

EL CARTEL CUBANO

Conversando
con Rostgaard

Marina Rodríguez González

EL CARTEL CUBANO

Conversando con Rostgaard

Marina Rodríguez González



A. J. G. ROSTGAARD

FIRMA DEL TITULAR



EDITORA POLITICA

Edición:

Bárbara Castillo Pedroso

Diseño de cubierta:

Alfredo G. Rostgaard

Diseño interior y realización:

Ardenis Díaz G.

Fotografía:

Justo Orihuela y Editora Política

Corrección:

Milena Verdeja Labrada

Composición:

Waldo Mesa

© Marina Rodríguez González, 1999

© Sobre la presente edición:

Editora Política, 1999

Todos los derechos reservados. Se prohíbe la reproducción, total o parcial, de esta obra sin la autorización de la Editora.

ISBN 959-01-0353-7

Editora Política

FAX (537) 811024

Belascoaín No. 864,

Ciudad de La Habana, Cuba

DEDICATORIA

A los estudiantes del Instituto Superior de Diseño Industrial (ISDI).

AGRADECIMIENTOS

A Claudia Patricia, a Darlene, a Orlando, a Adriana y a los compañeros de la Editora Política.

ÍNDICE

Introducción /3

Un poco de historia /5

La gráfica en la Revolución
Cubana. El cartel /9

Alfredo G. Rostgaard /16

 Conversando con el maestro/19

 Acercamiento a algunas de sus
 obras /27

 Rostgaard hoy /37

Bibliografía /47

INTRODUCCIÓN

Esta obra tiene como objetivo contribuir al reconocimiento de la importancia que en el desarrollo de la identidad cultural de Cuba ha tenido y tiene el cartel, fundamentalmente el realizado a partir del triunfo de la Revolución en enero de 1959.

Pretendemos con este material exponer, mediante la obra de Alfredo G. Rostgaard, algunos valores que hemos considerado significativo destacar en el cartel político y cultural creado en Cuba en las décadas del 60 y del 70 del presente siglo.

Por la brevedad del trabajo sólo nos acercamos al cartel de este maestro del diseño gráfico; no obstante, esperamos sea suficiente para despertar el interés por conocer más acerca del afiche de Rostgaard.

UN POCO DE HISTORIA

La semiótica que rodea al hombre en ocasiones lo ahoga. En nuestro país, con características muy peculiares esa semiótica ha desempeñado y desempeña un papel muy importante en la comunicación masiva de carácter visual. La gráfica cubana, específicamente el cartel, sin duda, ha protagonizado en nuestra cultura un papel verdaderamente apreciable, ha sido y es un género portador de signos, así como una de las muestras más genuinas de identidad nacional contemporánea.

Mensajes y signos están en contacto en la vida cotidiana con el hombre, su procedencia es diversa, nos orientan como una potente brújula; bajo su protección decidimos modos de vida, valores morales o espirituales y qué comprar o hacia dónde dirigirnos. Esos mensajes, desde principios de siglo, se elaboraban fundamentalmente en

las agencias publicitarias, surgidas con ese propósito y cuyo trabajo principal estaba encaminado a la creación de anuncios.

Fueron artistas plásticos, devenidos ilustradores, formados en la Academia de San Alejandro, quienes enfrentaron esta actividad de realización de anuncios publicitarios; entre ellos mencionaremos a Jaime Valls, Rafael Blanco y Enrique García Cabrera. Estos artistas realizaron también carteles con fines sociales, culturales y políticos.

El ilustrador permitió conocer mediante soportes como la revista, el periódico o el cartel, los cambios de moda, los acontecimientos de la época, los personajes políticos, intelectuales, científicos, artísticos, populares, las transformaciones evidentes de sitios y ciudades, el producto que se vendía y cómo se ha vendido en

fin la conciencia del pasado, la historia.

El anuncio invade a la ciudad de La Habana, hacia 1926 aparecen los primeros anuncios lumínicos, más tarde la radio, y ya en la década del 50, se asentará la T.V. El cartel continúa, no se desestima, pero por supuesto el cambio sustancial que para los medios de comunicación trajeron la T.V. y los adelantos tecnológicos alcanzados en el campo de la fotografía un siglo después de haberse asentado en Cuba (1841), hacen que la misma, con la influencia norteamericana tan cercana a nosotros, comience a desempeñar un papel protagónico en todos los mensajes propuestos por las agencias publicitarias.

Sin embargo, el trabajo del ilustrador no desaparece en su totalidad, sino se mezcla con la fotografía, la que va a actuar como

testigo y memoria histórica, a irrumpir con una imagen que permite conocer así el modo de sentir el espacio y el tiempo, las relaciones de los objetos y el hombre, el gesto y la luz.

La fotografía en la década del 50 llegará a inundar con fines publicitarios páginas de revistas y periódicos, será la protagonista, sobre todo, en el cartel de cine y el político.

La ilustración no pierde todo su valor, acompaña en muchas ocasiones a la fotografía; la transición del anuncio ilustrado al fotográfico no fue rechazada por el receptor; al contrario, mediante las fotos se podía resaltar las cualidades del mensaje acentuando así su credibilidad.

Como podemos observar los orígenes de nuestros carteles están vinculados fundamentalmente a la publicidad comercial capitalista. En el devenir histórico republica-

no, este hecho cultural: "la publicidad", sentó bases, trazó pautas, creó expectativas, "formó" o "deformó" el gusto del receptor por el mensaje emitido.

El soporte ha sido estoico, capaz de resistir invencible todos los avatares de la vida, que el anuncio le ha deparado. Se crean, inventan, fabrican, demandas para determinadas ofertas, se desarrolla un receptor para un emisor, un comprador para un producto y de ello se encargan en este período la publicidad y uno de sus soportes, el cartel.

En la etapa de la República, hemos asistido a la presentación en sociedad de un hecho cultural: la publicidad, apoyada en la ilustración, la fotografía y la tipografía.

Convertir al público en consumidor fue, en la década del 50, la meta central de las agencias publicitarias, y para ello, la fotografía, medio técnico

eficaz para captar y dejar plasmada la realidad que queramos, devino código a seguir con el fin de crear el anuncio publicitario.

Este último se convierte así en un comentario vivaz que trasciende la ilustración combinándola, como hemos dicho ya, en algunos casos con la tipografía y la fotografía, a fin de plasmar conceptos formales que prevalecen en el anuncio de la época: color, uso de luz y sombra, contrastes, modelos y otros.

Todo lo antes mencionado condiciona una visualidad permanente que produce una imagen tipificada, donde la fotografía del conjunto total es la protagonista principal y "gancho" indiscutible del anuncio de esa etapa, mimético, edulcorado, tendente a conformar un estilo de vida.

En la década del 50, época contradictoria desde el punto de vista social, en que la agudización de una

precaria situación económica, el recrudescimiento de una política entreguista al gobierno norteamericano, el crecimiento del analfabetismo, la depauperación de los campesinos y el desempleo invaden todos los rincones del archipiélago cubano, es el momento en que la cantidad de anuncios percibidos en su conjunto resulta atormentadora, la publicidad mostraba entonces un desarrollo pujante dentro del subdesarrollo general.

Cuba llegó a ser en esos momentos una potencia mundial en el campo de la publicidad. Resulta pues imprescindible destacar que justo en la mitad del siglo que nos ocupa este hecho hizo historia, forma parte de nuestra cultura, permitió un espacio importante en la historia de este fenómeno en el mundo. El cartel en esos tiempos, como en todos, brindó su presencia para dar énfasis

a las campañas publicitarias.

Cuba sirvió en aquellos momentos como laboratorio de experimentación de la publicidad de productos provenientes de Estados Unidos, fundamentalmente, que enviaba a nuestro país las ilustraciones y textos portadores de patrones típicamente norteamericanos, modelos de estándar de vida, etc., que insertados en los carteles, entre otros soportes, con posterioridad se introducirían en el Caribe de habla hispana y en América Latina.

En muchos de esos anuncios aparecidos en carteles, vallas, revistas y periódicos, encargados a publicitarios cubanos, se descubrían la originalidad, el acento, la veta humorística y la chispa criolla, inseparables de la cubanía, que vamos a apreciar después en el cartel de la Revolución en la segunda mitad del siglo.

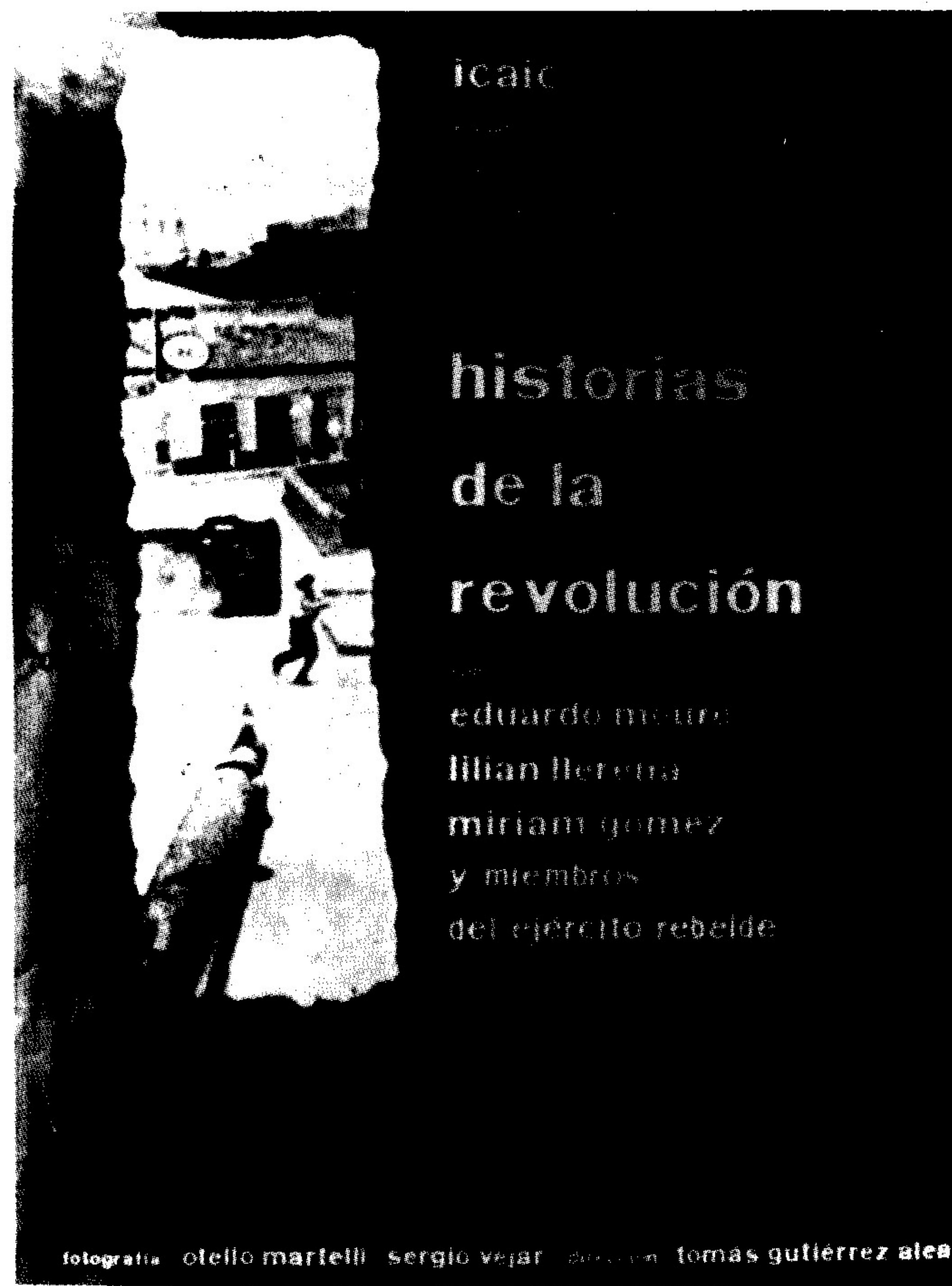
La publicidad siempre ha actua-

do con un propósito, inducir al hombre en su comportamiento frente a determinados objetos; por lo tanto sus ejecutores conocían el secreto de la comprensión y manipulación del público; principio este que sirvió, entre otros, para que a fines de la década "no vender productos, sino comprar clientes" fuera el objetivo básico del anuncio y para esto mediante la fotografía se proponía al receptor una imagen tipificada lograda al apretar el obturador, el cual permite, al abrir o cerrar el diafragma de la cámara, que una uniformidad repetitiva de modo de expresión llegue a conformar o influir, con su mensaje almidonado, en un estilo de vida.

El diseño gráfico insular se movió, principalmente, antes del triunfo de la Revolución en el marco amoldado y crocante de la complacencia para una burguesía

que gustaba de ver reflejados en las páginas de las revistas o en los muros de los edificios un anuncio alentador de posibilidades de vida muelle o un pasquín electoral con promesas de mejoras sobre todo para los más necesitados.

Con el triunfo revolucionario esta visualidad establece nuevos modelos, utiliza diversas matrices, se convierte en portadora de una imagen diferente, moderna, de una nueva estética, donde síntesis compositiva, cromatismo plano, imagen simplificada, asociaciones imaginativas directas, organización clara y racional del texto y la representación en el espacio, dan lugar a una nueva manera de discursar que no tendrá como objetivo proponer un producto a un público consumidor, sino un mensaje educativo, una información cultural o social, una actitud ante la vida o una posición política bien definida.



Historias de la Revolución (HCAIC) Bachs, 1960

LA GRÁFICA EN LA REVOLUCIÓN CUBANA. EL CARTEL

La gráfica cubana desde 1959 hasta nuestros días, arañando o endulzando, paredes o papeles, impregna vitalidad y transforma todos los soportes que de manera invencible sostienen mensajes y mensajes, en aras de develar una realidad, asumida con las contradicciones que le son inherentes.

Esta realidad, vista y analizada a la luz del mundo gráfico de hoy, no ha crecido con fórmulas, pero tampoco se desarrolló espontáneamente, necesitó desde su surgimiento de dos elementos importantes para su ascensión en la vida: imaginación y trabajo.

¿Cómo comenzó? Dando tumbos, balanceándose entre la propaganda comercial capitalista y el realismo socialista, pero cocinando en su olla como todo proceso cultural cubano un producto nuevo, criollo, que, al ver la luz, reflejó en sus imágenes la influencia de diseñadores

norteamericanos como Saúl Bass, polacos como Jan Lenika, japoneses como Shigeo Fukuda.

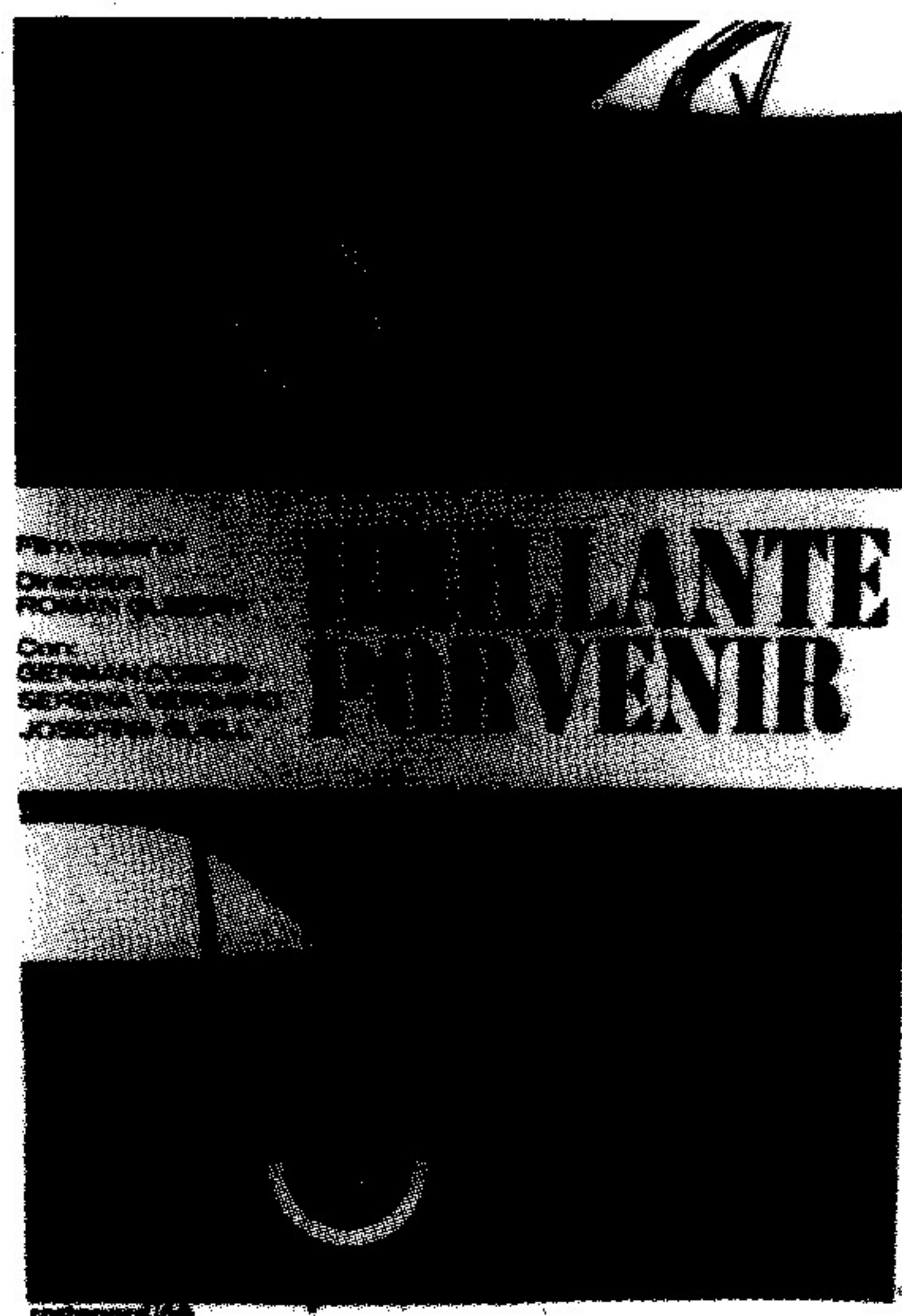
La gráfica, esta gráfica nuestra, constituye, nutrida como está de múltiples hechizos, pero muy bien definida, un hecho comunicativo de primera dimensión, un resultado revelador del incesante desarrollo cultural de nuestro pueblo, un acto que pone al descubierto una faceta más de nuestra identidad nacional y un elemento intelectual insoslayable para el logro de la integración latinoamericana.

