficina Nacional de Diseño Industrial (ONDI), el diseño gráfico cubano ya está en franca crisis. La ONDI pone entre sus prioridades la formación de diseñadores y funda el Instituto Politécnico para el Diseño Industrial en 1983 y el Instituto Superior de Diseño Industrial (ISDI) en 1984, siendo esta la primera –y hasta el momento única– universidad de diseño en Cuba, de donde salieron los primeros veintiún egresados en 1989, nueve de ellos como diseñadores informacionales.

El claustro inicial del ISDI estaba formado por arquitectos. Antonio Cuan Chang, formado como docente en Diseño Básico en la escuela de arquitectura, encabezó la facultad de Diseño Informacional desde su fundación hasta 1993. Las dos grandes excepciones a esta tendencia fueron Esteban Ayala y el profesor chileno Hugo Rivera.

Los arquitectos, con su dominio de las leyes generadoras de la forma y de la Gestalt, habían alcanzado cierto éxito en la gráfica cubana desde los años 70, en especial en la creación de logotipos. En una época en que se hicieron frecuentes los concursos abiertos para crear la identificación de eventos e instituciones, los arquitectos probaron ser muy certeros.

Salidos de concursos públicos o no, algunos logotipos de gran visibilidad se han mantenido hasta hoy por su pregnancia y eficiencia marcaria, como son los casos de: Helados Coppelia (de Guillermo Menéndez, 1964), Ministerio de la Construcción, y Parque Lenin (ambos de Félix Beltrán, años 70), Ministerio de la Pesca (René Azcuy, años 70), Aerolínea Cubana de Aviación (de Juan Antonio Gómez Tito, años 70) y Asociación Cubana de Artesanos Artistas (Antonio Cuan Chang, 1980).

El crecimiento de la industria ligera experimentado en la década de los 70 motivó un desarrollo del diseño de envases. En particular para el sector de los productos alimenticios fueron creados sistemas completos de marcas, etiquetas, envases y embalajes desde el Centro de Diseño de Envases y Divulgación. Ello se extendió

también a los habanos y su promoción en el extranjero. De aquel equipo pueden mencionarse los nombres de Luis Rolando Potts, Antonio Goicochea, Santiago Pujol y Carlos Espinosa Vega, representantes los tres primeros de la poco numerosa generación intermedia, la que siguió a los iniciadores de los años 60 y antecedió a la nueva hornada de los 90.

Entre 1977 y 1978, con motivo de la celebración en Cuba del xi Festival Mundial de la Juventud y los Estudiantes, tomó mucha fuerza en La Habana el tema de las gráficas urbanas. Formando parte de equipos multidisciplinarios junto a arquitectos, urbanistas e ingenieros, el diseñador concibió las llamadas supergráficas que colmaron zonas de gran circulación en La Habana.

En 1983 se fundó el Taller de Serigrafía René Portocarrero, donde se han impreso a lo largo de estos años muchos carteles para pintores y cantautores jóvenes. También con la técnica serigráfica pero diferente finalidad, en el Instituto Nacional del Turismo (INTUR) –anteriormente Instituto Nacional de la Industria Turística (INIT)– se diseñaron varias series de carteles cuya coherencia los hizo relativamente distinguibles. Producidos en la segunda mitad de la década del 70 para promover destinos turísticos particulares o elementos de la flora y la fauna del país, estaban destinados al turismo internacional pero resultaron muy atractivos también para los cubanos, que los adquirieron y usaron en la decoración de sus hogares. Predominaba en ellos un dibujo geometrizado, con un intenso colorido rematado casi siempre por líneas negras. Sus autores fueron Jorge Hernández, Armando Alonso, Arnoldo Jordi, Raymundo García, Enrique Vidán y Francisco Yanes Mayán.

Una revista que consolidó una visualidad muy atractiva para su época apoyada en el uso de la fuente Avant Garde cuando el diseño editorial privilegiaba las tipografías suizas fue Mar y Pesca, bajo la dirección artística de Jacques Brouté.

Otras publicaciones periódicas que surgieron o se destacaron en esos años fueron: Opina (diseñada por Aristides Pumariega), El Caimán Barbudo (por donde han pasado varios diseñadores en casi cuatro decenios de vida), y Juventud Técnica (en la década de los años 80; con una dinámica visual basada en la ilustración muy atractiva para los jóvenes, diseñada por Carlos Alberto Masvidal).

5. De 1990 a la actualidad: crisis y una nueva oportunidad

A la crisis que el diseño gráfico venía afrontando por años se le sobreimpuso una mucho mayor: la crisis en la economía nacional producto del derrumbe del socialismo en Europa, que tuvo consecuencias devastadoras en la creación, reproducción y circulación de productos y mensajes visuales.

Como parte del desajuste que sufrió el sistema de la comunicación al inicio de los años 90, muchos diseñadores se independizaron de las oficinas o agencias de diseño en un contexto social también tendiente a una menor centralización.

