



## Guerra civil española y carteles de propaganda: el arte y las masas

---

**Facundo Tomás**

Universidad Politécnica de Valencia

### Resumen

El cartelismo durante la Guerra Civil española fue uno de los más intensos momentos de manifestación masiva del arte; las proclamas exhibidas sobre los muros fueron expresión pública de ideas y sentimientos arraigados en la trama social. Su análisis suministra datos básicos sobre el pensamiento visual de entonces. Además, por su condición de arte popular, el cartelismo se fundamentó en un proceso industrial que renegó del concepto de “obra única”. Todo ello condiciona los estudios historiográficos, necesariamente masivos, fundamentados en las recurrencias y pautas observadas estadísticamente.

En el artículo se procede en primer lugar a un análisis formal y estilístico de tres autores capaces de representar las tendencias del conjunto (Renau, Arturo Ballester y Vicente Ballester Marco). En una segunda parte, el análisis pasa de la forma a la retórica, analizando la masa de carteles para comprobar dos sistemas de relaciones: el de los carteles con su referente (régimen de la predicación y régimen de la presentación); y el de proclamas en relación con el público que las contempla (régimenes de discurso, de relato y de discurso-relato conjugados).

*Palabras-clave: cartelismo - arte de masas - propaganda política - Renau - Ballester*

### Abstract

The art of posters during the Spanish Civil War was one of the most intense moments of massive manifestation of the art; the proclamations exhi-

*Olivar* N° 8 (2006), 63-85.



bited on the walls were public expression of ideas and feelings rooted in the social plot. Their analysis provides initial dates on the visual thought of that time. In addition, by its condition of popular art, the art of posters was based on an industrial process that apostatized of “the unique” work concept. All it conditions the historiography studies, necessarily massive, based on the recurrences and guidelines observed statistically.

In the article it is come in the first place to a formal and stylistic analysis from three authors able to represent the tendencies of the set (Renau, Arturo Ballester and Vicente Ballester Marco). In one second part, the analysis goes of the form to the rhetoric, analyzing the mass of posters to verify two systems of relations: the one of the posters with its referring one (regime of the preaching and regime of the presentation); and the one of proclamations in relation to the public who contemplates them (speech regimes, of conjugated story and speech-story).

*Keywords: art of posters - art of masses - political propaganda - Renau - Ballester*

En muy pocas ocasiones –hasta la aparición de la televisión– se ha producido en la historia una manifestación masiva del arte, una expresión pública de ideas y sentimientos que se enquistase en la trama social convirtiéndose en una especie de esqueleto suyo, una estructura ideológico-plástica que encarnase en sí misma el espíritu de su tiempo como sucedió, casi como paradigma universal, con los carteles en la Guerra Civil española de 1936-39.

Arte popular por antonomasia, el cartelismo está ligado a un proceso de tipo industrial donde no hay cabida para el concepto “obra única”: la creación del diseño original es sólo una fase, no más importante que cualquiera de las otras que constituyen el acabado definitivo del producto. Tiene además un destinatario obligadamente masivo, el pueblo que pasa por las calles y se detiene brevemente a mirar el manifiesto para tomar rápida nota mental de sus imágenes y consignas.

Durante la Guerra Civil española la popularidad de los carteles se multiplicó y cualificó; no se trataba de publicidad comercial de una empresa privada que pretendía vender, sino de propaganda de entidades políticas que dirigían una actividad colectiva de enorme magnitud; la defensa de un pueblo y una patria frente a un agresor sentido y temido como tal por amplios sectores de gente suministró a los diseños gráficos

altas cotas de aceptación pública. Así, la identificación de la población con los carteles fue mucho más intensa de lo que la publicidad comercial podría nunca haber pretendido. Los carteles de la guerra fueron expresión icónica del combate colectivo, de sus razones y objetivos, constituyeron la manifestación de los ideales de justicia y libertad, pero también se erigieron en sistema de educación de la multitud, instrumentos eficaces para la tramitación de consignas a todos los rincones y, para cada militante individual, en elemento de identificación con la propia organización, de la cual aparecían como símbolos.

Pero no solamente la fruición pública era “popular”, pues su esencia de arte colectivo afectaba a todo el proceso de producción, que lo colocaba en manos comunitarias a partir su gestación. Desde el original diseñado por el artista hasta la contemplación de las copias por el público, pasando por el trabajo del dibujante litógrafo, la multiproducción en el taller y la colocación en las paredes por los militantes, era siempre un colectivo amplio el que daba lugar al cartel.

¿Quiénes fueron cartelistas? De todo hubo; algunos eran ya profesionales de la publicidad y propaganda gráficas que conocían a fondo el oficio y a quienes se reputaba como tales. Otra buena parte estaba constituida por pintores y escultores aplicados a la realización de carteles ante los imperativos de la guerra. Otros más, simples aficionados. La mayoría firmaban los originales, pero al menos una cuarta parte de los manifiestos que han sobrevivido son anónimos. En la entrevista que me concedió José Renau en 1982 afirmó:

Muchos son anónimos porque muchos que tenían antes el oficio de copiadores de carteles en las litografías jamás habían soñado que se convertirían en cartelistas. Les daba vergüenza firmarlos. Pero algunos son bastante buenos. (...) ...en Valencia había solera, tradición cartelística. Eso produjo un fenómeno curioso: muchos que a lo mejor eran analfabetos, hijos de labradores, de les barraquetes de per ací, de Quart de Poblet... trabajaban en litografías y se las ingeniaban como nadie. Por eso muchas veces veía un cartel y me preguntaba “¿de quién será?”, porque no había visto nunca un dibujo suyo. (cfr. Tomás, 1986: 109)

En conjunto la producción fue muy irregular; José Renau fue un artista internacionalmente reputado y sus carteles y fotomontajes pueden contarse entre los mejores del mundo; varios otros dieron muestra de un magnífico

hacer, ligado a las tradiciones plásticas españolas y comprendiendo las imposiciones y posibilidades de la litografía, como los valencianos Arturo y Vicente Ballester Marco, Contreras o el publicista madrileño Penagos; algunos más hicieron gala de acertadas intuiciones, como García Escribá, Pepe o Sanz Miralles. Muchos carteles se inspiraron en momentos históricos anteriores, como la revolución soviética o la primera guerra mundial, y también en la publicidad comercial europea; hubo igualmente quienes adoptaron soluciones formales provenientes de carteles políticos de la Alemania nazi o la Italia fascista. Un amplio sector de autores se limitó a aplicar criterios plásticos propios de la pintura a la elaboración de carteles; finalmente, no fueron pocos los que podían ser calificados, simplemente, como de baja calidad. En conjunto los carteles de la Guerra Civil aparecen hoy –al igual que sucede con toda obra de arte– como un presente del pasado, un legado del tiempo pretérito a la posteridad. La guerra murió en 1939, pero las fotografías y películas en blanco y negro, los coloreados carteles, se contemplan ahora como su fantasma que se pasea ante nosotros para recordarnos lo que nunca debimos olvidar. Tratándolos como una especie de *mediums* del tiempo, miramos hoy los manifiestos interrogándolos sobre el ayer, intentando revivir la gesta del pueblo español a través de las imágenes que la han sobrevivido; ellos hablan del pensamiento visual de nuestros padres y abuelos y se conforman como parte sustancial de la historia de nuestro propio pensamiento visual.