La realidad política, social y económica de nuestro país cambió radicalmente; nuevos canales de comunicación se necesitaron; estos deben permitir el establecimiento de un diálogo pueblo-Estado, diferente. La magnitud conceptual de este cambio requiere nuevas propuestas estéticas, los profesionales

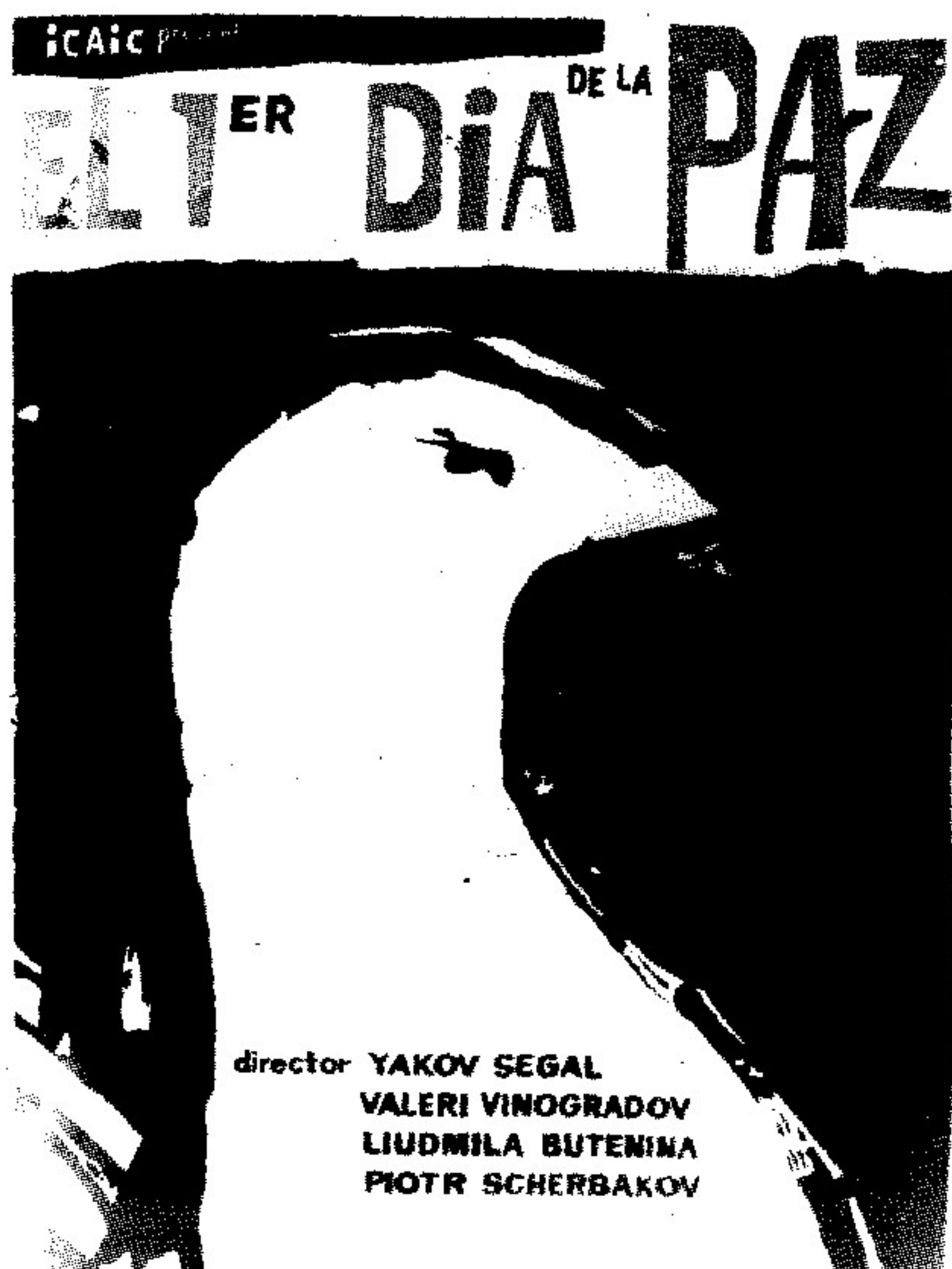
ya formados reacondicionan su trabajo, hay que plasmar de otra manera el momento que se vive, buscar un lenguaje que llegue a todos y un soporte que posibilite el advenimiento del nuevo mensaje.



Mayo 1º/1959 (CTC) Oscar Morriña, 1959



Brillante porvenir (ICAIC) Rostgaard, 1966



El primer día de la paz (ICAIC) Bachs, 1961

Es el cartel el medio por excelencia que hace posible la realización de las operaciones que definen dos épocas del diseño gráfico en Cuba: República y Revolución, es el cartel, con sus características dimensionales, su presencia en todas partes de la ciudad y su valor comunicativo y social, el que mejor muestra los objetivos y los resultados que se van obteniendo en el desarrollo del nuevo tiempo en nuestro país. En la década del 60, ocurren transformaciones y cambios en todos los renglones del quehacer que marcan una nueva época para la gráfica nuestra.

Surgen así carteles culturales, sociales y políticos. Los culturales logran desde los primeros años de la Revolución un buen nivel gráfico, mientras que los políticos estuvieron más impregnados de cierta manera de decir del realismo socialista;

sin embargo, con los años alcanzaron una mayor originalidad. El salto en ese cartel fue brusco y se da aproximadamente en el segundo lustro de la década del 60.

El valor gráfico del afiche revolucionario cubano ha logrado un lugar en la historia del diseño universal y recibido influencia de diferentes latitudes, como hemos expresado ya, pero siempre con variaciones propias aportadas por cada uno de sus creadores.

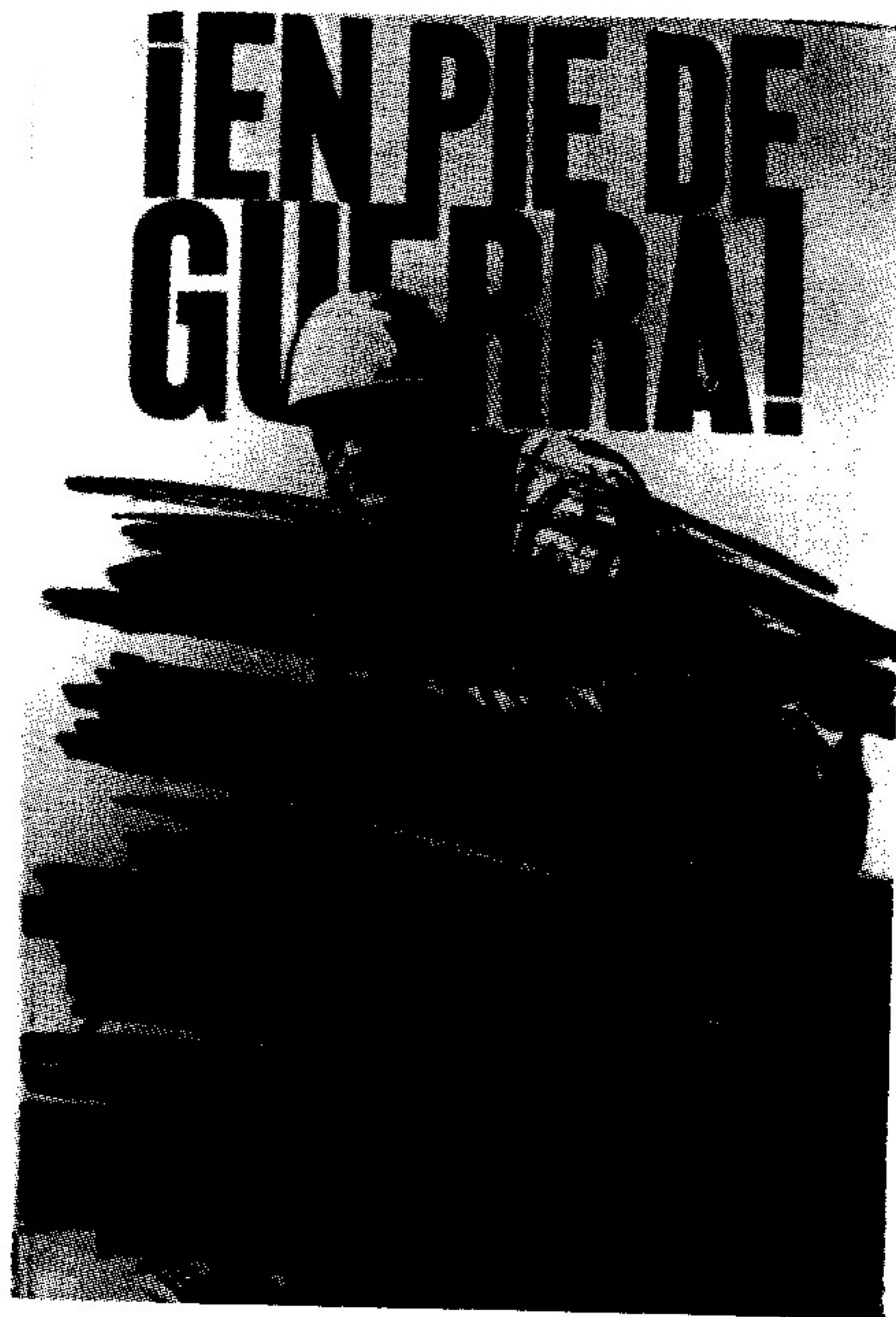
Los primeros años de la Revolución piden a gritos comentarios que permitan perpetuar en la memoria visual los acontecimientos que se suceden. Diferentes instituciones estatales editan sin cesar carteles políticos, sociales y culturales, entre los que se encuentran la Comisión de Orientación Revolucionaria (COR), el Departamento de Orientación Revolucionaria (DOR), el Consejo Nacio-

nal de Cultura (CNC) y el Instituto Cubano de Arte e Industria Cinematográficos (ICAIC).

El cartel surgido de esas instituciones, gestado en el vientre prodigioso de la Revolución, genera en nuestro tiempo un sentido exacto de lo cubano, que no está ni aquí ni allí pero que de manera dinámica y potenciado por una realidad combativa ayuda a todos a conocer las grandes transformaciones que ocurren y permite una nueva forma de llevar la información visual al receptor.

Esas instituciones viabilizaron el desarrollo y divulgación del cartel cubano, el cual, mediante el uso de formas expresivas que hasta entonces no se habían considerado, logra imponerse y manifestarse como la expresión más contundente de la gráfica cubana de aquellos tiempos, símbolo de la identidad

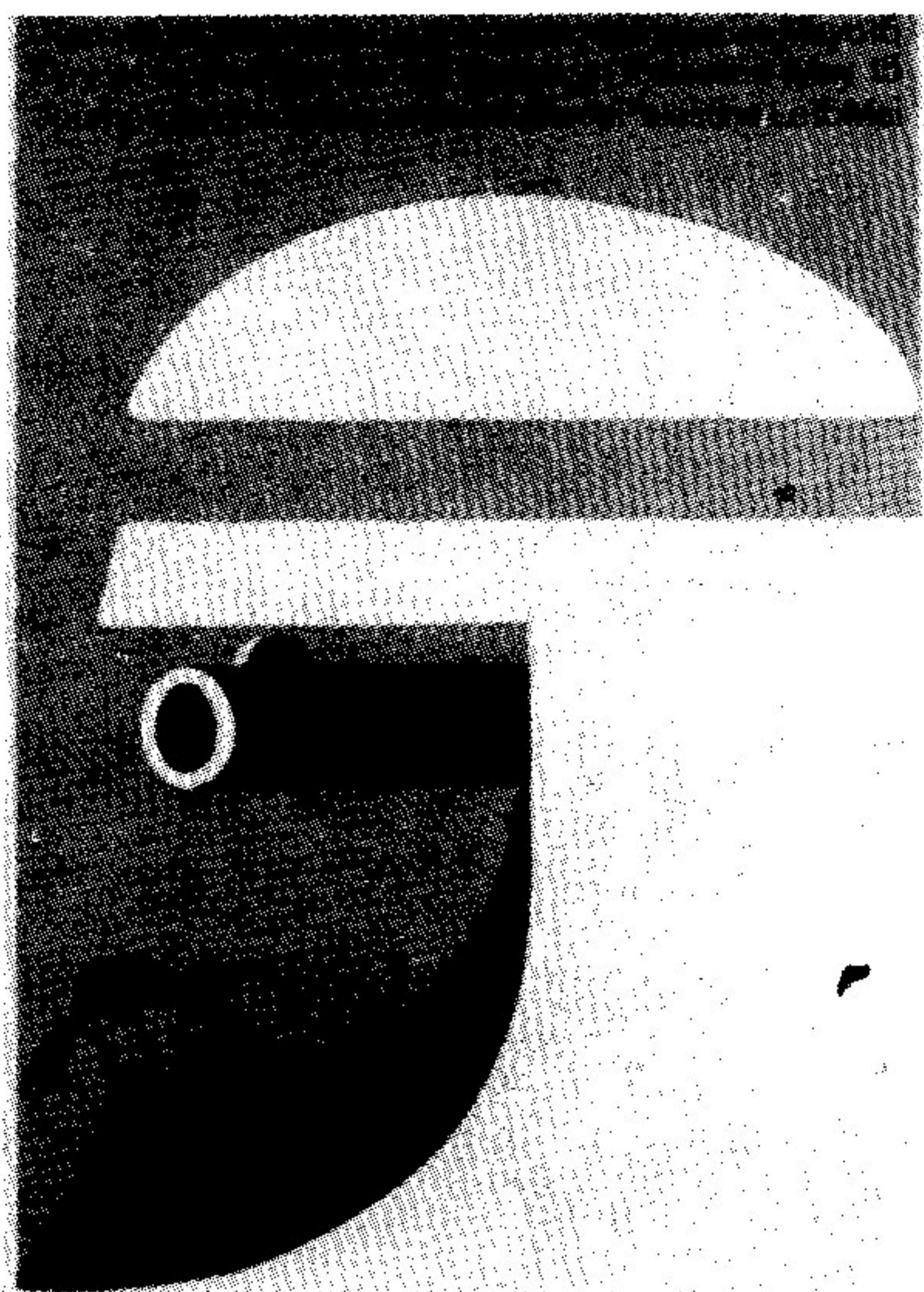
cubana y latinoamericana, sobre todo con los carteles políticos y de cine.



¡En pie de guerra! (COR) Fernando Valdés, 1962



Harakiri (ICAIC) Reboiro, 1964



تجربة الصّامين مع الشعب الفلسطيني في هذه الأوقات

Jornada de Solidaridad con el Pueblo de Palestina (OSPAAAL) Faustino Pérez, 1968

El motor impulsor de la historia genera el desarrollo de una nueva visualidad, crea para ella un valor simbólico que habrá de perpetuar en la memoria lo acontecido fundamentalmente en las décadas del 60 y el 70 en nuestro país.



Santo Domingo: 1965 (OSPAAAL) Rostgaard

Desde la década del 60, el cartel ha venido adoptando diferentes modos de expresión gráfica, mientras que el político —como hemos dicho anteriormente— se demora en realizar su despegue. Este se inició en 1966, y para 1967 en la Primera Conferencia de la Organización Latinoamericana de Solidaridad (OLAS), Rostgaard hace llegar su mensaje con un cartel que ha trascendido.