Lo anterior no debe verse como contradictorio con el hecho de que proliferaran las agencias de publicidad (llegaron a contarse hasta 15) para atender las necesidades de comunicación en identidad corporativa y publicidad primaria del sector empresarial emergente, vinculado sobre todo al turismo internacional y al surgimiento de empresas de capital mixto cubano-foráneo, dos de las principales alternativas del gobierno para salir de la crisis. De modo que este período experimentó como novedad la coexistencia relativamente armónica de diseñadores independientes con equipos institucionales y agencias de publicidad, o un mismo individuo desempeñando ambas modalidades a la vez.

Los niveles de concepción y visualización que se alcanzaron en el sector comercial / empresarial en esta etapa fueron bajos, sobre todo en términos de discurso publicitario, pues debió afrontarse el prolongado vacío de más de 30 años. No había experiencia ni en los creativos ni en los directivos de las agencias y mucho menos entre los empresarios. La publicidad retornó tímidamente; para el ciudadano común se hizo ver en los centros comerciales y en algunas vallas de carretera. La política del estado cubano siguió siendo menguar la incidencia social de este tipo de mensaje en la vida cotidiana.

Otra de las consecuencias de la crisis económica fue la pérdida de soportes urbanos para la gráfica. Decreció considerablemente el número de vallas y se fueron deteriorando (hasta ser retirados por completo en años recientes) los llamados «paragüitas del ICAIC», originales estructuras metálicas que en los años 70 habían sido ubicadas en decenas de puntos de la capital para portar ocho carteles de cine a la vez.

Las vallas de propaganda política abandonaron el rol dinamizador del entorno urbano que una vez tuvieron. En esta etapa su gráfica fue pobre, con excesivo énfasis en textos discursivos y la reiteración poco original de banderas, rostros de héroes y líderes. El cartel político, por su parte, casi desapareció.

En contraposición a lo anterior se produjo a inicios de la década un fenómeno mediático surgido desde otro costado de la estructura política del país: las campañas de la Unión de Jóvenes Comunistas, diseñadas por un equipo de jóvenes profesionales con la colaboración de estudiantes del ISDI. En sus propósitos de movilización esta organización no dio preferencia al cartel. Se apoyó en otros soportes (pullover, cintas para la cabeza, pegatinas, pasquines y muros de la ciudad) y recurrió a la visualización de sus contenidos por tipografía más que por iconos. Aunque se les señalen flaquezas en la calidad de la visualización, debe reconocérseles a esos diseños una gran eficacia en apoyar los fines proselitistas para los cuales fueron creados.

En el entorno del turismo y de la industria farmacéutica se desarrolló intensamente la creación de manuales de identidad corporativos. Se acumuló un valioso saber hacer que se extendió luego a otros terrenos. Dos de los manuales iniciales fueron diseñados en la ONDI para el Instituto Finlay y para Dalmer S.A. entre 1991 y 1993. Transcurridos unos años, el tema de la regulación sistémica de la identidad de las instituciones pareció ser un conocimiento establecido en nuestro medio, con calidades relativamente altas en los proyectos que se hicieron en esa época y hasta hoy.

Otro tipo de proyecto que se desarrolló bastante fue el diseño de sistemas señaléticos y de espacios expositivos. Vinculados los primeros sobre todo a instalaciones de servicios o a centros científicos y de salud, y los segundos a las ferias comerciales, se trata de la aplicación con profesionalidad de estándares internacionales, adecuándolos a los clientes, usuarios y entornos específicos. Varios diseñadores se han especializado en estos temas, para lo cual han demostrado poseer una útil formación de perfil amplio.

El colapso de la industria gráfica dejó tras sí un notable envejecimiento tecnológico, la pérdida de experiencias acumuladas por decenios y una frecuente falta de control de la calidad final de los impresos. También en las editoriales esto se hizo sentir. La última década del siglo vio desdibujarse muchos de los perfiles gráficos de las colecciones de libros, otros sencillamente quedaron descontinuados. Abundaron las cubiertas «ilustradas» simplistamente, sin sustento conceptual ni rigor tipográfico.

Luego de la recuperación de la capacidad poligráfica nacional en años recientes (todavía más en términos cuantitativos que cualitativos) se sigue obteniendo como promedio más calidad imprimiendo fuera del país que dentro, mientras que por otra parte algunas editoriales han experimentado mejorías en la concepción general e imagen de sus libros. Tales son los casos de Ediciones Boloña, Ediciones Unión y Fondo Editorial Casa. De esas mismas tres casas editoras (Oficina del Historiador de la Ciudad de La Habana, UNEAC y Casa de las Américas) provienen algunas de las revistas mejor diseñadas hoy día en Cuba, de las que se pueden poner como ejemplos a Opus Habana y a La Gaceta de Cuba.