## **Carteles y cartelistas**

Valencia, durante la Guerra Civil, fue capital de la República Española; Madrid era frente de guerra y el gobierno pasó a residir en la ciudad mediterránea. Pero, además de ello, las tradiciones de la industria litográfica valenciana la convirtieron en centro productor principal del bando republicano (en realidad, salvo algunas litografías realizadas en la cornisa cantábrica y en Aragón, hubo tres centros de producción: Valencia, Madrid y Barcelona). Por ello, para ejemplificar con unos pocos casos las tendencias generales de la cartelística republicana de la Guerra Civil, me remitiré a algunas citas de creadores valencianos.

Antes de comenzar es preciso afirmar que el enfrentamiento historiográfico con un fenómeno artístico como el cartelismo supone la adopción de un punto de vista sustancialmente distinto al que dirige la

mirada hacia pinturas y esculturas. Ciertamente los carteles forman parte del amplio conjunto de la figuración bidimensional pero, a diferencia de las tradicionales “bellas artes”, la obra única no se encuentra por ninguna parte; un cartel se produce por centenares o millares; nótese bien que digo “se produce” y no “se reproduce”, porque el concepto “reproducción” implicaría la existencia de un original al que todas las copias debieran hacer referencia, pero en un cartel el “original” realizado por el artista no tiene más valor que servir de base para la multiproducción definitiva; los medios de masas tienen como característica esencial su sustancia infinita, la presencia igual centenares de veces repetida para ser contemplada por miles de espectadores como parte de su vida cotidiana. Junto a esa existencia múltiple, el otro aspecto definitorio de cualquier medio de masas es su *vida relativamente efímera*: el cartel se elabora en el taller y se coloca en los muros para ser contemplado por los espectadores durante un período corto; es, en definitiva, un anuncio, un aviso de inmediata actualidad destinado a ser sustituido por otro en un plazo nunca demasiado largo. Esos dos rasgos devienen parámetros absolutos de cualquier análisis histórico: hay *muchos carteles* y de cada uno *muchos ejemplares*; si pretendiéramos juzgarlos como obra única cometeríamos un error, confundiendo su esencia. Un solo cartel no tiene nunca demasiada importancia; el conjunto, por contra, suministra datos básicos sobre la visualidad de una época. Todo estudio historiográfico debe ser, pues, necesariamente de conjunto; cada elemento aislado no posee interés; en cambio la repetición es fundamental; deben interesar especialmente aquellos componentes capaces de dar razón de tendencias generales. Para ello hay que recurrir a análisis concretos, pero comprendiendo siempre que tales análisis poseerán valor principalmente porque se constituyen en ejemplos de lo que sucede en la totalidad.

Así contemplaremos en primer lugar dos carteles de José Renau (1907-1982), el más importante de los artistas gráficos de la Guerra Civil. Su manera de hacer, su concepción del cartel fue el punto más sobresaliente de toda nuestra gráfica e inspiró a un buen número de realizadores de la España republicana. Importa decir de entrada que Renau fue uno de los principales cartelistas y de los mejores fotomontadores del siglo XX europeo. *El comisario* (ilustración nº 4) es un cartel de resistencia; al plantearse su composición Renau efectuó una elección valiente y arriesgada; formato apaisado, afirmación absoluta de las horizontales, inexistencia de cualquier

vertical. La organización es muy sencilla, pues consiste en un fondo en el que una línea de horizonte separa la tierra del cielo tormentoso; en primer plano, recortándose sobre el fondo, aparece un bosque de bayonetas paralelas, firmemente ancladas en el borde derecho del cartel entre las cuales surge, decidido y anormalmente largo, el brazo estirado, con el puño cerrado, de un comisario de guerra; las bayonetas y el puño ocupan casi toda la superficie, dejando libre apenas una ligera franja a la izquierda. El cartel demuestra que Renau conocía bien las reglas de la contemplación, de las cuales ocupa el primer lugar la que define que la mirada tiende hacia una direccionalidad izquierda-derecha. Siguiendo tal norma en su contra, ni las bayonetas ni el brazo dan en ningún momento la sensación de avanzar; aparecen firmes e inmóviles ante los ojos del espectador; su actitud es de segura defensa; cualquier enemigo que llegue desde la izquierda se verá detenido por ellas. *Fortaleza en la defensa*, ese fue el principal mensaje que su vista transmitió; Renau asumió coherentemente la función propagandística que le correspondía y cuando le tocó hacer publicidad del papel de los comisarios políticos en el seno del ejército –más exactamente de los comunistas en el comisariado– tomó como base el sentimiento general de resistencia e inscribió en él el brazo del comisario, haciéndolo aparecer como alma del dique de contención formado por las bayonetas. El ambiente descrito por el paisaje del fondo no es alegre ni apacible: nubes de tormenta coloreadas de un verde amenazador sobre una tierra con poca luz. Es un paisaje simbólico al que se han transmitido las características del combate de los soldados republicanos.

El cartel es un fotomontaje; las bayonetas y los fusiles están dibujados y lo demás son fotos (el paisaje con nubes, el brazo del comisario...). Fotomontaje coloreado y retocado que, por la misma “apariencia de realidad” que posee cumple doblemente su función imaginativo-visual. La inscripción “El comisario, nervio de nuestro ejército popular” subraya la horizontalidad del conjunto. Curiosamente el nombre del Partido Comunista ocupa el lugar del cañón de un fusil y tiene el mismo color que la manga del uniforme del comisario de manera que, subrepticamente, se apropia de los predicados que corresponden a ambos; de esa forma lo que se presenta como firma de la entidad editora aparece en realidad como sujeto protagonista, poseedor de la decisión del comisario y la fuerza de las bayonetas, encarnación misma del espíritu de resistencia ante el enemigo que avanza. La maestría de Renau podremos compro-

barla también en un segundo ejemplo, un cartel poco conocido referido a la retaguardia (nº 5). El respeto a la pequeña propiedad campesina resultaba especialmente importante en tiempos en que las consignas de colectivización de la tierra estaban a la orden del día por grupos revolucionarios de talante generalmente anarquista. El cartel lo encomendó el Ministerio de Agricultura y Renau realizó un fotomontaje. Presentó un campo de tierra recorrido por siete surcos que describe una curva inclinada en su desarrollo de izquierda a derecha; en él trabaja un labrador con caballo y arado; por la esquina inferior izquierda aparece una mano (gigante si se compara con el tamaño del labrador) que araña el campo; en la muñeca tiene clavada la bayoneta de un fusil, del que pende una bandera roja con la inscripción “El fruto del trabajo del labrador es tan sagrado para todos como el salario que recibe el obrero”.