El cartel político rompió el viejo molde, una excelente solución gráfica hizo su aparición; símbolos de lucha armada, motivos tradicionales de diversos países y la cultura propia de distintos pueblos hacen labor de recuperación de valores nacionales. La explotación y la deformación cultural impuestas al Tercer Mundo adquieren un valor importante mediante incisivos diseños.

Un lenguaje visual nuevo se apodera paulatinamente del mensaje gráfico, el cambio de un lenguaje pedestre y estereotipado por otro que genera compromisos sociales o estimula conductas justas y altruistas transforma la visualidad del ambiente.

El cartel de la década del 60 rompe con los cánones establecidos en las épocas anteriores; ya el ideal de belleza tropicalizado y la imagen tipificada de la década del 50 con el objetivo de influir en el hombre para que consuma determinados productos han cambiado; el mensaje es otro, completamente diferente; hay una apelación a los sentidos con el objetivo de que se analice y comprenda lo que se expone. Hay un proceso de comunicación totalmente distinto. Se logra la reflexión ante la imagen; esta es el resultado de un cambio sustancial

en la manera de ver la vida y en el comportamiento de los hombres en una sociedad completamente nueva en esta parte del mundo.

Entre 1961 y 1967 el lenguaje utilizado tiene diferentes niveles de abstracción, en ocasiones son obras pictóricas; en otras, fotografías con algunas palabras o textos que llenaban los espacios buscando composición armoniosa entre texto e imagen.

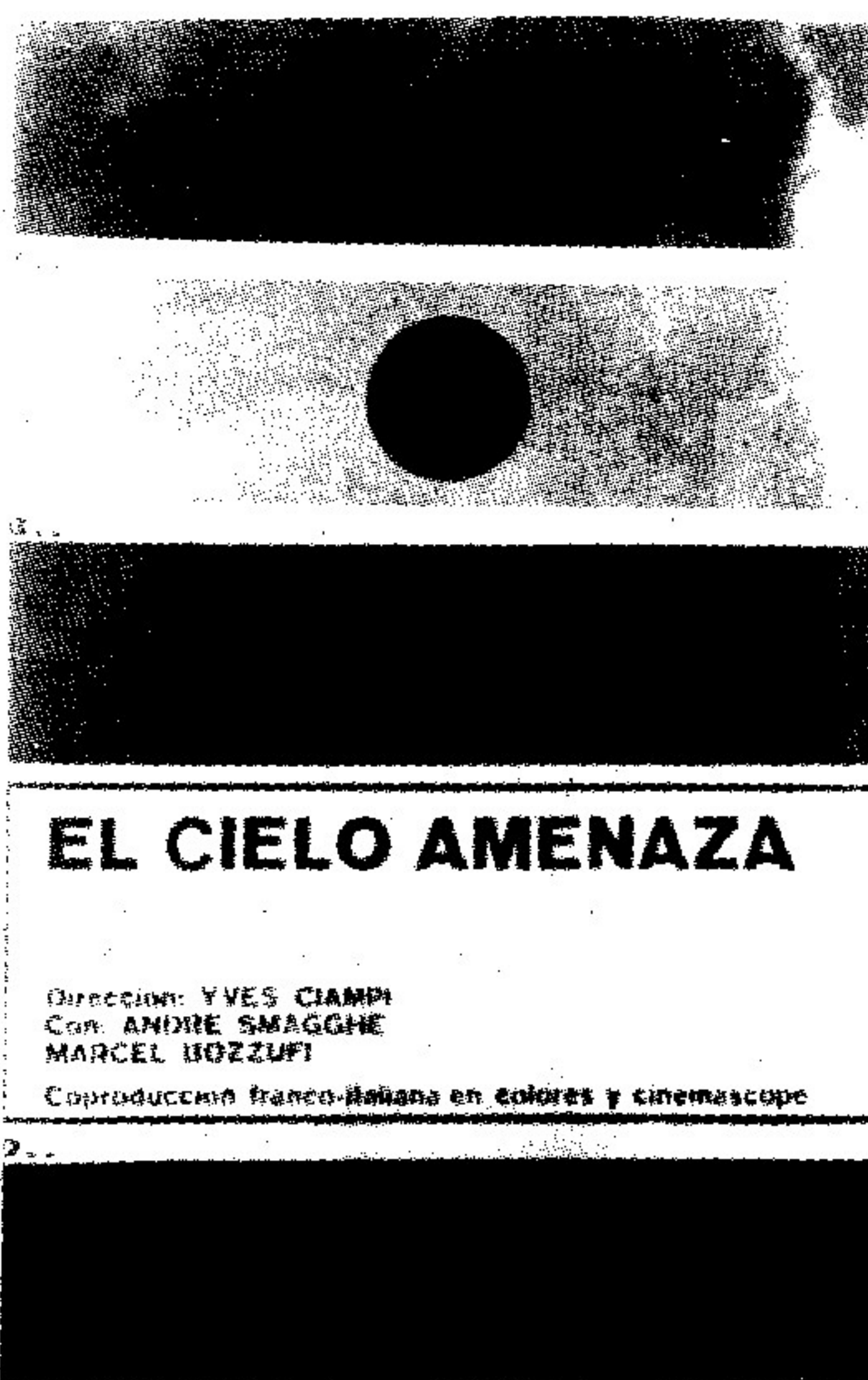
Cientos de carteles se imprimen a partir de la segunda mitad de la década del 60 y los primeros años de la década del 70; la realidad impuesta por el bloqueo económico actuó como acicate; el creador del cartel cubano se impuso; las limitaciones hicieron funcionar su creatividad a todo ritmo; surgen así estas piezas de comunicación visual que orientan, promueven, recuerdan, informan, enseñan y proponen cul-



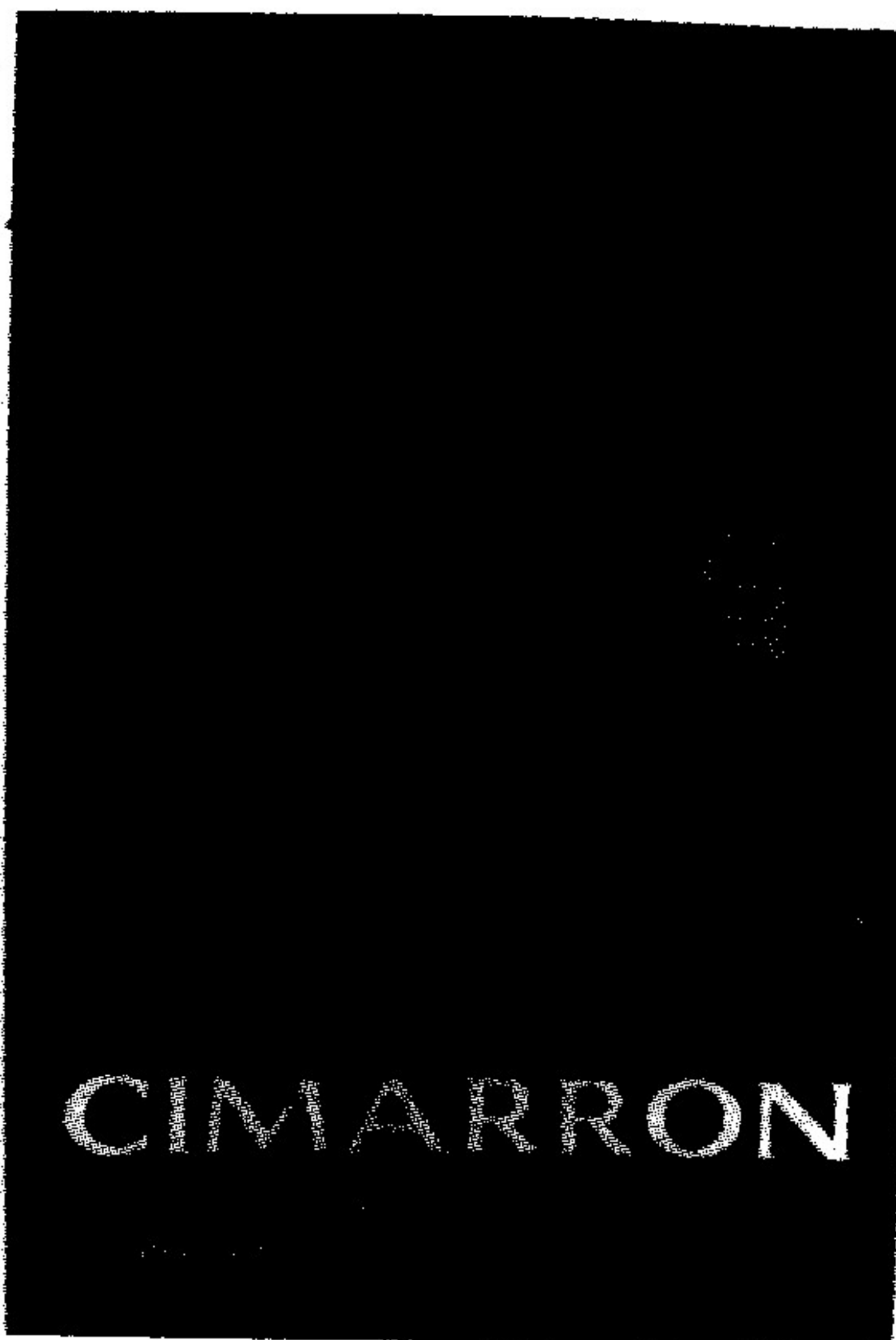
Soy Cuba (ICAIC) René Portocarrero, 1964



Posición 1 (ICAIC) Bachs, 1966



El cielo amenaza (ICAIC) Rostgaard, 1966



Cimarrón (ICAIC) Rostgaard, 1967

tura para grandes grupos de la población, así como llevan de esta manera a nuestro pueblo y al mundo los objetivos de la Revolución.

La comunicación con el público dentro de este período quedó exenta de todo estilo panfletario; no dejó espacio a la confusión; texto e imagen jugaron con vocación simbólica, a decir, de manera escueta, con una estética que surgía de adentro, de la esencia misma del mensaje que se pretendía llevar, la verdad de la pureza de nuestro quehacer político, social y cultural.

Los carteles sociales, culturales y políticos abundantes en esa época en todo el orbe enriquecían calles y ciudades; los cubanos usaban un lenguaje realista, ilustrativo, esquemático, grotesco en ocasiones; esto hizo pensar en encontrar una solución gráfica adecuada, por lo que el patrimonio universal abrió sus puer-

tas y nos apropiamos de tal o más cual tendencia; ello permitió que nuestro lenguaje se construyera, aunque miméticamente en sus inicios. Se acudió a la plástica, se usó el cartel norteamericano, el cartel polaco y el de la revolución socialista de la antigua Unión Soviética.

El cartel que se hizo en las décadas del 60 y del 70 se realizó sobre la base de parámetros casi universales para la comunicación gráfica en los mismos. Esos parámetros fueron, entre otros:

- llamar la atención por medio del color y la forma;
- uso de códigos de aquellos momentos;
- sencillez;
- simplicidad.

La solución de estos carteles estaba en crear un máximo de eficiencia en la comunicación, con la menor cantidad de recursos posibles. En

este medio se forjaron nuestros más destacados artistas y diseñadores gráficos, que crearon un modo de hacer muy cubano, carteles cuya función fue comunicar mensajes de índole cultural, social y política. Los tres tipos de carteles adquirieron una importancia extraordinaria dentro del contexto político y cultural mundial.

Entre las figuras más destacadas en esa época en Cuba debemos citar a: René Azcuy, Antonio Reboiro, Félix Beltrán, Eduardo Muñoz Bachs, Raúl Martínez —ya fallecido—, Antonio, *Niko*, Pérez y Alfredo G. Rostgaard.

LA LINEA CANDENTE

Film Polaco
Dirección: WANDA JAKUBOWSKA
Con: LECH SKOLIMOWSKI
JOANNA SZCZEBIS

La línea candente (ICAIC) Rostgaard, 1966

ALFREDO G. ROSTGAARD

“Clásico del afichismo revolucionario”, como lo han llamado, Alfredo G. Rostgaard, artista, diseñador y maestro, se destaca con una obra caracterizada por lograr una síntesis formal y conceptual que plasma, mediante el símbolo, una realidad dinámica, mutante, surgida de un motor histórico, la Revolución Cubana.

Este maestro del diseño gráfico no utiliza en su obra caminos trillados, comunica en términos gráficos modernos, realiza un trabajo funcional que trasmite evidentemente el objetivo que persigue en cada una de sus obras. Línea y color asumen publicaciones periódicas, vallas y carteles con un estilo personal, revolucionario, tanto en la forma como en el contenido.

La Revolución creó una estética propia, el símbolo hace su aparición y genera en la obra de Rost-

gaard un sentido preciso de lo cubano.

En los '60, para algunos en el segundo lustro de la década, se inicia el despegue de nuestro cartel; talento y audacia se unen; la historia los hilvana.

El cartel de Rostgaard emerge, como surgen las acciones a las que incita. Una cualidad común a la mayoría de los creadores de carteles de la época lo caracteriza: abundante colorido.

En la forja de todos estos creadores de esos tiempos en iguales circunstancias: limitaciones, medios técnicos y de reproducción obsoletos, Rostgaard agudiza su ingenio, investiga, busca y encuentra las posibilidades expresivas de la serigrafía.

La estrella, la palma, el verde de nuestra vegetación, el azul de nuestro cielo, la firmeza de nuestros hombres, entre otros, son los sím-



Atentado (ICAIC) Rostgaard, 1965



Que redoble el tambor (ICAIC) Rostgaard, 1967

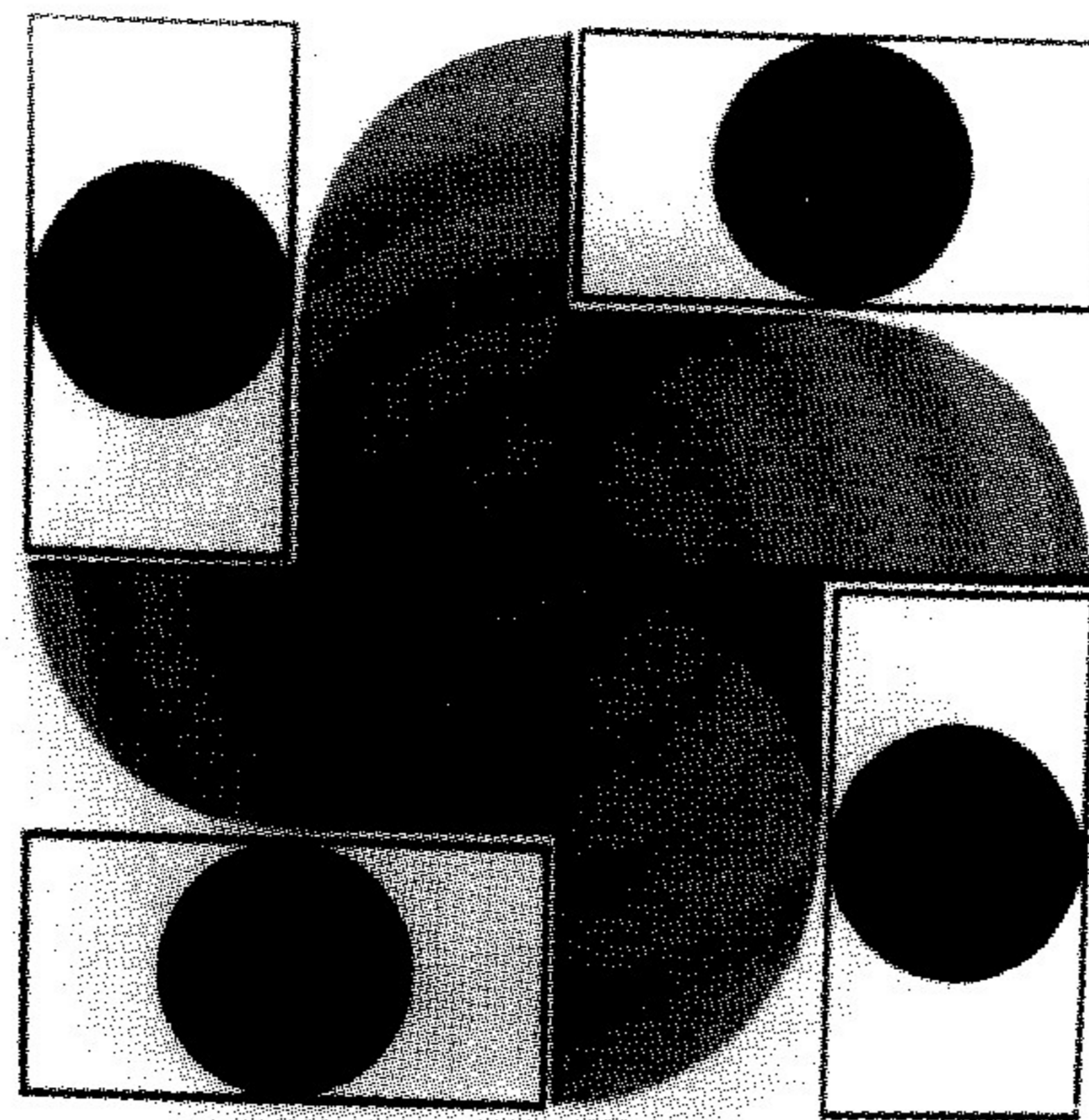
bolos que utiliza con mayor frecuencia en sus obras.