En 1998 el ICL instauró el Premio Nacional de Diseño del Libro, que se otorga a la obra de la vida, primer reconocimiento de este tipo para los diseñadores del país. Ese año el distinguido fue Eladio Rivadulla. Después lo han sido: Roberto Casanueva, Héctor Villaverde, Rafael Morante, Francisco Masvidal, Roberto Artemio Iglesias, Alfredo Montoto, Carlos Rubido y Rolando de Oraá. La ONDI, por su parte, estabilizó sus «Encuentros de Diseño», de frecuencia anual, y creó los Premios

ONDI de Diseño, que incluyen reconocimientos en la categoría de Informacional. Al interior del medio académico surgió también el evento anual internacional «Forma», que tiene al ISDI como anfitrión. Otro galardón de relevancia en la comunidad de diseño cubana ha sido desde 1998 el Premio «Espacio» de la Asociación Cubana de Comunicadores Sociales, entidad fundada en 1991. En 1992 algunos de los más notables diseñadores se reunieron y fundaron el Comité Prográfica Cubana, entidad no gubernamental y sin fines de lucro dedicada a promover el diseño como actividad creativa de amplio contenido cultural. Formaron el primer comité: René Azcuy (presidente), Héctor Villaverde (secretario), Eduardo Muñoz Bachs, Alfredo Rostgaard, Antonio Pérez Ñiko, Faustino Pérez, Umberto Peña, Raúl Martínez, Esteban Ayala y Santiago Armada Chago. Prográfica se adscribió al Consejo Internacional de Asociaciones de Diseño Gráfico (ICOGRADA, por sus siglas en inglés) en 1994, y fue anfitriona de la reunión regional para América Latina de la organización durante la Semana Internacional del Diseño Gráfico en el año 2001.

De las aulas del ISDI ha salido la gráfica más renovadora de estos años, tanto en proyectos académicos como por el resultado que los graduados han tenido en sus respectivos campos de trabajo profesional. Una relación de proyectos académicos significativos de los últimos años, por sus alcances económicos o sociales en la especialidad de Diseño Informacional (recién renombrada Diseño de Comunicación Visual), no debería excluir los siguientes: Sistema señalético del Instituto Finlay (diplomante Roberto Chávez, 1992), Identidad visual de Correos de Cuba (estudiantes Julieta Mariño y Carlos Santos, 1996), Identidad y señalización del xiv Festival Mundial de la Juventud y los Estudiantes (estudiante Omar López, 1997), Rediseño del periódico Juventud Rebelde (diplomantes Jorge Méndez y Marcel Tojo, 2006), así como multimedias educativas (diversos autores y años). La irrupción de los nuevos diseñadores se comienza a reflejar también en una estética diferente, la que responde por un lado a la tecnología digital y por otro a su entrenamiento en la conceptualización del diseño, es decir, una preparación metodológica para el desarrollo de la tarea proyectual. Algunos rasgos estético-expresivos de esta generación son el uso desinhibido de la apropiación y la cita, un despegue respecto a sus predecesores en el dominio de la tipografía como expresión visual de la palabra y una tendencia al juego visual y al humor. No es una generación que haya tenido muchas oportunidades de diseñar carteles, una pieza de comunicación que parece haber perdido utilidad para muchos funcionarios, empresarios y promotores culturales, en comparación sobre todo con la aparentemente rotunda eficacia de la televisión. A pesar de eso y de las carencias materiales, se ha ido abriendo paso una nueva producción de carteles en Cuba que, modesta y con maneras propias, parece querer ser continuadora de la que le antecedió.

La computadora fue incorporada, no sin determinados traumatismos en los primeros momentos, como herramienta indispensable del diseñador de esta época. El cambio que evidentemente produjo en la visualidad de los mensajes –unas veces para mal, a la larga y en su mayoría para bien– fue al inicio objeto de intensos debates. Hoy forma parte del entrenamiento académico de los nuevos diseñadores, se ha expandido a todos los ámbitos y territorios del diseño, y el sistema de creación, reproducción y divulgación de los mensajes de comunicación visual en Cuba resulta impensable ya sin la tecnología digital.

Un desarrollo notable se ha experimentado en los diseños «para la pantalla», es decir sitios web y multimedias. La integración multidisciplinaria y la creciente demanda, tanto en el campo de lo publicitario-comercial como en el instructivo-educativo, han producido algunos resultados de alto nivel. Así también en la promoción televisiva –los llamados spots– se han logrado piezas de alta calidad comunicacional, en un medio por lo general distanciado de los principales desarrollos de la gráfica cubana en las últimas décadas.

A partir de finales de la década se ha venido produciendo la migración continuada de diseñadores gráficos jóvenes. Varios de los viejos maestros o miembros de la

generación intermedia migraron también en esta etapa. La inestabilidad económica, la inconsistencia de la nueva generación de diseñadores y la resistencia que el diseño gráfico ha tenido que afrontar para demostrar sus posibilidades han hecho que se mantenga una interrogante sobre la evolución futura. No obstante, la situación del país ha mejorado en determinados aspectos y el diseño ha vuelto a encontrar algún sentido de utilidad, por lo que se percibe un cierto optimismo respecto a la posible recuperación del diseño gráfico cubano.

Bibliografía

- Bermúdez, J., (2000). La imagen constante. El cartel cubano del siglo xx. Letras Cubanas: La Habana.
- Cushing, L., (2003). ¡Revolución! Cuban Poster Art. Chronicle Books: San Francisco.
- Veigas, J., (1978). «El cartel cubano» en Revolución y Cultura: La Habana, No. 71.