El artista eligió una composición dinámica y asentó el cartel en un juego de direccionalidades inclinadas –opuestas y complementarias– que parecen resolverse en un triángulo descentrado hacia la izquierda (fusil-mano-campo) suplementado por la bandera en la parte superior. Esa irregularidad obliga al espectador a un incesante recorrido visual que lo lleva de un extremo al otro sin lograr detenerse en una imagen concreta antes de que la siguiente haya captado su atención. La dinamicidad compositiva está acentuada por otros tres tipos de efectos que la multiplican; así, por un lado se combinan fotografías (la mano, el labrador arando), cuyo alto grado de capacidad referencial todos reconocen, con dibujos (el fusil, los surcos, la bandera) tan poco “realistas” como el del campo, del que nos percatamos que es tal –y no cualquier otra cosa– sólo porque el labrador está arando encima. Por otra parte se establece una duplicidad espacial al introducir dos tipos de tamaño en la misma escena (uno para el labrador y el campo y otro para la mano, el fusil y la bandera). Finalmente se proponen dos tipos diferentes de referencias, una simbólica (la mano atravesada por la bayoneta, la bandera con la inscripción) y otra real (el labrador trabajando). El resultado es de una readaptación permanente de la mirada del espectador, quien, por una parte, tiende a separar cada una de las imágenes y observarlas aisladamente y, al tiempo, se ve obligado a sintetizarlas en el todo único que constituyen, conjugando en presente sus formas y mensajes. El efecto del cartel resulta así múltiple y su impacto incuestionable.

José Renau fue un investigador plástico imbuido del espíritu de la vanguardia (siempre se consideró discípulo de John Heartfield y aportó el coloreado a los fotomontajes en blanco y negro del dadaísta berlinés) y cada uno de los carteles que diseñó en la Guerra Civil planteó novedades respecto a los anteriores y hasta, en algunas ocasiones, una línea figurativa diferente. Absorbió las aportaciones renovadoras que llegaron a sus manos para que cada trabajo significase un paso adelante, una experiencia nueva. No buscaba un estilo, al contrario, huía de él; consciente del papel de imaginación socio-visual que debía cumplir cada cartel, lo elaboró siempre a partir de una hipótesis de relación con el espectador. Hizo composiciones totalmente “dibujadas” en las que introducía fotografías apenas perceptibles (p.e. *3ª Olimpiada Obrera*) y también fotomontajes con algunos dibujos (*Industria de guerra*) y puros fotomontajes (*Los trece puntos de Negrín, IX*); pasó por trabajos completamente “a mano” (*La independencia de España*) y de representaciones que podrían ser consideradas “realistas” (*Reforzad las filas del Partido Comunista*) cambió hacia dibujos que rozaban el límite de la caricatura (*Un anhelo, una esperanza, una victoria*); de coloridos muy llamativos (*Campesino, defiende con las armas...*) a suaves y elegantes armonías (*Por la independencia de España*), recorrió todos los caminos de la composición, desde los más clásicos (*Por el bienestar, la libertad y la felicidad*) hasta los más arriesgados y novedosos (*El comisario*). Buscó siempre la claridad del mensaje, la contundencia de la comunicación y, dadas las apremiantes necesidades de la guerra, el tono “pedagógico” del contenido. Fue el más universal de los cartelistas valencianos y si no es posible hablar de una escuela de discípulos, precisamente porque su continua investigación hacía difícil seguirlo, sí hay que reconocer la influencia que ejerció en la mejor cartelística de la guerra no sólo de Valencia, sino de la entera España republicana.

Después de José Renau es preciso hablar de los hermanos Ballester que, curiosamente, firmaban distinto para diferenciarse entre sí (probablemente aconsejados por sus malas relaciones mutuas), de manera que uno es conocido hoy sólo por el primer apellido, Arturo Ballester (1882-1981), y el otro por la combinación del primero y el segundo, Vicente Ballester Marco (1887-1980). Fueron dos grandes cartelistas, generalmente ligados al sindicato anarquista CNT (Confederación Nacional del Trabajo). Observaremos un cartel de cada uno de ellos.



El de Arturo Ballester ofrece una interesante variante que refleja en sí misma la evolución de la contienda. En efecto, el cartel *Campesino* fue editado primero con la leyenda “Campesino, rotas tus cadenas no consientas te opriman otros tiranos” (nº 6). La entidad editora era el sindicato anarquista CNT y la consigna era un llamamiento a la colectivización de la tierra, a levantarse contra la autoridad republicana e iniciar un camino revolucionario autónomo; los “otros tiranos” no eran sino las autoridades de la república y la burguesía agraria que había permanecido fiel al sistema, no uniéndose a los franquistas. Cuando las cosas evolucionaron en el sentido de aceptación del orden republicano, la leyenda del cartel fue modificada, siendo sustituida por “Campesino: Trabaja para el pueblo que te ha liberado”. Se amansaron las aguas en el interior del campo republicano y la CNT se sometió a la disciplina de ganar la guerra, postergando la necesidad de revolución. En el primer caso el juego de oposición escritural advertía de un peligro cuyo origen se situaba en el seno mismo de la república: “No cambies una bota por otra, asegúrate de que la república popular no va a hacer contigo algo similar a lo que hasta ahora habían hecho los franquistas”. Fue la consigna ácrata durante el primer año de la guerra y no es casualidad que este manifiesto fuese firmado por la Federación Regional de Campesinos de Levante. En el segundo caso aparecía ya la firma del Comité Nacional de la CNT y la leyenda reflejaba los pactos alcanzados con los demás partidos republicanos, orientados a derrotar a los sublevados franquistas antes de proceder a cualquier otro ajuste (nº 7).

La necesidad de presentar al campesino como Prometeo desencadenado que al tiempo tiene carácter de héroe celestial pero los pies bien anclados en tierra, poseedor de potencia revolucionaria mas liberado por otro héroe, llevó a Arturo Ballester a utilizar una mirada “cinematográfica”, situando el punto de vista del espectador a ras de tierra para que contemplase al campesino como quien observa a un gigante cuya enorme silueta se recorta contra el cielo ocultándole el sol y despidiendo destellos de luz.