Colores brillantes en grandes planos y forma sintética se entrelazan de manera coherente de forma tal que arrojan imágenes despojadas de toda complicación visual.

Tempera y pintura de acrílico, dibujo a mano alzada, salpicado artesanal o el aerógrafo y la computadora, más recientemente, junto a los símbolos ya mencionados, dan lugar a una obra cargada de cubanía.

El espectador se impacta visualmente con la obra gráfica de Rostgaard, se detiene. El dibujo nítido y el eclecticismo cromático lo hacen pensar después. La información original no ha sido más que un pretexto para la obra de este creador.

Alfredo G. Rostgaard está considerado universalmente como uno de los siete maestros del diseño gráfico cubano del siglo XX. Ha bus-



papeles son papeles

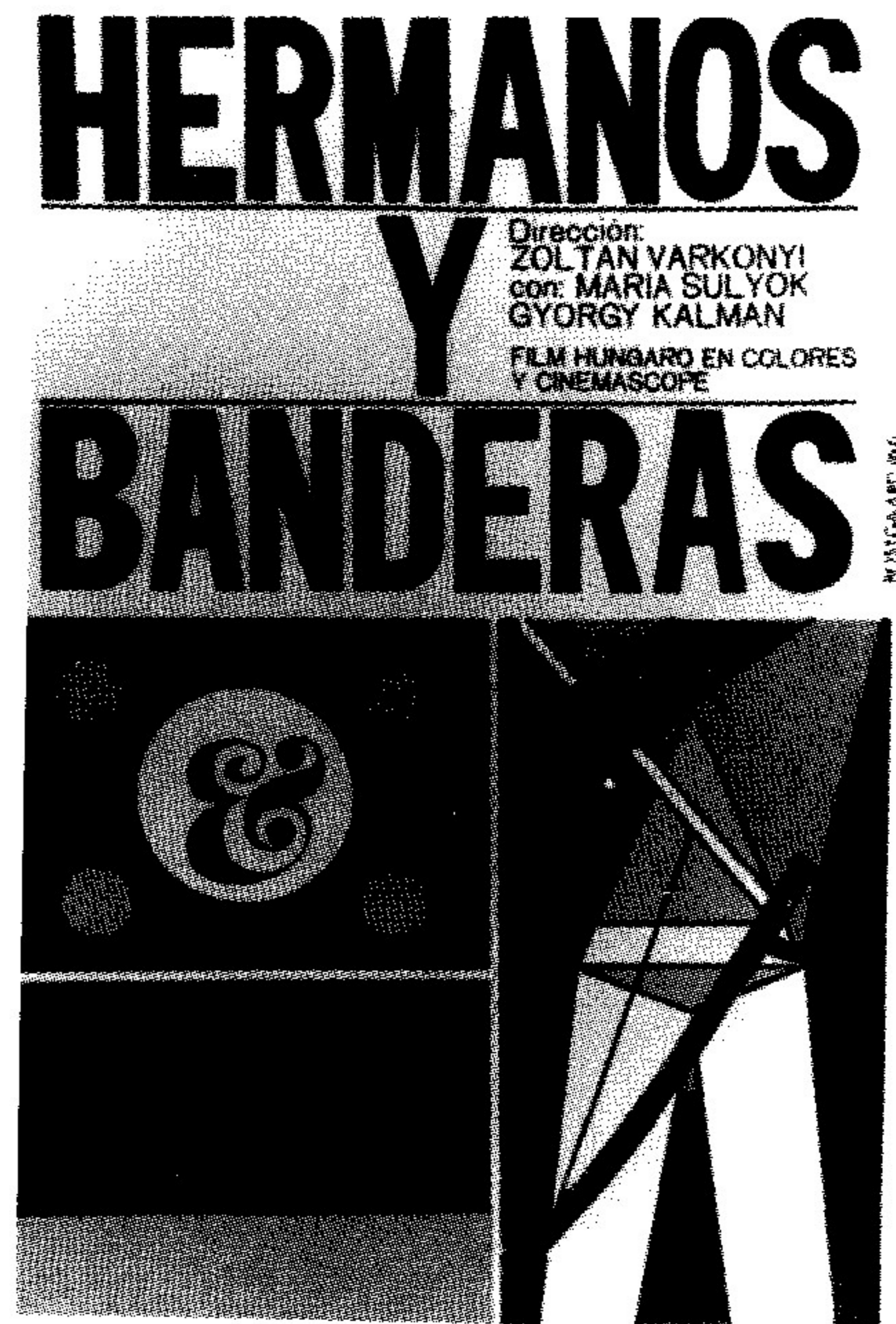
FILM CUBANO

Dirección:
FAUSTO CANEL

Con:
REINALDO MIRAVALLES
SERGIO CORRIERI
LILLIAM LLERENA

rostgaard /66

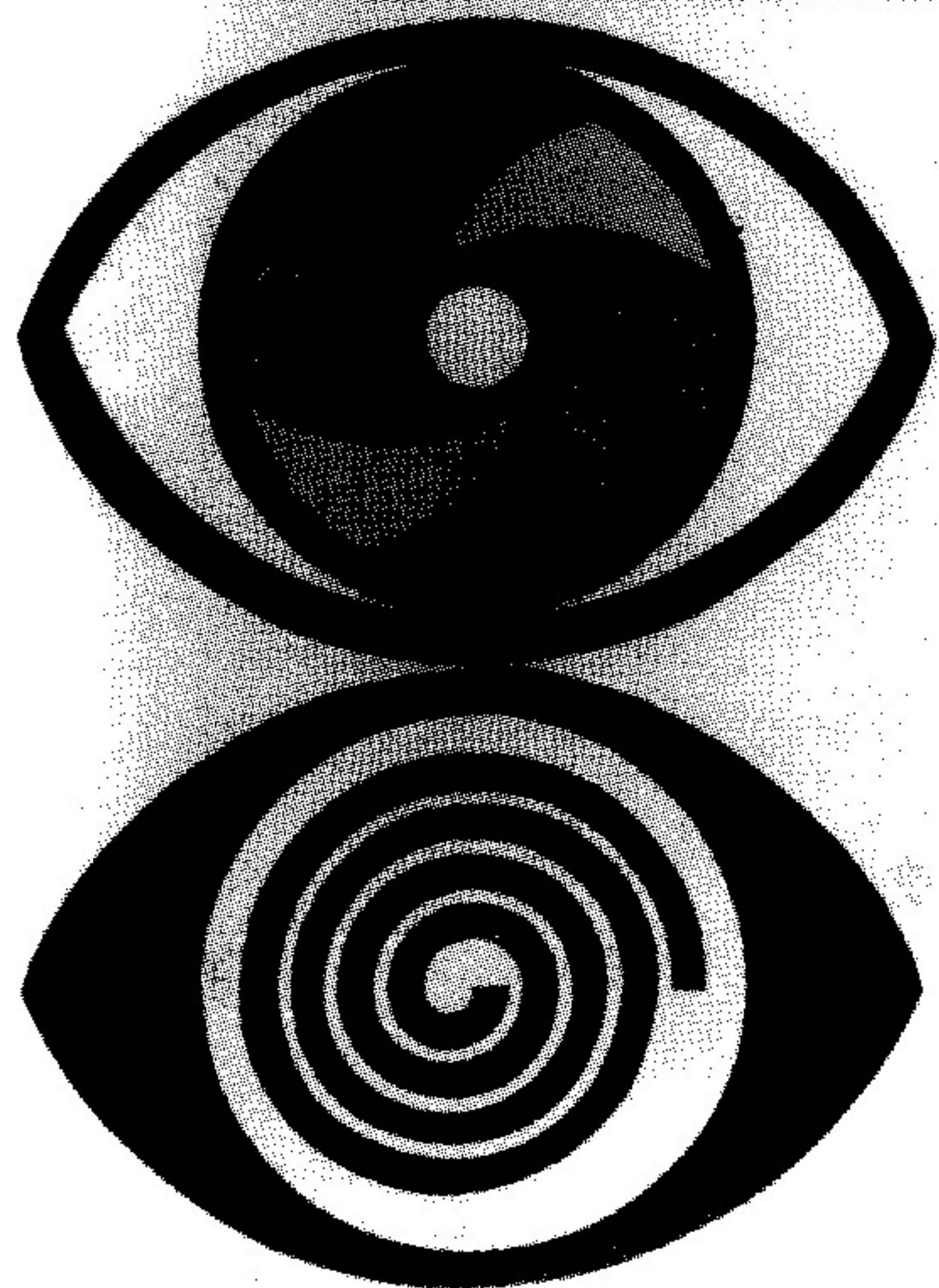
Papeles son papeles (ICAIC) Rostgaard, 1966



Hermanos y banderas (ICAIC) Rostgaard, 1966

EL ROBO

Film cubano / Dirección: ANGE FRAGA / Con: ROBERTO VIALMEGAL Y RAFAEL BERRO DE ZENDE DE CASTAÑEDA Y RODRIGUEZ



El robo (ICAIC) Rostgaard, 1966

LA MUERTE DE UN BUROCRATA



Dirección: TOMAS GUTIERREZ ALBA / Con: SALVADOR WOOD
MANUEL ESTANILLO / SILVIA PLANAS / FILM CUBANO

La muerte de un burócrata (ICAIC) Rostgaard, 1966

cado, encontrado, aplicado y sigue buscando, desde que se iniciara como artista plástico, símbolos que reclamen la atención del receptor con el objetivo de convertirlo en un participante de su mensaje visual.

Estudió dibujo y pintura en Santiago de Cuba; en esos tiempos no existían en Cuba escuelas de diseño gráfico, algunos intentos se realizaban al respecto pero se llevaban a cabo en La Habana; no obstante contábamos con una aceptable tradición de dibujo comercial, por lo que sin desdeñar ninguna fuente, tomando cualquier aporte viniera de donde viniera, lo analizó, reflexionó sobre el mismo y lo adaptó posteriormente al receptor cubano.

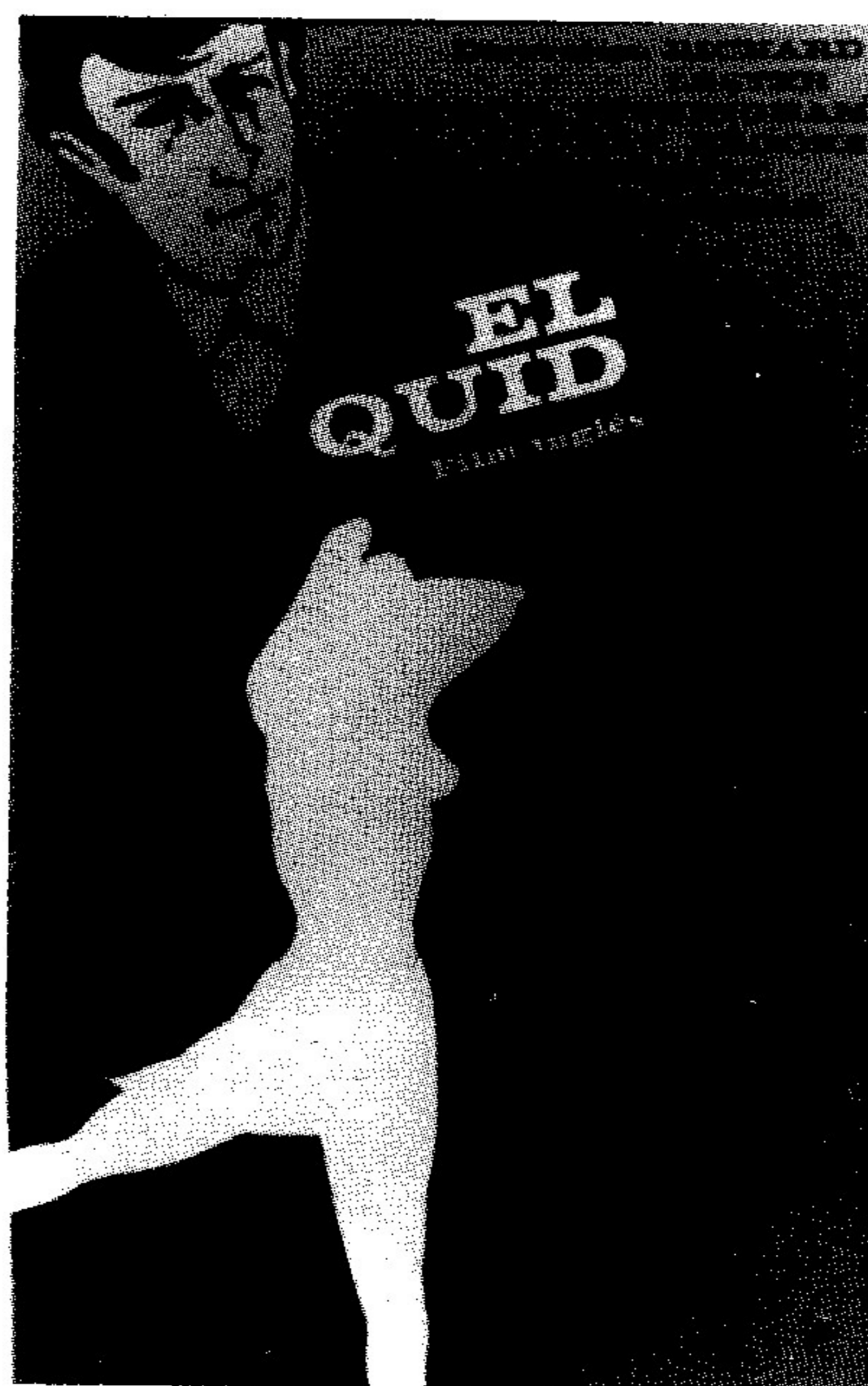
Las razones antes esgrimidas llevan a una obligada conversación con el maestro en la que nos hará conocer sus criterios con relación al

desarrollo del cartel en Cuba y las características más generales de su obra, cómo la ha concebido y hecho realidad.

Conversando con el maestro

—“El cartel desarrollado en este período, no se puede historiar sin conocer el ambiente creado por el triunfo de la Revolución, fundamentalmente, el cartel político. Aquellos tiempos es imposible revivirlos verbalmente; fue una época mágica”, según ha expresado el mismo Rostgaard, en entrevista realizada recientemente, quien continúa diciendo:

“No existe una forma gráfica de hacer cartel. El éxito que tuvieron los carteles cubanos de esa etapa al enfrentar temas políticos, por ejemplo, es que los enfrentaron sin prejuicios.