La tierra está presente no sólo por constituirse en punto de vista sino también por los colores utilizados (pantalón marrón de “pana campesina”, camisa, sombrero, brazos y rostro de un amarillo que tiende a ocre), que subrayan el origen y la esencia del único protagonista de la composición. Sin embargo, sólo aparece una estrecha zona de suelo

en la esquina inferior derecha, el resto del fondo es cielo; la oposición y complemento entre la tierra y el cielo, la combinación de lo firme y lo infinito, la dialéctica que conduce desde las ataduras a la libertad es donde se encuentra el sentido general del cartel.

Compositivamente predominan las diagonales; la general dirección de ascenso queda señalada por la banda azul rodeada de blancos del cielo. El cuerpo del campesino se coloca en la diagonal opuesta, surgiendo de la derecha para llegar hasta la izquierda, con lo que afirma su voluntad de levantarse contra corriente, connotando su alzada con claridad el sentido de rebelión contra lo establecido; pero se hiergue para incorporarse a la corriente de progreso y ascensionalidad general, no para oponerse a ella y por ello la mirada y la línea de los brazos forman aspa con el cuerpo y apuntan en el mismo sentido de la banda celeste; podemos decir que si las piernas y el torso indican su ligazón con la tierra, en cambio los brazos y el rostro denotan la voluntad y la fuerza interiores y se ponen en línea con el firmamento.

Arturo Ballester recurría con frecuencia a la mitología clásica y el campesino aparece como Prometeo: las cadenas no se las ha roto él mismo, esa entidad ideal que es “el pueblo” ha sido el Heracles colectivo encargado de la tarea; al igual que Prometeo (a diferencia de Ícaro, que sería en otro cartel el motivo usado por Ballester para glorificar a los aviadores) no debe dar la sensación de que el cielo le va a hacer abandonar la tierra, por lo que su anclaje es particularmente reafirmado a través de la exageración de las dimensiones de la pierna derecha (exageración evidente cuando se cae en la cuenta, pero que pasa desapercibida en una visión no analítica), apoyada por el tono más oscuro y pesado de todo el cartel, el marrón de pana campesina de los pantalones.

El mensaje escritural está colocado también en la base y mantiene el doble sentido de la imagen (oposicional/complementario) a través de dos palabras clave, “liberación” y “trabajo”. El pueblo ha liberado al campesino y ello le ofrece hermosas perspectivas de futuro (la reforma agraria), pero le pone la condición de un esfuerzo redoblado en su productividad. El texto funciona efectivamente como anclaje de la polisemia icónica; de hecho el sentido del cartel cambia radicalmente cuando la escritura se modifica, como hemos podido comprobar.

Cabe hacer notar, por último, que la visión en tres cuartos del campesino hace participar a la imagen del régimen del discurso (“Yo, campe-

sino, he roto mis cadenas alzándome contra la opresión y tengo confianza y esperanza en el futuro”), pero también de la del relato (“Mirad cómo el campesino ha roto sus cadenas...”); sin embargo, el mensaje escritural es plenamente discursivo, dirigiéndose directamente al espectador para llamarlo a actuar de cierta manera. Cartel complejo si los hay, es uno de los más interesantes de su autor y permite un funcionamiento solitario de la imagen, sirviendo cada uno de los dos escritos para concretar los múltiples sentidos.

Para terminar con estos análisis formales veremos a continuación un cartel del hermano de Arturo, Vicente Ballester Marco, dedicado a glorificar a los combatientes del mar.

*Bravos marinos* (nº 8) es un cartel “de héroe” encargado por la CNT. En el contexto de la cartelística de la Guerra Civil española resulta original y llamativo; muestra influencias de cierta cartelística soviética y tiene una clara impronta *déco*, lo que no impide que en la España de 1936-39 su composición resultase atrevida y avanzada. El motivo central es la oposición entre planitud y profundidad: un conjunto de siluetas planas, amplias zonas de color corrido y una sucesión alternada de tales zonas con otras rellenas de pintura salpicada que consiguen provocar sensación de profundidad.

Por la esquina superior izquierda aparece un barco de reducidas dimensiones con una cruz gamada en la proa; continuando la diagonal que parte de aquella esquina se organiza toda la composición. El barco reposa sobre un mar representado por dos bandas de olas –a la manera de un escenario teatral–, aureoladas por ondas de espuma blanca. Casi tocando el barco, pero traslapándose por delante del mar y estructurando así la ilusión de lejanía, tres cañones ocupan la zona central. Delante de ellos (por encima) aparece la figura plana y geometrizada de un marinero, con la cara vista de perfil y el pecho en tres cuartos, casi de frente. La inscripción “Nuestras costas serán defendidas por nuestros bravos marinos” surge como si estuviese sobreimpresa encima del marinero, pero en realidad define un primer plano, subrayando la superficie de representación, al tiempo que repite el ritmo circular iniciado por las olas. Hay pues siete planos en el cartel; por orden: 1: El mensaje escrito; 2: El marinero; 3: Los cañones; 4: La superficie del mar hasta la primera línea de olas; 5: La segunda línea de olas; 6: El barco; 7: El cielo amarillo.

La escritura, el marinero, el mar, las olas y el cielo (1, 2, 4, 5 y 7) son zonas de color plano, con excepción del breve sombreado que define el rostro, mientras que el sombreado ha sido bastante más utilizado en los cañones y el barco, en tanto que, entre los planos 4º y 5º se ha interpuesto una orla de espuma. Los contrastes de color son potentes: amarillo limón, azul oscuro, azul claro, ocre, negro, creando buenas condiciones de visibilidad e impacto. En la transmisión del mensaje de propaganda hay una contradicción que es preciso señalar: las siglas “CNT” están colocadas en la misma zona que ocupa el barco enemigo, con un grosor de negro semejante al de la cruz gamada que éste lleva en la proa; la CNT se apropia así de los *predicados negativos* del cartel, los que corresponden al buque fascista. Ciertamente, al encontrarse en la vertical de la cabeza del marino, se adueña también de los atributos de éste; pero la colocación no dejaba de ser, cuanto menos, equívoca.

La indefinición de los rasgos físicos del marinero es total, topamos con un héroe anónimo; pero hay que señalar también algunas particularidades: el único protagonista que recorta su figura contra el cielo es el barco enemigo, y así la libertad de movimientos le es asignada a él; por otra parte, tanto el marinero como los cañones tienen el mar como fondo, se inscriben en el agua, por lo que ésta se convierte tanto en medio donde se desenvuelven como en condición de su prisión; mirando detenidamente, se comprueba cierta sensación de que las olas se les vienen encima al héroe y a sus armas; ello es atenuado por el juego de planos que se ha referido pero, en cualquier caso, no logra eliminar la impresión de encerramiento, de falta de libertad de movimientos de la figura heroica. Finalmente hay que hacer notar que los cañones apuntan al barco adversario desordenadamente, de manera atosigada, como si hubiesen sido preparados y movidos con la improvisación urgida por el súbito aparecer de la nave que ataca. Todos ellos son rasgos que hablan de la *voluntad de veracidad* del cartel de Vicente Ballester; los ataques de barcos franquistas a las costas valencianas fueron nota trágica en la vida ciudadana; otros carteles presentaron documentos gráficos de los desastres que los disparos de buques enemigos produjeron en los barrios lindantes al puerto. El poderío en el mar de los sublevados era considerable y la tarea de los marineros defensores muy comprometida; el mar era un peligro para ellos y el cartel de Ballester reflejaba verazmente la situación.

Para terminar con Vicente Ballester Marco hay que señalar una característica general de sus carteles: el importante papel desempeñado por la línea. Es un rasgo muy *déco* y lo marca estilísticamente por encima de otras consideraciones. Podemos comprobarlo en *Bravos marinos*: todos los dibujos son lineales, incluso las sombras de la cara del marinero sirven para definir las líneas del ojo, la oreja y el mentón; las figuras quedan encerradas dentro de sus líneas de contorno y parecen recortables pegados unos encima de otros; las líneas actúan por sí mismas, creando ritmos y sucesiones, equilibrios y oposiciones y adquieren una temporalidad propia en la superficie de representación.

En los hermanos Ballester se hallan dos de las grandes figuras del cartelismo de guerra. Arturo no fue un artista introducido de lleno en la vanguardia intelectual de su tiempo, ni tampoco conocedor profundo de las últimas experiencias de la gráfica internacional; a diferencia de José Renau su ámbito se redujo a los límites españoles; pero su intuición lo condujo a una interesante concepción del cartel, arraigada en la tradición valenciana y conocedora de las imposiciones y posibilidades de la técnica litográfica; entendió también a la perfección los planteamientos de la propaganda, presentando siempre una relación coherente entre estructura formal y mensaje transmitido. Dentro de su producción cuentan un buen número de excelentes carteles, de los que son ejemplo *¡Llor a los héroes!*; *Marino mercante, raza de héroes*, *¡Salud!*; *La guerra se gana con oro*; u *Homenaje a la URSS*. En conjunto es una de las figuras más dignas de todo el cartelismo de la Guerra Civil. Vicente en cambio tuvo menor fidelidad que Arturo a una misma poética y hubo variaciones en sus criterios plásticos que diferenciaron unos carteles de otros; organizó el mensaje propagandístico con menos claridad que su hermano, pero presentó una serie de aciertos de rango superior que le hacen merecer un puesto entre los primeros cartelistas españoles de aquel tiempo.

Entre los tres, José Renau, Arturo y Vicente Ballester Marco, ofrecen una perspectiva formal no concluyente, pero sí muy representativa de lo mejor que ofreció la cartelística republicana de la Guerra Civil Española. Ciertamente son sólo tres de entre los centenares de cartelistas, y en un escrito de mayor longitud habría que mencionar a muchos otros, como Manuel Monleón o los catalanes Lleó, Solá, Henry, Lorenzo Goñi o Josep Subirats; igualmente habría que señalar la influencia de la pintura de vanguardia en Helios Gómez, Ambrós o Cadena, o el dibujismo pictori-

cista en Carles Fontseré y Martí Bas; podría decirse que entre los carteles litografiados en Madrid fueron expresión de la madurez publicitaria varios relacionados con la Exposición Nacional de Obras Públicas de 1937, particularmente los de Contreras y Cabana, de J. Briones y de Girón; también madrileños fueron muchos carteles de gran impacto, como los de Cantos, Espert, Melendreras, Parrilla o Pedrero y que el dibujismo pictoricista encontró su paladín madrileño en José Bardasano. Mencionar también, finalmente, a Mauricio Amster, Boni y Hortelano, J. A. Morales y la única cartelista con nombre, Juana Francisca, esposa de Bardasano. Pero creo que los ejemplos analizados pueden, cuanto menos, iniciar el conocimiento formal de ese amplio movimiento artístico de masas.

### **Las imágenes: criterios retóricos**

Además de adoptar ciertas actitudes formales, los carteles usaron determinados criterios retóricos. Desde el punto de vista de la relación del mensaje con el objeto de su propaganda, la inmensa mayoría participan del régimen de la predicación pero hay, no obstante, cierto número más reducido que se sitúan en el régimen de la presentación.<sup>1</sup>

Dentro de ellos es especialmente infrecuente la mera *exposición*: los carteles expositivos poseen un carácter básicamente informativo, dando noticias sobre ciertos datos con la apariencia de no intervenir sobre ellos; como ejemplo puede citarse un cartel de Benet cuya imagen era simplemente un mapa de la Confederación General de Levante de la CNT, u otro de Mauricio Amster, en el que el Ministerio de Instrucción pública anunciaba las condiciones de ingreso en el Instituto para Obreros. Más a menudo incluyen algún elemento que actúa como presentador, oficiando de intermediario del mensaje, ofreciéndolo desde dentro del espacio visual; por ejemplo, en un cartel de José Bardasano una parte del texto, en letras más grandes (“Su excelencia el presidente de la República ha dicho”) es la encargada de presentar la otra parte. Variedad interesante de la presentación es la *designación*: una imagen señala directamente el objeto de propaganda; un ejemplo paradigmático es uno de los carteles firmados con “L.”: el texto es una frase de Negrín: “Los vacilantes, los

<sup>1</sup> En este apartado he adoptado alguno de los criterios clasificatorios ideados por Péninou (1972).

desanimados son ... los mejores colaboradores del enemigo”; la imagen es una mano con el dedo índice apuntando a un “globo” en el que hay tres individuos “vacilantes y desanimados”; por encima de las distintas predicaciones del cartel se halla la reafirmación indicativa, la condición de la mano de “presentador icónico”: “helos aquí, estos son” subraya con insistencia el dedo índice, acaparando para sí la mayor parte de la superficie de representación. La tercera variedad es la *exhibición*: a diferencia de la designación, en la que presentador y objeto presentado se colocan en situaciones espacio-temporales distintas, en la exhibición los dos elementos poseen unidad de tiempo y espacio. Puede ponerse como ejemplo el cartel de José Bardasano *Exposición Nacional de La Juventud*: una estrella roja, símbolo metonímico de la juventud revolucionaria, es levantada ante el espectador por la figura de un joven.