El quid (ICAIC) Rostgaard, 1967



20 Horas (ICAIC) Rostgaard, 1966

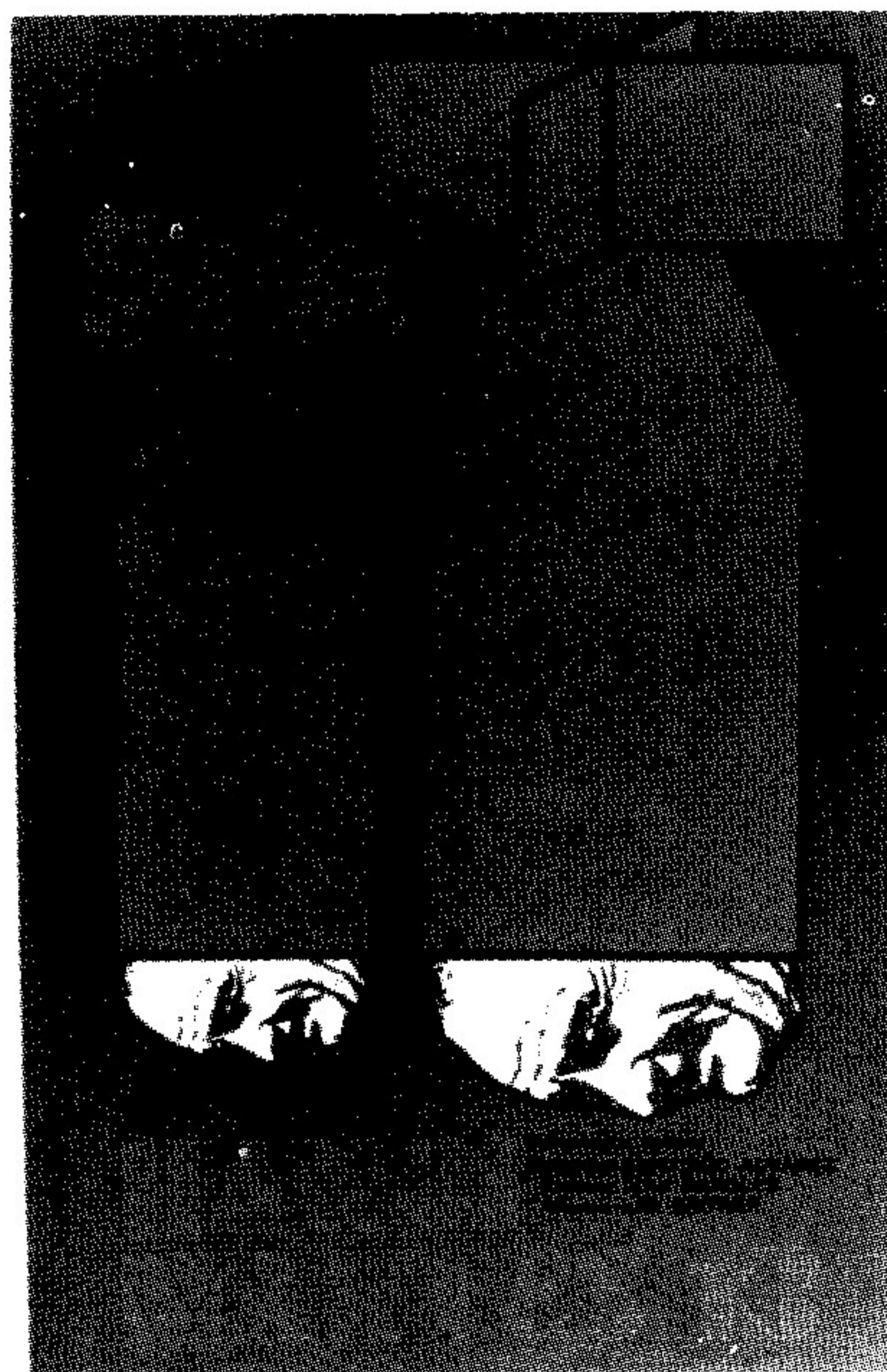
hasta la victoria siempre

Documental cubano. Realizador: SANTIAGO ÁLVAREZ



Hasta la victoria siempre (ICAIC) Rostgaard 1968

”Es indudable que nuestro cartel tiene características nacionales determinadas por las condiciones en que hemos hecho historia desde el triunfo de la Revolución, había que crear un mensaje con el máximo de



Hanoi, Martes 13 (ICAIC) Rostgaard, 1967

eficiencia en la comunicación y la menor cantidad de recursos posibles. Esto produjo un medio en que se forjaron comunicadores gráficos, quienes crearon un modo de hacer muy cubano.

”Lo que se hizo en los años ’60 y ’70 está caracterizado e influido por los problemas sociales de esas décadas. Los primeros documentales de Santiago Álvarez están marcados por ese mensaje de carácter social, los afiches que se hicieron para esos documentales, entre los que se encuentra *Hanoi, Martes 13*, fueron cinematográficos, pero, al mismo tiempo, sociales.

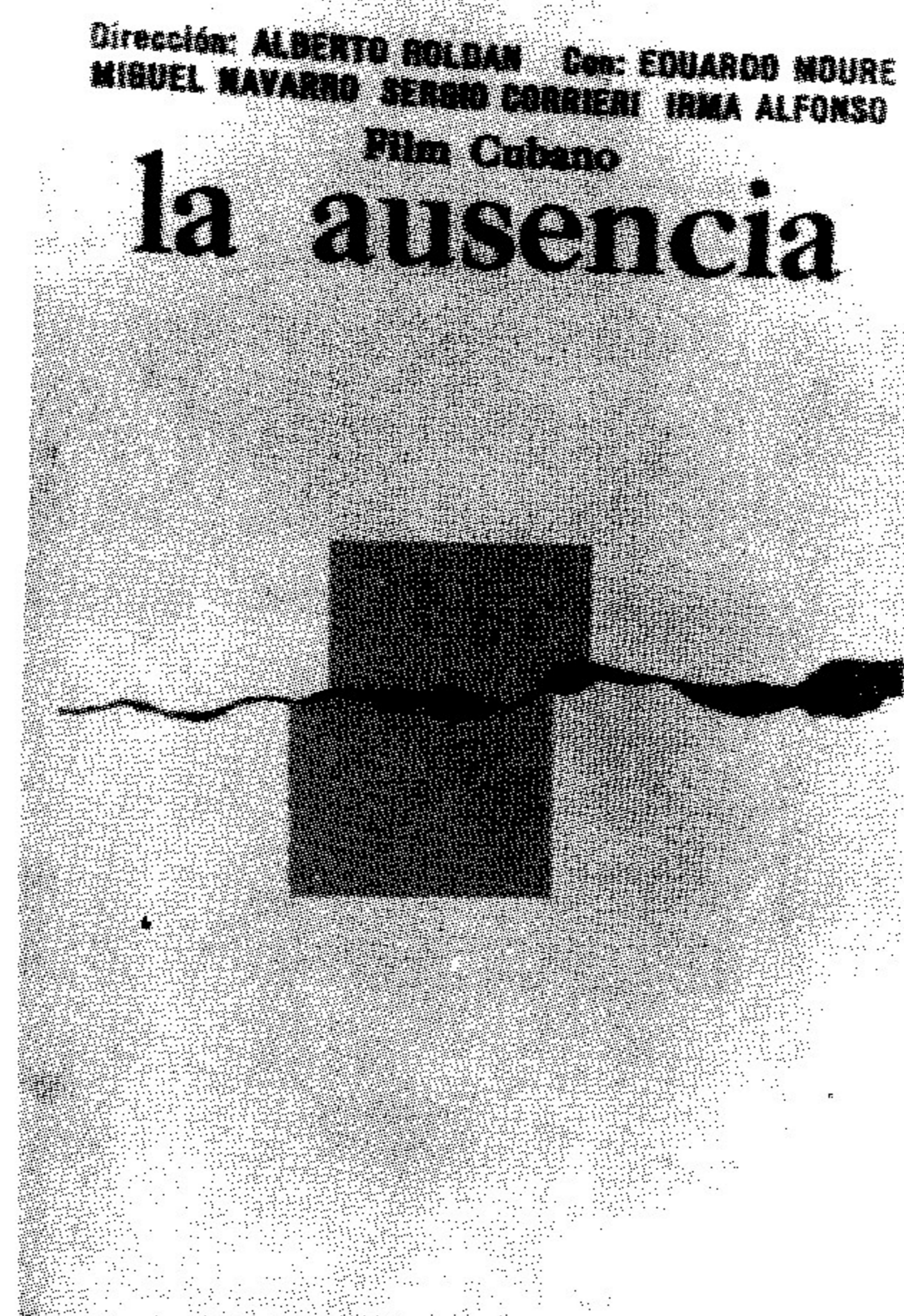
”Los creadores de carteles de la época a que hacemos referencia no tuvieron en su totalidad la misma formación básica. Algunos eran autodidactas, otros habían estudiado en Estados Unidos, los más procedían de las escuelas de dibujo y pintura de la isla. Todos teníamos una

intención común, llevar el mensaje de manera tal que fuera fácilmente comprensible al receptor, por lo que tomamos de aquí y de allá con el objetivo de lograr la finalidad que perseguíamos.

”Hay algo importante que decir en cuanto a esa ‘época mágica’: ninguno de los que hacían carteles que trabajaron en aquel entonces tenía idea de que se estaba abriendo un espacio y un camino al diseño gráfico en el país. Esto trajo como consecuencia que hoy, hacer una exposición retrospectiva cuesta trabajo; las colecciones de afiches están incompletas. Lo que se hizo estaba dirigido a los contemporáneos nuestros. Pero parece que se hizo bien y la obra trascendió aunque nunca tuvimos idea de que nuestros diseños trascenderían ni de que estábamos sentando pautas.”

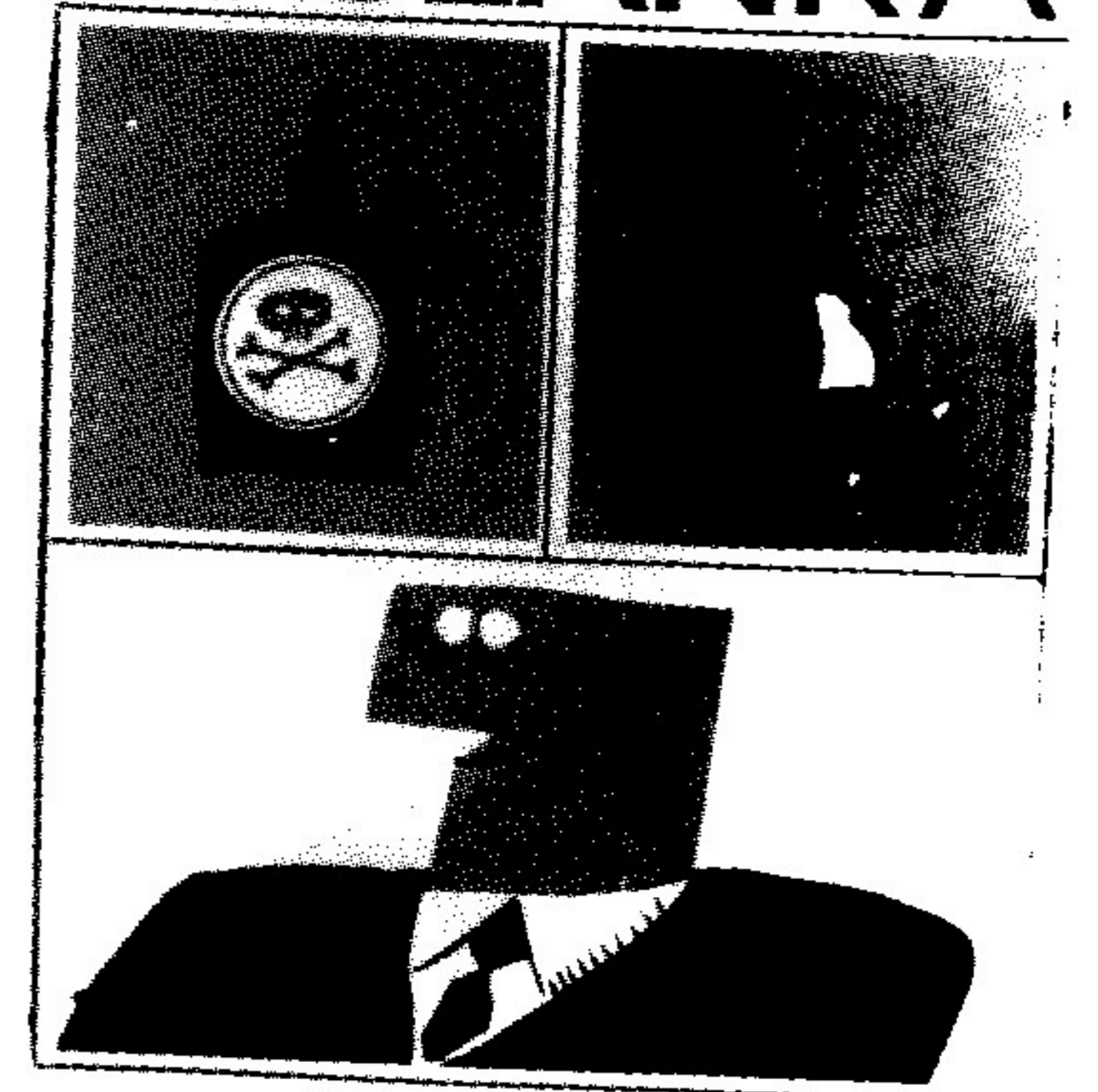
—¿Cuáles son las características de ese cartel cubano?

—“Colorido atrevido, libre y desprejuiciado, forma gráfica más directa, y por encima de todo la impresión, la serigrafía, pocos colores, colores planos, bordes negros bien delimitados.”



La ausencia (ICAIC) Rostgaard, 1968

PENSION BOULANKA



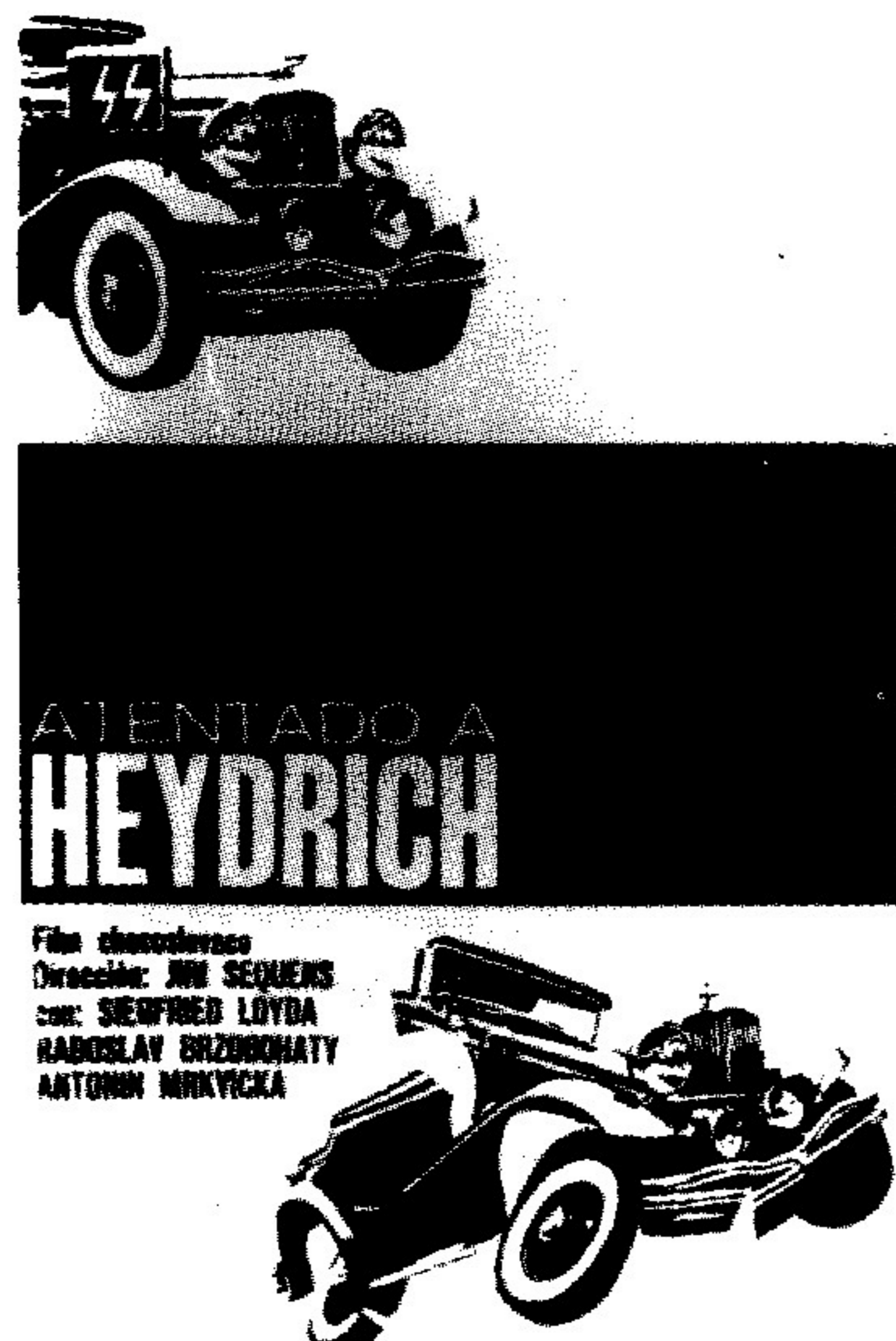
Dirección: HELMUT KRATZIG Con: CHRISTINE CASDAR
ERIKA PELIKOWSKI FILM DE LA REPUBLICA DEMOCRATICA

Pensión Boulanka (ICAIC) Rostgaard, 1965

MASAJISTA ICHI, EL FUGITIVO



Masajista Ichi, el Fugitivo (ICAIC) Rostgaard, 1968



Atentado a Heydrich (ICAIC) Rostgaard, 1965



Crónicas de un bufón (ICAIC) Rostgaard, 1966

Las circunstancias históricas condicionaron, sobre la base de la apropiación de nuevas reglas consecuentemente aplicadas, la aparición de un producto intelectualmente válido, estéticamente funcional y técnicamente logrado. Este producto, el cartel, trata de mostrarnos a nosotros mismos, y, sobre todo, sin usar fórmulas ajenas aunque ya hubiesen demostrado su efectividad.

“Comunicar las grandes noticias y convocar a las grandes masas, hacían que se sintiera la trascendencia del trabajo que se realizaba; no se anunciaba un detergente determinado, una marca de cigarrillo, los temas tenían un gran valor social, e incluso en los carteles de cine lo más importante no era que el receptor fuera a ver la película, sino los comentarios cultos acerca de las películas y que fueran carteles atractivos que elevaran el nivel visual del en-

torno, el cual se mejoró susceptiblemente y logró crear un ambiente cultural en nuestro país nunca más vivido de igual forma que en aquellos momentos en que verdaderas obras de arte comunicaban un mensaje intelectualmente concebido con la mejor calidad y expresividad del momento.

”El cartel resolvió de esa manera el vínculo con las masas; el diseño gráfico bebió de otras realidades; las asimiló pero no las imitó; por el contrario, tratamos de emplear un lenguaje poco utilizado para irrumpir en el universo del mensaje político, social y cultural.”

Y continúa Rostgaard:

—“Con relación a esto de las imitaciones, considero saludable añadir que el rompimiento del contacto con el diseño gráfico originado en Estados Unidos, tan fresco en nuestras mentes aún en los primeros años de

la Revolución, me parece que fue afortunado. Sobre esto recuerdo que una de las primeras medidas del ICAIC —creado en el primer año de la Revolución— al respecto, tenía que ver con las películas que procedían del extranjero. La decisión tomada fue que no se divulgaran los carteles que las acompañaban desde su lugar de procedencia. Esos son los afiches aún utilizados en América Latina, los cuales tuvimos la oportunidad de observar recientemente en el último Festival de Cine Latinoamericano celebrado en La Habana en diciembre de 1998.

”En ellos suelen aparecer actores y actrices de muy buen ver, diseñados de forma naturalista. Constituyen productos que limitan la posibilidad de invocar y ejercer una acción cultural. El ICAIC entonces comenzó a producir carteles, sus

propios carteles, que cumplieron una doble función: comunicar un mensaje de manera novedosa y mejorar el entorno, lo que benefició grandemente la cultura gráfica y visual de los cubanos.

”Es esta otra característica y yo considero que de las más importantes de este cartel cubano.”

Como hemos podido apreciar hasta aquí, el cartel de las décadas del 60 y el 70 creó expectativas, desempeñó una función formativa y educadora, conformó un gusto; cumplió fehacientemente con su función estética, por lo que su trascendencia ha sido indiscutible.

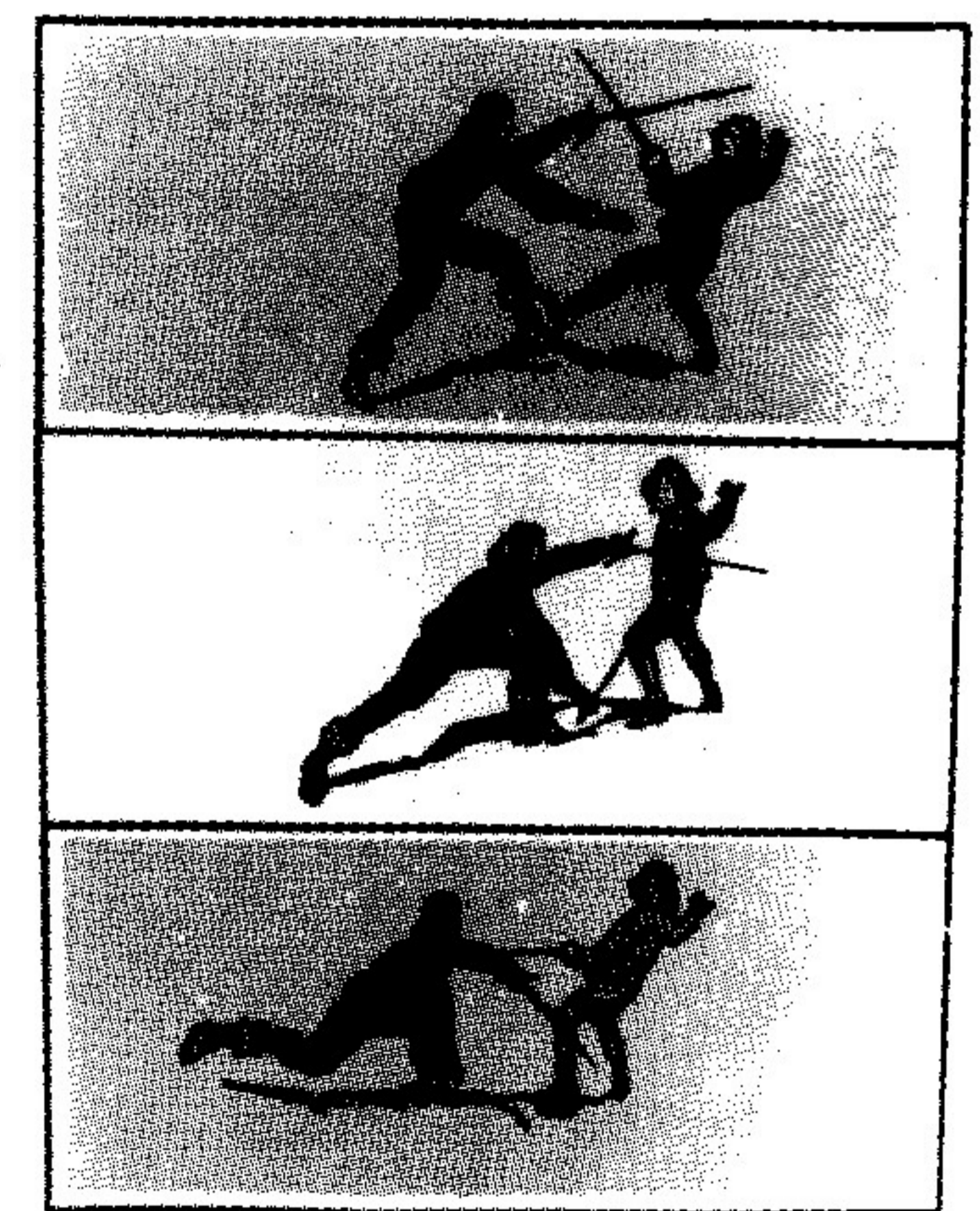
En nuestra conversación con Rostgaard, también hablamos de su trabajo como diseñador, sobre lo que expresó:

—“Soy un diseñador gráfico que pone su mayor énfasis en la sencillez y economía de recursos.



Todo para vender (ICAIC) Rostgaard, 1971

CARTOUCHE
 COPRODUCCION FRANCO-ITALIANA EN COLORES Y CINEMASCOPE
 Dirección: PHILIPPE DE BROCA Con: JEAN PAUL BELMONDO



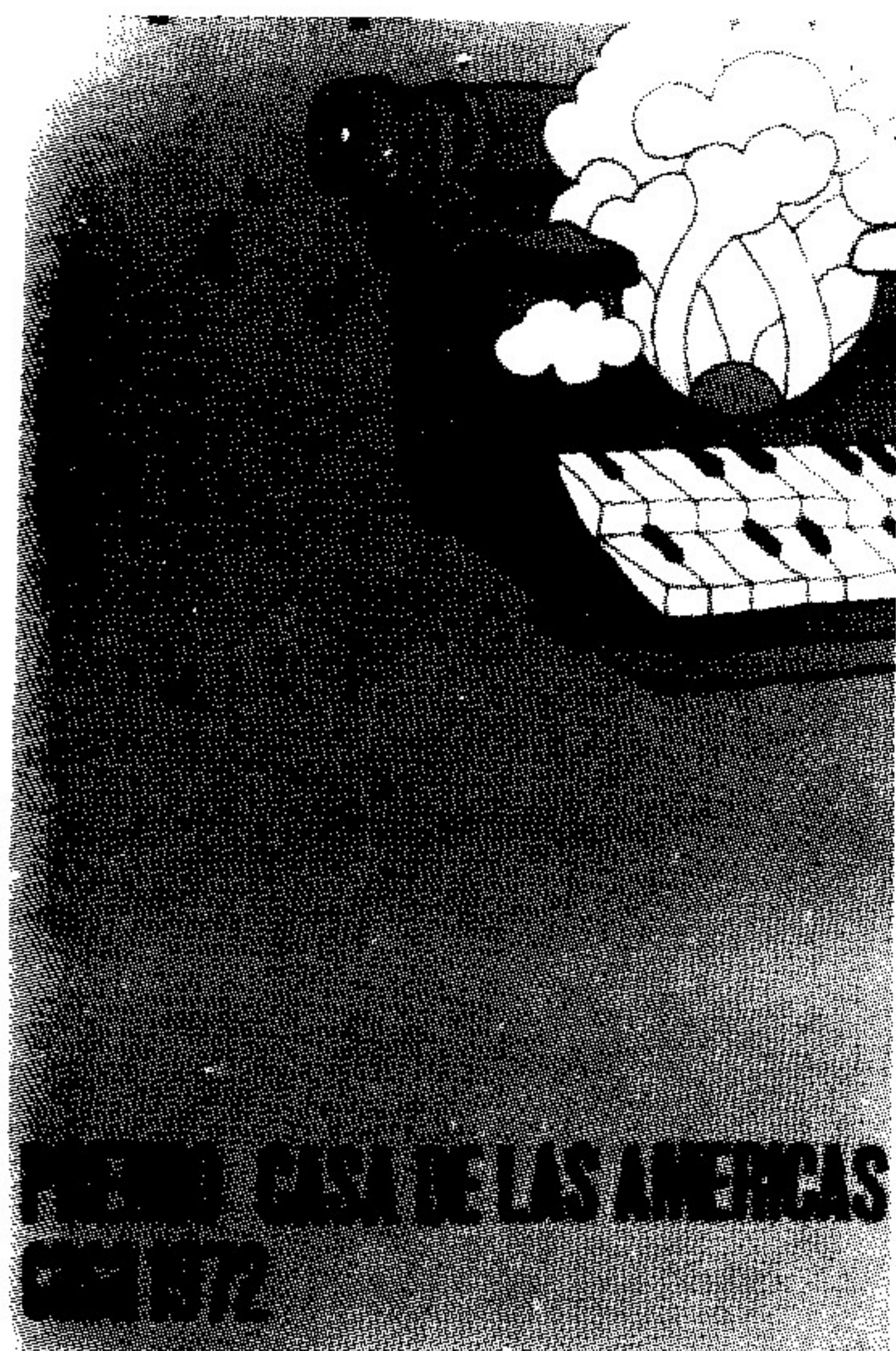
Cartouche (ICAIC) Rostgaard, 1966

LA FAMILIA TOT



Film: húngaro en colores y cinemascope dirección: zoltan falvi con: zoltan falvi, zoltan falvi, zoltan falvi

La familia Tot (ICAIC) Rostgaard, 1971



Premio Casa de las Américas (Casa de las Américas) Rostgaard, 1972

”El cartel debe gritar por tamaño y forma; el hombre no va a la calle a ver carteles; este tiene que impactarlo; por eso utilizo siempre un dibujo fuerte, donde el color se supe dita a la forma, buscando grandes contrastes con la gráfica ‘pop’ de los ‘60, ¡Ah! y la delimitación del borde negro.



Dirección: KANDLY NAKK Con: IREN PSOTA IVAN DARVAS
Ffilm: húngaro en colores y cinemascope

**¿DONDE
ESTUVO
SU MAJESTAD
DE LAS 3 A
LAS 5**

¿Dónde estuvo su majestad de las 3 a las 5 (ICAIC) Rostgaard, 1966

”Entre las influencias que recibí se encuentra la de la escuela polaca; esta no fue una influencia formal, sino de actitud, actitud sobre todo ante el cartel político que iría fundamentalmente a los obreros y a las personas menos instruidas; por eso el lenguaje y la estética eran diáfanos y simples. También nos sentimos muy impresionados con Bass por la extraordinaria sencillez en sus expresiones.

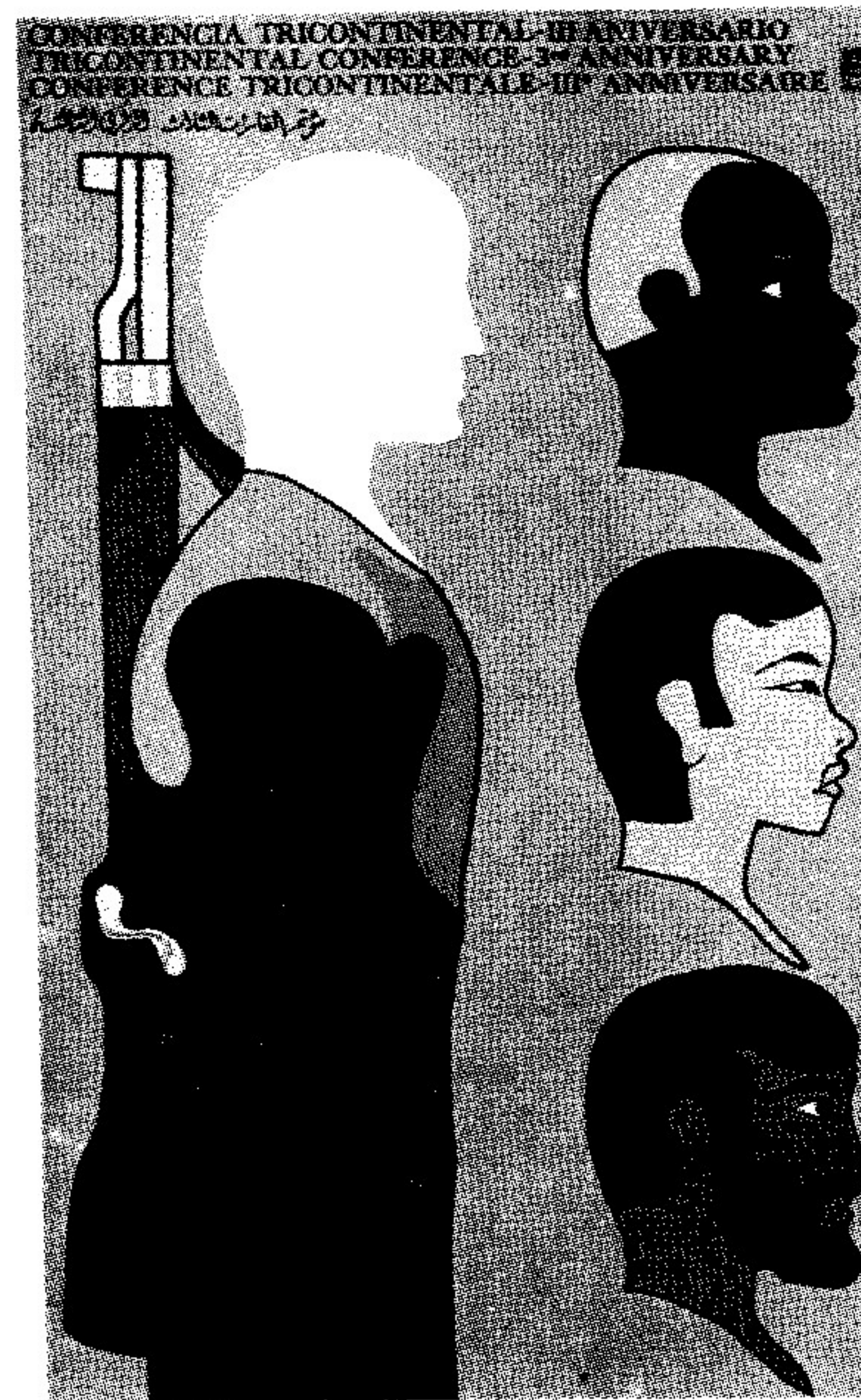
”En cuanto a cómo concibo un cartel conceptual y formalmente debo decirte que la búsqueda de un enfoque original, el desarrollo de un proceso de elaboración mental, analizar, pensar y buscar nuevas alusiones constituye el trabajo conceptual. Los códigos no se inventan, sino se encuentran y después se aplican. En el proceso de comunicación, debe lograrse un máximo de posibilidades; no se debe subvalorar al receptor; hay que trabajar

para las mejores posibilidades humanas. Por lo tanto la forma está subordinada a la idea.”