La designación y la exhibición fueron procedimientos casi siempre acompañados de predicaciones de tipo metonímico o metafórico; aunque cabe incluirlos en el régimen de la presentación, son en realidad variantes predicativas en las que se designaba con precisión e insistencia el objeto de propaganda. En conjunto de entre los carteles de la guerra los presentativos no llegan a un diez por ciento, el otro noventa por ciento son predicativos.

Cuando la atribución de valores prevalece sobre la presentación del objeto hallamos la propaganda predicativa. Podría hablarse de tres tipos de predicación, incluyendo la particularidad de la sinécdoque, aunque ésta también puede considerarse un peculiar procedimiento metonímico; los dos regímenes fundamentales son el metafórico y el metonímico. Muy a menudo, en los carteles de la Guerra Civil, las metáforas suelen apoyarse en construcciones metonímicas; un curioso ejemplo fue el fotomontaje de Alcaraz Cortés *¡Hagamos Valencia inexpugnable!*: una fotografía aérea de la ciudad ocupa la zona derecha del manifiesto; en la parte izquierda hay un barco disparando sus cañones sobrevolado por aviones que lucen la cruz gamada en las alas; como estampado encima, un dibujo muestra un hombre construyendo una especie de barrera arenosa que divide Valencia del mar ocupado por el enemigo; en la barrera, que aísla como un búnker la ciudad, se alojan algunos cañones que responden al fuego del buque enemigo. En tanto la barrera es una metáfora, la acción de combate y fortificación tiene carácter metonímico. Algo parecido sucede con el cartel anónimo *La revolución no se contiene, se encauza*: la acción

revolucionaria es representada por un río; detenido por una presa, es preciso romper ésta por un punto para que el agua circule por el cauce previsto, generando así toda la riqueza que encierra.

El pensamiento metafórico se desarrolló ampliamente en los carteles; Arturo Ballester presentó los aviadores de la República metamorfoseados en Ícaros redivivos, al labrador convertido en Prometeo y, como nuevo rey Midas, mudó las naranjas en monedas de oro. Su hermano Vicente hizo que el pueblo español se tornara muralla, en tanto para Sanz Miralles el muro eran las siglas de tres organizaciones y la pared de Tomás un soldado del frente de Madrid; Bardasano representó España como una bayoneta clavada en la garra del fascismo, impidiéndose apropiarse de Europa y como un león mayestático que aplasta el fascista haz de litoris; en un cartel de R. Mas, la ignorancia era una flecha destructora de libros y el catalán Ramón Puyol dibujó distintos personajes poco menos que como seres extraterrestres, en tanto un cartel anónimo mostraba al acaparador como el monstruo de Frankenstein.

Aproximadamente el treinta por ciento de los carteles predicativos estuvieron organizados metafóricamente. La metáfora suscitaba el problema del enmascaramiento del referente, cuyas condiciones físicas eran transmutadas por otras; en comparación con ella, la metonimia ofrecía una referencia relativamente clara al objeto de propaganda. Por su parte, la sinécdoque fue una manera metonímica muy utilizada, pues representando el objeto por una de sus partes se obligaba al espectador a contemplarlo desde un ángulo preseleccionado que imponía determinada valoración. Los carteles sinecdóquicos constituyeron uno de los sectores más interesantes de la iconografía bélico-revolucionaria española: manos, puños, pies, cabezas estuvieron presentes en la mente del pueblo hispano como imágenes de valor, altamente significativas en la escala de la sociedad española del 36. El cartel cinematográfico de Renau *Los marinos de Cronstadt* (il. nº 9) puede ser buen ejemplo; está protagonizado por un brazo que acapara la atención del espectador y menos remite a la acción de los marinos rusos que llama a ejercer la propia fuerza del que lo mira.

La metonimia propiamente dicha ofrece dos formas principales. Una es la representación de una cosa por otra que le sirve de signo; en la guerra son muchos los carteles en los que unas siglas simbolizan un partido, un libro el conjunto de la cultura, un fusil el ejército, una labra-



dora con traje típico el País Valenciano, una rueda dentada la industria, un martillo el trabajo, un brazo con una hoz el campesinado, un mapa el territorio, una bandera una idea... La otra forma es cuando, en lugar de transmutar el objeto, para cualificarlo se lo inserta en una acción, transmitiéndole, por contigüidad, los predicados de la acción. La mayor parte de los carteles predicativos de la guerra se estructuraron sobre esta última modalidad metonímica, dominando en ellos el mundo del relato, de la acción cualificadora. Más del sesenta por ciento de los carteles participó de una de estas dos maneras metonímicas.

Hasta aquí se han tipificado los carteles por la relación que mantienen con su objeto de propaganda: presentación o predicación, exhibición o exposición, metáfora o metonimia... todas ellas eran formas de conectar el cartel con el segmento de realidad que pretendía reflejar. Hay también distintas maneras de organizar la relación del cartel con el espectador; para ejemplificar la primera de ellas tomaremos un cartel prototípico, el del catalán Goñi *I tú? que has fet per la victòria?* (nº 10). Un soldado muerto levanta el brazo y la cabeza para mirar al espectador y apuntarle con el índice, pronunciando la pregunta consignada en el texto. Está dirigiendo un *discurso* a quien mira, hablándole directamente, interpe-lándolo y, de esa manera lo implica en el cartel. Ciertamente: el soldado ha sido muerto a causa de un disparo en la sien, el cuerpo y el fusil han caído al suelo; pero el relato está temporalmente suspendido, el cartel se limita a describir sus resultados, en tanto su carácter discursivo predomina absolutamente. El trabajo de Goñi fue una original variante de la larga lista que continuaba el de Alfred Leete donde Lord Kitchener, almirante inglés de reclutamiento durante la primera guerra mundial, señalaba al espectador con el dedo diciéndole “Your country needs you”.

Por el contrario, en el cartel de Cantos dedicado a las brigadas internacionales (nº 11), los dos personajes aparecen de espaldas, ignorantes de la mirada del espectador, y hasta el texto escrito (“Las brigadas internacionales, en el seno del Ejército Popular, ayudan a defender tus riquezas y tu tierra”) refiere un hecho sin señalar explícitamente el destinatario. Hay aquí un narrador que se coloca fuera de la escena o, más exactamente, es el propio cartel el que se convierte en narrador, presentando un *relato* al espectador. La implicación es aquí indirecta, no como en el caso anterior, pero no por ello menor, dada la presumible simpatía

del espectador con la escena contada, con la acción en que las figuras se desenvuelven.