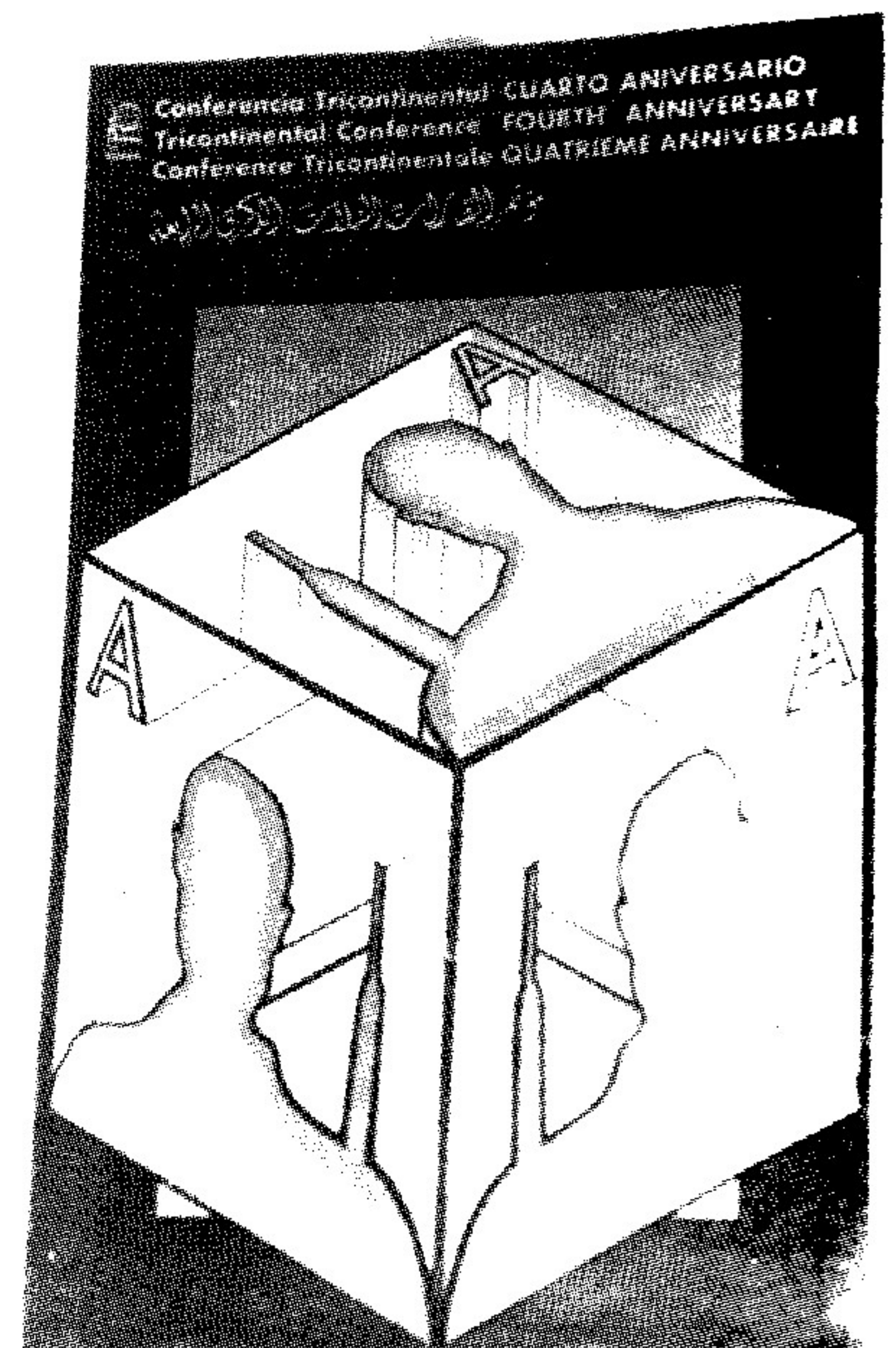
Con relación a la cantidad de carteles que conforman su obra se plantea que es de alrededor de 600. Nunca se han contado y algunos ya no existen. Por ejemplo, para el ICAIC, Rostgaard realizó unos 200 en la etapa comprendida entre 1966 y 1970.

—“A propósito de los carteles que acompañaban a la revista *Tricontinental* debemos señalar que fueron poco conocidos; el lenguaje no estuvo dirigido al pueblo cubano; la expresión gráfica que se insertaba en la misma traspasaba las barreras idiomáticas; su accionar estaba dirigido fundamentalmente hacia América Latina; no obstante, siempre busqué para cada mensaje una solución original, siempre tuve presente por encima de todo la forma de comunicación.”

El cartel de las décadas del 60 y el 70 habló al pueblo, a nuestro pueblo y a los del mundo, y lo hizo con calidad gráfica; la mirada del otro,



Conferencia Tricontinental, III aniversario (OSPAAAL)
Rostgaard, 1968

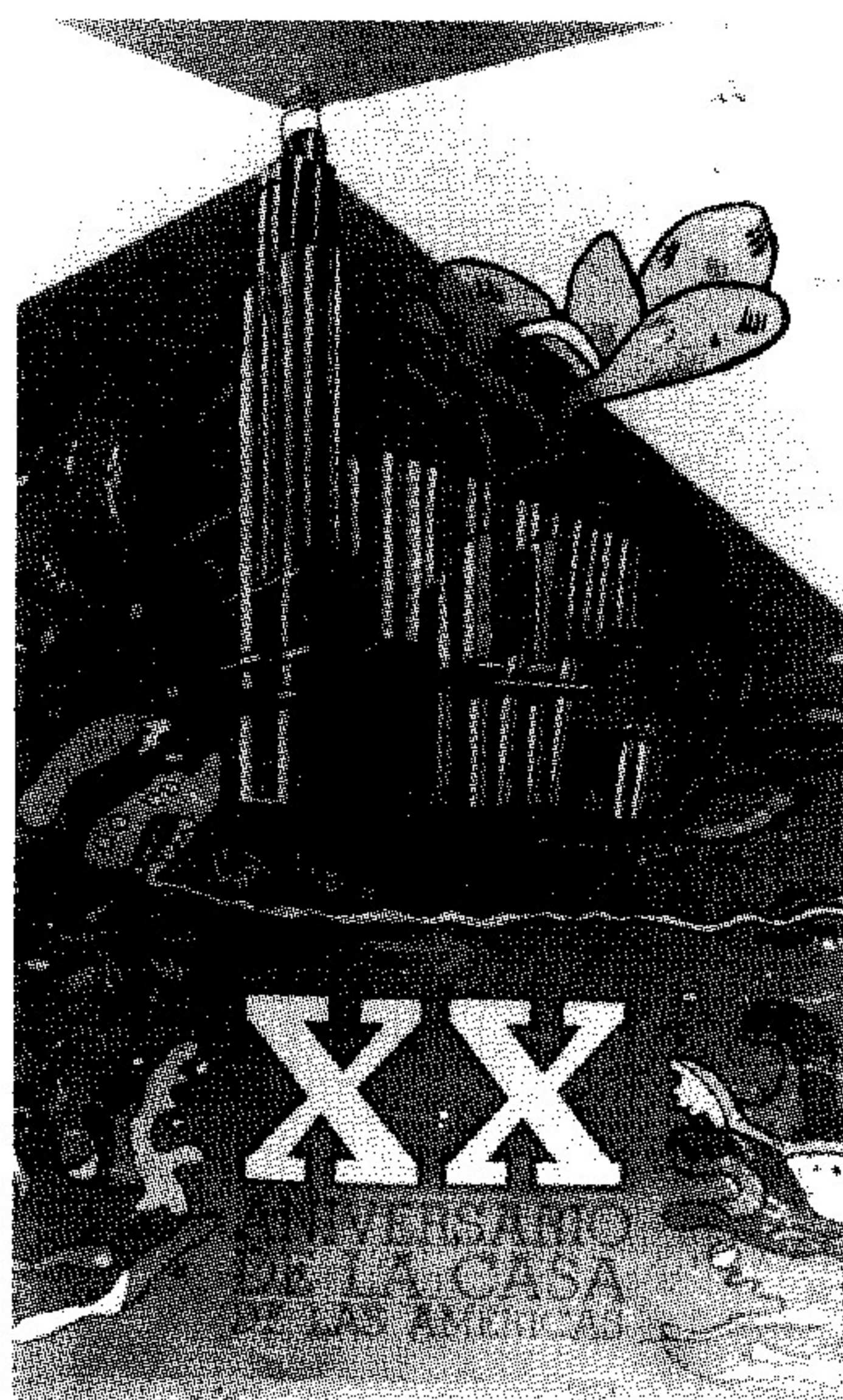


Conferencia Tricontinental, cuarto aniversario
(OSPAAAL) Rostgaard, 1970



Salón de Artes Plásticas UNEAC (UNEAC)
Rostgaard, 1978

la del receptor, fue y es la que le da vigencia y función en el ambiente; sus órdenes han sido cumplidas, la lucha por otros pueblos del mundo y el desarrollo cultural de nuestro país no se detienen; la llamada a la acción está dada.



XX aniversario de la Casa de las Américas (Casa de las Américas) Rostgaard, 1979

—¿Qué puede decirnos sobre el cartel cubano actual?

—“El cartel de hoy tiene otra función; debe ser una obra paralela al evento que lo motiva. Esto lo sitúa en condición de obra más de autor, más personal. En estos momentos el cartel se ha liberado de la necesidad de comunicación, lo que lo ubica como una manifestación cultural. El cartel de los años '60 y '70 era una obra colectiva; se debía a determinadas condiciones sociales, a la unión de personas que desarrollaban las ideas, las apoyaban, las pedían, las aprobaban; en fin, a muchos factores.

”En mi opinión, el papel del hombre en la historia es fundamental y, en el cartel como fenómeno cultural, también lo es.

”En los '60 desempeñaron un papel importantísimo algunas personalidades. Haydée Santamaría, por

ejemplo, heroína del asalto al cuartel Moncada y guerrillera de la Sierra Maestra, quien presidió la Casa de las Américas, y Saúl Yelín, otro promotor, del Instituto Cubano del Cine, contribuyeron al papel tan importante que desempeñaron los carteles gestados y producidos en ambas instituciones.

”Aquellos fueron los tiempos de esplendor de la gráfica en el país. Hoy se persiguen otros objetivos; experimentamos situaciones comerciales emergentes que se han aplicado para la supervivencia del proyecto social, político y económico del país. En este contexto la comunicación social desempeña otro papel; en la actualidad no predomina el cartel en la calle; considero que ni siquiera existe suficiente conciencia de ello. Una obra de comunicación es el resultado de la solución de un problema; responde

al deseo o necesidad de informar a muchas personas al mismo tiempo; para ello se están utilizando las vallas. No obstante, las nuevas generaciones formadas en el Instituto Superior de Diseño Industrial (ISDI) buscan su espacio y crean a pesar de las dificultades, pero lamentablemente no se reproducen en cantidades necesarias los carteles que se hacen, por la situación de bloqueo en que se mantiene a nuestro país.”

—¿Qué nos puede hablar sobre la gráfica a nivel mundial en la actualidad?

—“En este hacer del hombre, vivimos otro ejemplo de globalización; se ha producido una diáspora de talentos. Norteamericanos, franceses y japoneses son importantes en el desarrollo de la gráfica. Japón, por ejemplo, ha logrado actuar con mucha inteligencia. Allí se ha vin-

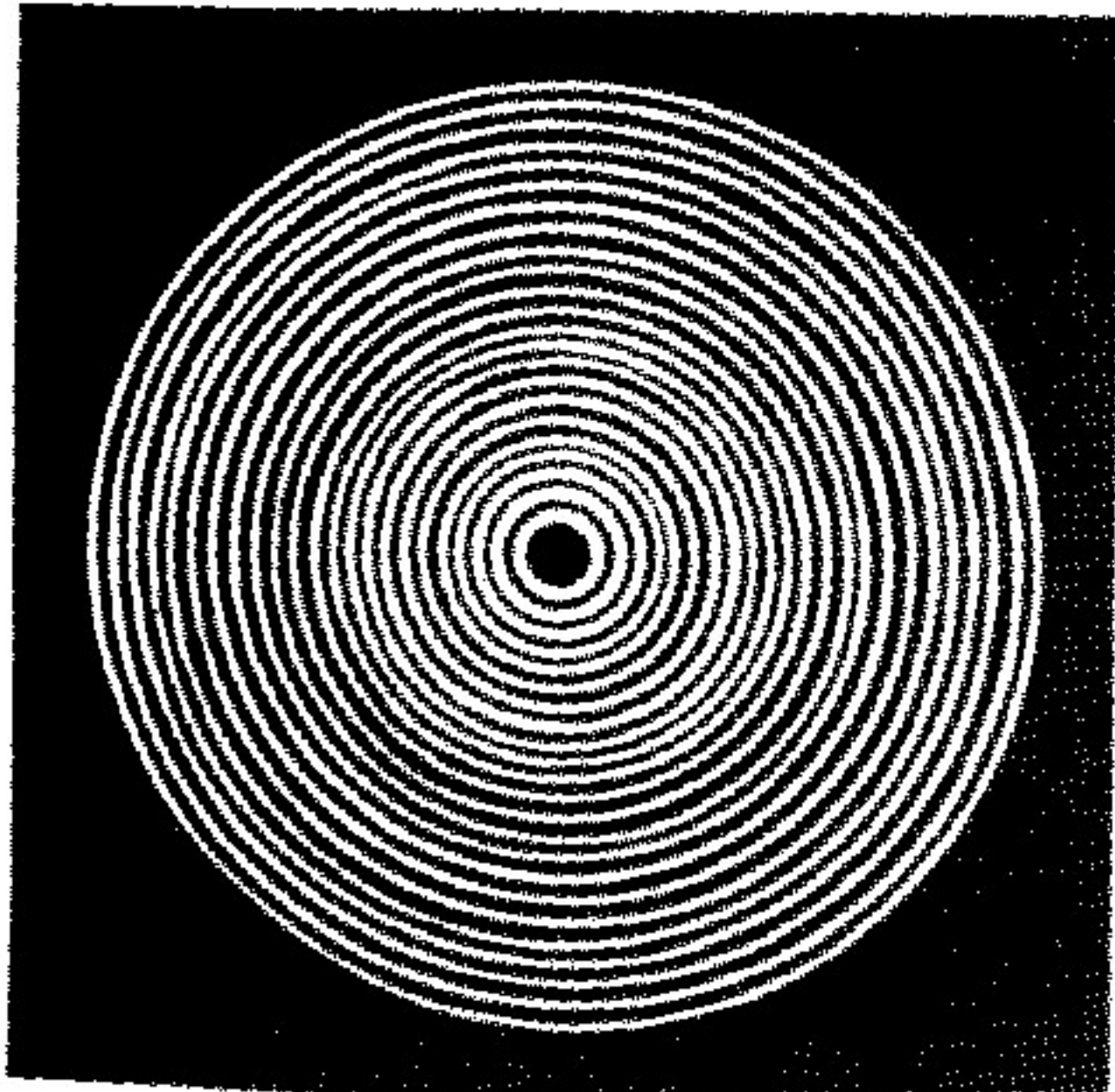
culado magistralmente la tradición con la modernidad. Esta última no rechazó la tradición. No serán los mejores del mundo, pero merecen la admiración y el respeto del resto del planeta.”

Acercamiento a algunas de sus obras

Agilidad conceptual, destreza técnica y potencial evocador de elevados valores éticos y morales lograron, mediante una concepción gráfica muchas veces ecléctica, proponer al receptor mensajes generadores de conductas de compromiso social y que devienen en la actualidad documentos ideográficos, históricos y artísticos donde los principios morales de justicia, generosidad, igualdad y solidaridad constituyen un hecho comunicativo.

FILM CHECOSLOVACO
DIRECCIÓN: VLADISLAV DELONG
CON: MARTIN RUZEK
JAROSLAV MARES

SALTO A LA OSCURIDAD



Salto a la oscuridad (ICAIC) Rostgaard, 1965



Now! (ICAIC) Rostgaard, 1965

El año 1966 resulta clave en el quehacer gráfico de Rostgaard y en el cartel político cubano, en general; hasta entonces la obra del maestro se había centrado en la ilustración, el dibujo humorístico y el cartel cultural, entre ellos están *Salto a la oscuridad* para un filme checoslovaco y *Now!* para un documental cubano, ambos a propuesta del Instituto Cubano de Arte e Industria Cinematográficos.

Rostgaard fue llamado junto a otros pintores y diseñadores a presentar carteles que mostraran la solidaridad con Cuba para el XIII aniversario del asalto al cuartel Moncada. Banderas cubanas, organizadas en el espacio de manera fragmentada y completa, fue la respuesta de este maestro del afiche.