Hay así definidos dos regímenes de relación del cartel con el espectador: el *régimen del discurso* y el *régimen del relato*. Pero observemos ahora otro cartel de Arturo Ballester, *Un marino: un héroe* (nº 12). El personaje aparece en tres cuartos; su mirada no se dirige al espectador, pero tampoco está introducida de lleno en la escena; apunta exactamente al vértice, a esa línea de encuentro y separación entre el interior y el exterior del cartel, a la divisoria entre el espacio de la ilusión y el espacio real ocupado por quien mira; si la desviase ligeramente hacia la izquierda, miraría al público, si hacia la derecha, la introduciría en la escena. El cartel participa así, a la vez, de los regímenes del discurso y el relato. El marinero nos brinda su rostro; con menos fuerza que en el cartel de Goñi, pero a quien lo observa le dice: “Contéplame. Pon atención a mis cualidades”, y lo introduce en la escena figurada; pero no por ello deja de ser partícipe de tal escena, sigue siendo *objeto del relato* que el cartel ofrece.

De los tres regímenes, el discurso es el menos utilizado en las imágenes, aunque se hace muy presente en los textos escritos. Los carteles completamente discursivos no alcanzan el quince por ciento del total, cosa fácilmente comprensible, pues organiza la implicación de mayor grado y una excesiva repetición de discursos amenazaba con agotar la capacidad receptiva del público y anular cualquier eficacia.

El modo más conocido de discurso es el que hemos visto en que una figura señala con el índice al espectador, como en el cartel de Goñi. En los carteles que lo adoptan, el mensaje escrito funciona a la manera de los globos de las tiras cómicas: son las palabras escritas del discurso que el personaje dirige, *las palabras de la imagen*. Puede verse otra de las variantes que aparecieron durante la guerra en el cartel catalán de Arteché *Les milicies us necessiten!* (nº 13), en el que una miliciana de la primera hora (el manifiesto es de los últimos meses de 1936, antes de la reorganización del ejército republicano, que excluyó a las mujeres) señala al espectador, situándose también en la órbita de Alfred Leete, y le dirige las palabras que constan en el escrito.

Como contrapunto a esas palabras de la imagen está el *discurso de las palabras*, que aparece cuando el mensaje escrito es el encargado de implicar al espectador, pasando así a ocupar un lugar preeminente en

la composición a la vez que se sirve de las imágenes –habitualmente pertenecientes al régimen del relato– para sostener y apoyar su propia visibilidad. Buen ejemplo de ello es el cartel de Luis Dubón *¡Germans, al front!* (nº 14), organizado colocando las palabras del texto en las zonas amarillas de la bandera valenciana, quedando así subrayadas por las barras rojas; la bandera ondea ocupando la mayor parte de la superficie del cartel y presenta así el texto en primer plano a la vez que lo hace resaltar sobre las imágenes.

Una tercera variedad es el *discurso mudo de la imagen*, que es escaso, pero no por ello menos significativo. Pelegrín elaboró un cartel que es el ejemplo perfecto (nº 15): el busto de La Pasionaria sonriente ocupa todo el espacio; Dolores Ibárruri mira de frente, estática, enviando una sonrisa tranquila, confiada y alentadora; la madre de la revolución, el emblema personificado del Partido Comunista, hacía propaganda con su mera presencia y alentaba a los militantes (no sólo a los comunistas) reconfortándolos en la identificación del partido con su figura generosa. No hay en el cartel una sola palabra (aparte de la firma del autor y del pequeño sello de la entidad editora), ni siquiera consta la litografía; parece la versión *ante litteram* de los versos que años más tarde dedicaría a Pasionaria Rafael Alberti:

Bandera de los caminos,  
Pasionaria de las manos  
de los pobres campesinos.

Sol grande, estrella polar,  
Dolores de los obreros,  
de la tierra y de la mar.

Alma de la reconquista,  
fuego tendido en el viento  
del Partido Comunista.

Madre buena, madre fuerte,  
madre que para la vida  
le diste un hijo a la muerte.

El discurso de Pasionaria no necesitaba palabras, bastaba con la sonrisa; con ella decía todo: confianza en la lucha, seguridad de victoria, justicia de la línea política. Cualquier escrito sólo habría disminuido la eficacia del manifiesto. Este cartel de Pelegrín es también un *discurso del líder*, bastante utilizado durante la guerra cuando se pretendía implicar al espectador a través de una figura cubierta de aureola: Manuel Azaña, Juan Negrín, el general José Miaja, el líder anarquista Buenaventura Durruti, el presidente de la Generalitat Catalana Lluís Companys... sus efigies poblaron también los muros de las ciudades y pueblos para emitir un discurso de tranquilidad y orden.

Polo opuesto al discurso del líder fue el *discurso de la miseria*, que intentaba promover la solidaridad mediante la lástima que suscitaba la imagen; puede ponerse el ejemplo de un cartel de Borrás Casanova, cuyo texto reza: “Los trabajadores españoles luchan por la libertad y la cultura de todos los pueblos. ¡Solidarizaos con ellos!”, preparado para ser enviado al extranjero; la imagen es un espantoso dibujo de una familia (padre, madre e hijo) semi desnuda, con algunos harapos, que demanda una caridad que se fundamenta en la pena que dan los personajes. Afortunadamente fueron escasos los carteles que acudieron a este tipo de discurso. En cambio se recurrió abundantemente a otro mucho más serio y eficaz, el *discurso del sufrimiento*; se llamaba al espectador a solidarizarse con los que sufrían o bien se ponía en evidencia la maldad del enemigo a través de los padecimientos que infligía a víctimas inocentes. Los mejores ejemplos fueron hechos por el Ministerio de Propaganda y se difundieron dentro de España en castellano y en el extranjero en varios idiomas; veremos el ejemplo de dos fotomontajes de primera calidad; uno toma la fotografía de un niño muerto, con el número de identificación para el depósito colocado sobre el cadáver (nº 16); era una foto que ya había aparecido junto a otros cadáveres infantiles en carteles anteriores, pues el niño había sido víctima de un bombardeo sobre Madrid; pero se eligió precisamente éste porque el niño aparece en la foto con los ojos semiabiertos y parece mirar a la cámara; cobra así la vitalidad necesaria para dirigirse al espectador en un discurso vivo sobre su propia muerte. Sobre el niño, sirviéndole de fondo, un cielo con nubes poblado de aviones bombarderos, los causantes de la tragedia. El texto aparece como marco del fotomontaje: “Madrid. La práctica “militar” de los rebeldes. Si tú toleras esto, tu hijo será el próximo”. El otro ejemplo

es semejante, pero toma como protagonistas dos seres vivos que huyen angustiados del escenario de las bombas (nº 17), una madre con su hijo en brazos. También aquí un cielo con nubes aloja una escuadrilla de bombarderos enemigos; esta vez las dos figuras miran a los ojos del espectador, dirigiéndole un discurso semejante al del cartel anterior: “¿Qué haces tú para impedir esto?” (llama la atención la falta de ortografía que supone colocar en francés el punto de interrogación abierto). Huyen des-pavoridos y sobre ellos surgen las ruinas de una casa recién derribada; el impacto del fotomontaje es inminente y muy alta su calidad formal; es uno de los mejores ejemplos de la buena calidad de muchos carteles de la guerra civil española.

Emparentado con el del sufrimiento estaba el *discurso del miedo*, en el que se dirigía al espectador una imagen del enemigo, espantándolo con sus amenazas; puede citarse como ejemplo un cartel de Manuel Monleón, *La ética del fascismo*, en el que un ser monstruoso con una espada gigante aparece imperando sobre un cementerio y mira al espectador con una sonrisa de ogro, en tanto la leyenda reza: “La ética del fascismo. ¡En pie de guerra contra él!”; no proliferaron estos carteles pues también es posible encontrar en ellos cierto sentido derrotista. Una variante a la que se recurrió más fue *el discurso del peligro*, en el que la imagen se dirige al espectador expresándole los riesgos que ella misma representa, como, por ejemplo, el dibujo que publicó Renau en la revista *Blanco y Negro* con una mujer de oreja enorme con la leyenda “La espía oye”.

En su conjunto, los carteles que se organizaron desde el régimen del discurso constituyeron una presencia sustancial en la propaganda de guerra: fueron la manera de orientar con autoridad las conductas de los militantes y del público en general.

Junto a ellos estaban los relatos. Si el discurso se apoyaba en una figura relativamente en posición frontal, el relato solía organizarse usando personajes de perfil o de espaldas; las escenas representadas empezaban y concluían en sí mismas, dejando siempre fuera a quien miraba; pudo construirse sobre una metáfora o una sinécdoque, pero en cualquier caso, su carácter de relato daba lugar a una metonimia. Fue el régimen que siguieron la mayoría de los carteles de la guerra, alrededor del 65%, por lo que no parece oportuno exponer ejemplos concretos; no obstante, puede señalarse un caso interesante en que el cartel se coloca en situación de relato mediante la supresión de una variante icónica que, de

haber estado presente, habría configurado un manifiesto discursivo. En el cartel de Wila *El analfabetismo ciega el espíritu. Soldado, instrúyete* (il. nº 18), el rostro del soldado, dirigido frontalmente hacia el espectador, en actitud de discurso, tiene, sin embargo, una venda sobre los ojos. La mirada ha desaparecido y con su falta el discurso ha dejado paso al relato: no es ya el soldado quien nos habla de la cultura, sino el cartel el que relata la incultura del soldado; se ha producido una transgresión, pues ha habido una mutilación, un empobrecimiento de la imagen; ello ha beneficiado al mensaje, al impacto del manifiesto; la impotencia de la incultura y la importancia que tendría quitar la venda de los ojos quedan especialmente señalados en el cartel.

Para terminar con estas apreciaciones sobre la retórica de los carteles de la guerra me ocuparé del tercero de los regímenes, la conjugación de relato y discurso. Ya hemos visto antes el caso de *Un marino: un héroe* de Arturo Ballester; acabaré ahora de ejemplificar el conjunto con un manifiesto de Pedraza Blanco, *¡Campesino!* (nº 19). La escritura dice: “Ayer sólo te permitían trabajar la tierra. ¡Campesino! Hoy, con la República, puedes llegar a ingeniero agrónomo”. El rostro de un campesino con sombrero domina la superficie del manifiesto; a pesar de la sombra que arroja el sombrero sobre los ojos, puede percibirse claramente la mirada dirigida a un punto de la línea divisoria que separa el espacio virtual del cartel del espacio real desde el que el observador lo contempla; el campesino, con una leve sonrisa en los labios, sueña despierto en las posibilidades que le ofrece la República, sueño que se traduce en unas siluetas planas a su alrededor. Hasta cierto punto su actitud es discursiva y por otra parte no lo es; de alguna manera es un personaje de la historia que narra el cartel, pero en cierto modo es él quien está contando sus sueños al observador. La ambigüedad está configurada precisamente por la dirección de su hipotética mirada, exactamente clavada en la intersección entre la realidad y la ficción, entre el espectador y la escena. A través de su sueño participa en la narración, pero al tiempo se dirige a nosotros para que entendamos la satisfacción de su rostro, la carga de ilusiones que lleva. Es, pues, autor disimulado de un discurso y actor discreto de un relato, por lo que el cartel se coloca en la zona intermedia entre los dos regímenes, igual que el marinero de Arturo Ballester.

Esa zona intermedia fue alcanzada también mediante otros recursos. Así en el cartel de Calandín *La recolección es indispensable para nuestra victoria*, una mujer mira de frente y esgrime un discurso implicativo, pero al estar desplazada del lugar central hacia la extrema izquierda, cede ese lugar prioritario a la acción recolectora, de manera que contrarresta la fuerza discursiva de la mirada central. Efecto semejante produce Canet en el cartel *Unificación* al colocar el personaje discursivo en un lugar secundario en tanto el centro es ocupado por las imágenes del relato. Un último recurso interesante fue utilizado por Sanz Miralles en *Hay que dar el golpe definitivo*: la figura camina hacia el espectador, mirándolo, pero dos cosas evitan una situación completa de discurso o relato: por una parte, el personaje no está en primer plano, aunque parece querer alcanzarlo, con lo que la fuerza del efecto discurso disminuye; por otra parte acaba de concluir una acción (aplastar al dragón) y está a punto de comenzar otra (cortarle la cabeza), estando detenido justo en medio de ambas; el relato existe así *antes* y *después*, pero no llega a construirse en el tiempo del cartel, que lo presenta implícito.

Así pues, la zona intermedia entre discurso y relato es susceptible de ser alcanzada mediante distintos procedimientos que tienen en común la introducción de elementos icónicos de ambos regímenes que se contrapesan mutuamente. En esta zona intermedia se colocaron aproximadamente el veinticinco por ciento de los carteles de la conflagración bélica.

Y con ella se concluye esta breve y rápida aproximación a la gráfica de la guerra civil española, que constituyó un momento especialmente relevante en toda la historia de las artes de masas.

## Bibliografía

- TOMÁS, FACUNDO, 1986. *Los carteles valencianos en la guerra civil española*, Valencia: Ayuntamiento de Valencia.
- PÉNINOU, GEORGES, 1972. *Intelligence de la publicité. Étude sémiotique*, Paris: Robert Laffont.