Así se abrió la puerta a una manera de decir en que la utilización de un color eficaz, una idea gráfica que incita a una lectura literal del

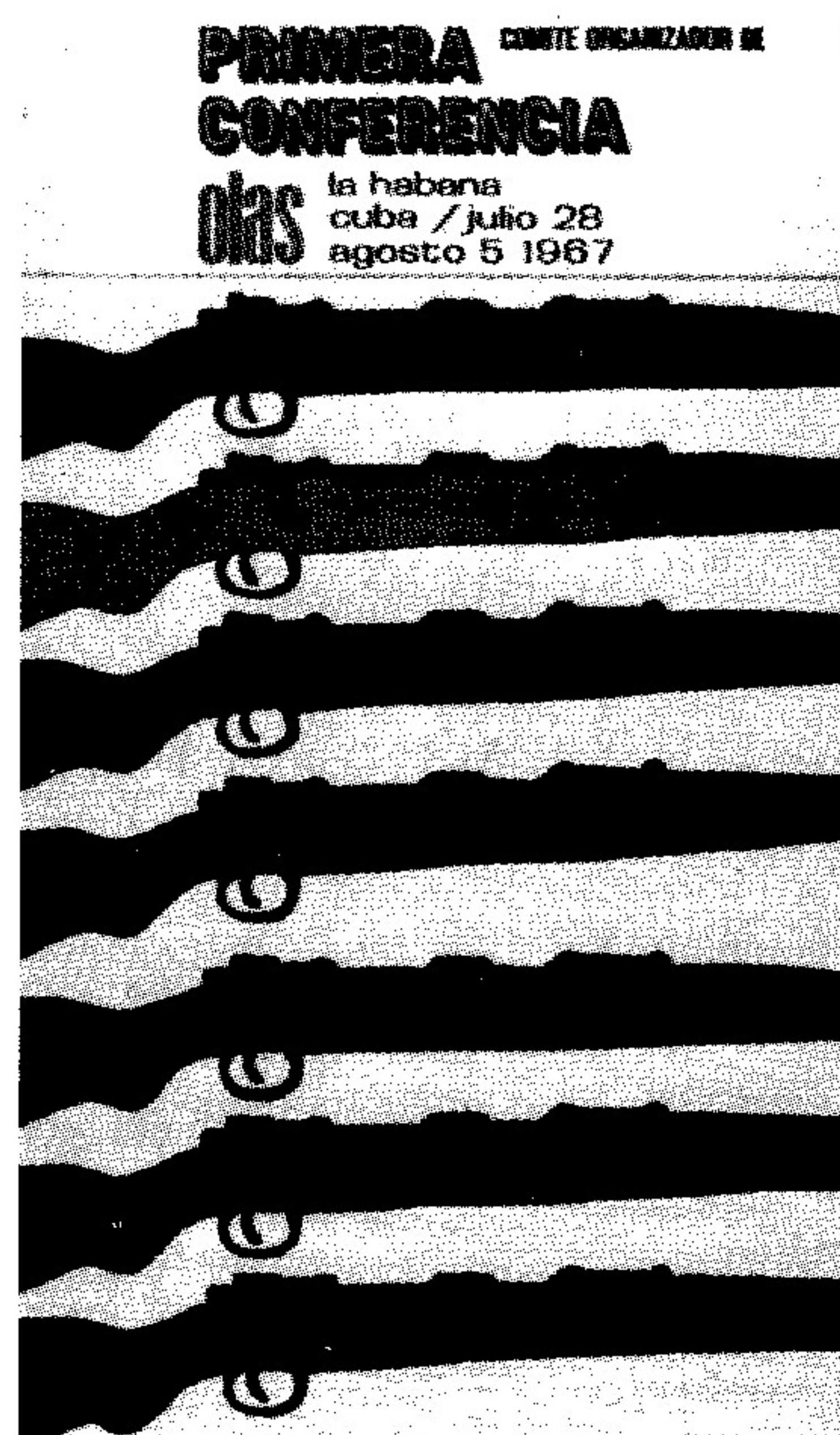
mensaje, un símbolo sugestivo, hacen su entrada definitiva y elevan la calidad del cartel que se realizaba hasta ese momento; se había roto con el pasquín electoral, clásico del cartel político en Cuba, o con el puño cerrado, influencia de la revolución rusa.

La Organización Latinoamericana de Solidaridad (OLAS) celebra en 1967 su primera conferencia; el cartel de Rostgaard para ese encuentro muestra rifles paralelos desde arriba hasta la base, cortados por el cañón y la culata para que se proyecten fuera del espacio del afiche y donde cada rifle tiene un color diferente, como la lucha armada en cada país, pero donde la armonía dentro de la rebeldía se hace patente. El símbolo se impone.

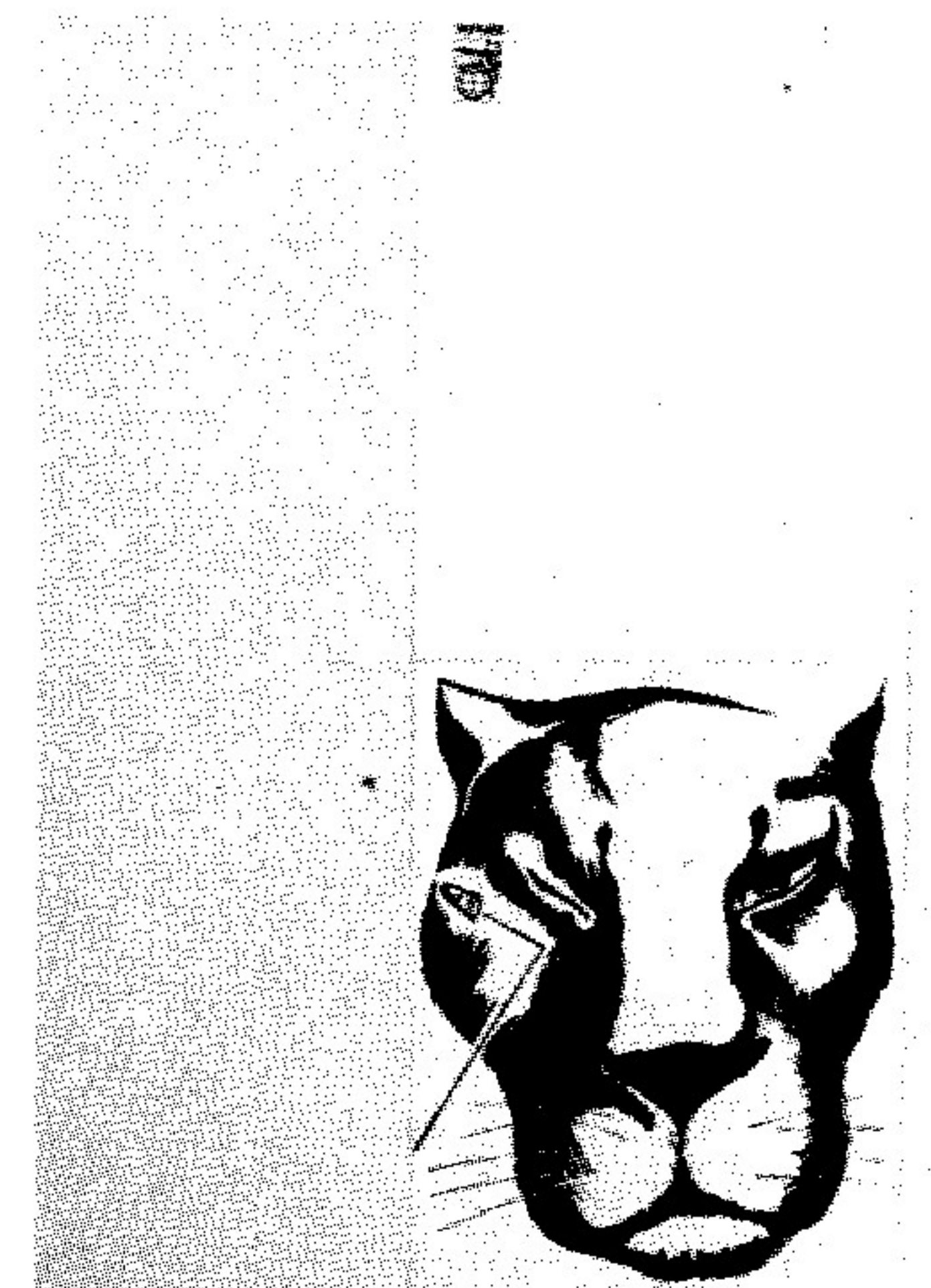
Ruptura y apertura tienen un encuentro definitivo a partir de ese momento, la conferencia de la

OLAS rompió y abrió al cartel político; este se hizo imprescindible con el nuevo modo de decir; otra organización de carácter internacional, la Organización de Solidaridad con los Pueblos de Asia, África y América Latina (OSPAAAL), concreta la posibilidad de favorecer una nueva conciencia internacional. Un comentario sarcástico y crítico sobre la explotación y la deformación cultural impuestas a los pueblos del Tercer Mundo se manifiestan en las páginas de cada revista *Tricontinental*, de la cual el maestro fue su director artístico y donde inserta carteles que vibran de actualidad política en aquellos momentos, además de realizar ilustraciones, que, si las extraemos del contexto de la revista, podemos ubicarlas perfectamente solas al igual que un cartel, porque realmente son un mensaje de fácil deco-

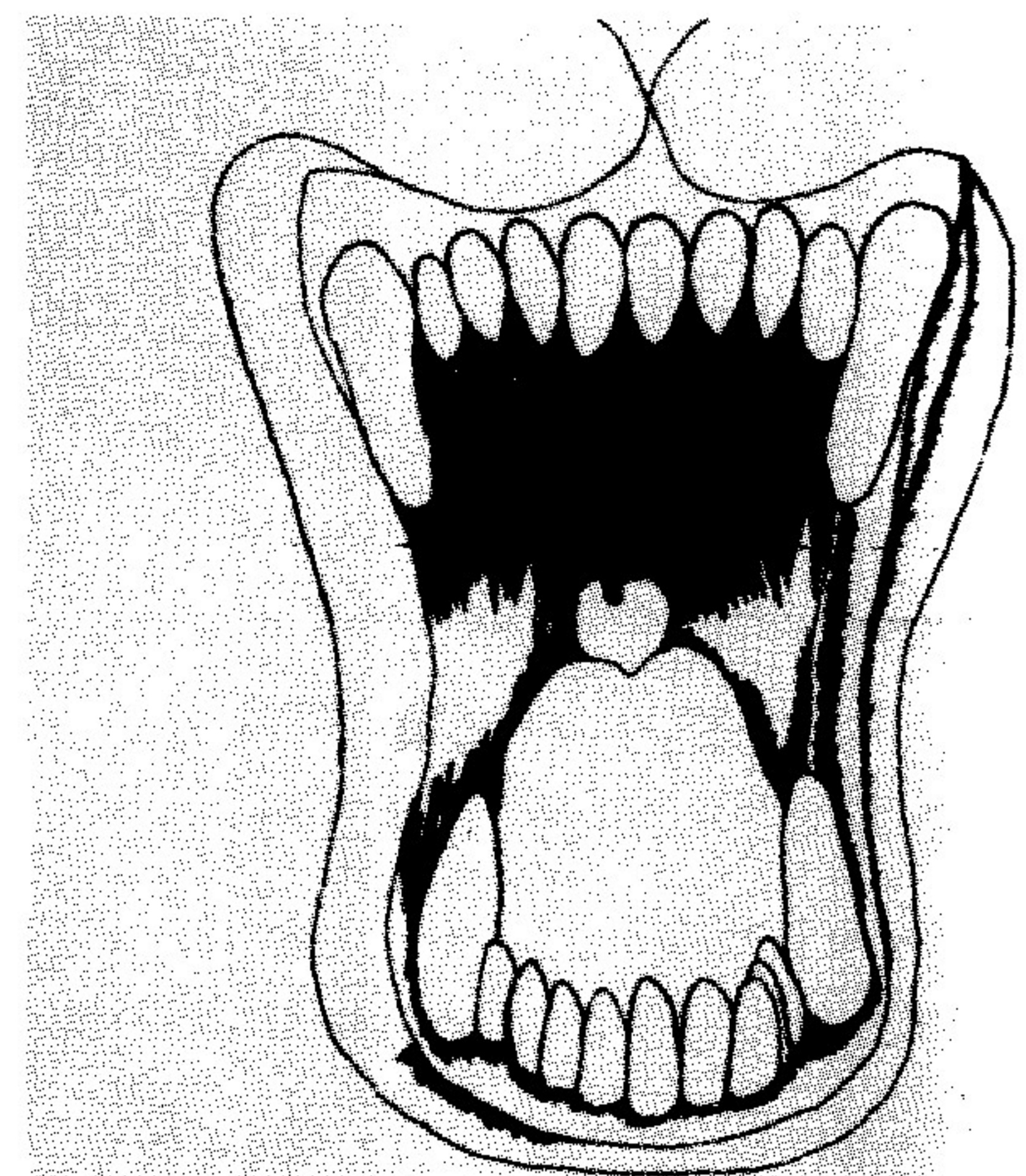
dificación para el receptor, a partir del lenguaje simbólico utilizado por el maestro.



Primera Conferencia OLAS (OLAS) Rostgaard, 1967



Black Power (OSPAAAL) Rostgaard, 1968



Black Power (OSPAAAL) Rostgaard, 1968



Tricontinental (OSPAAAL) Rostgaard

La obra gráfica de Rostgaard, auténtica, tangible, recrea sobre la base de las circunstancias históricas que le dieron origen y ofrece a partir de su labor de compromiso social rasgos significativos que aparecen de una manera u otra en todos sus carteles.

Estos son:

- Introducción o inserción de nuevas modalidades estilísticas en el significado signico-simbólico del cartel, lo que trae como consecuencia la ruptura con los códigos utilizados hasta ese momento en Cuba; replanteo del lenguaje desde una óptica diferente y original.
- Utilización del símbolo.
- Uso de una estética nueva, arriesgada, donde la organicidad entre texto e imagen, con prevalencia de esta última, aborda visualmente al público.
- Equilibrio logrado a partir de la síntesis de las estructuras compo-

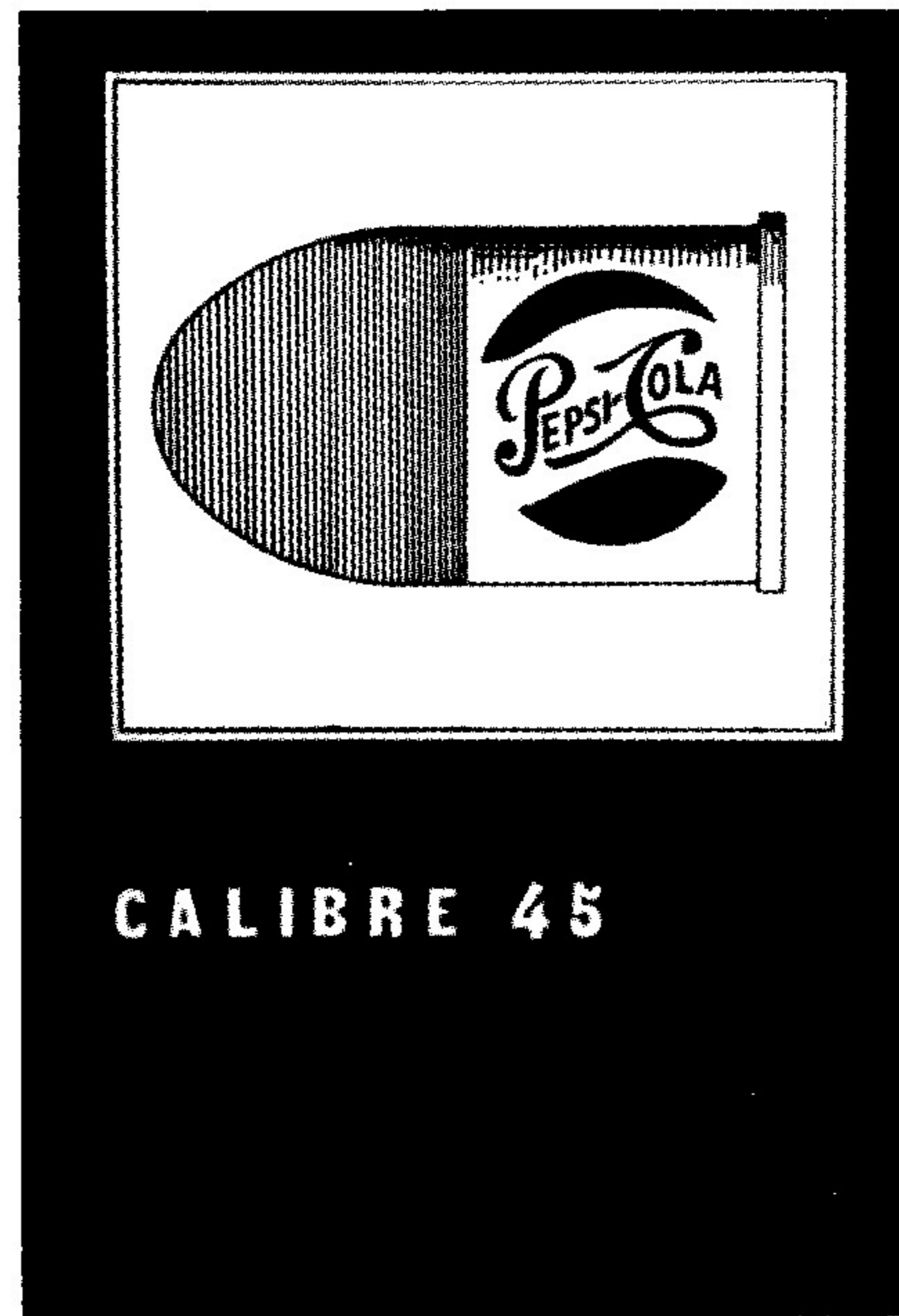
sitivas y su adecuada distribución en el espacio trabajado.

- Importancia de la imagen y de los elementos formales.
- Cromatismo plano.
- Delimitación del borde de la imagen, negro.
- Utilización de códigos socioclasistas que identifican la obra de Rostgaard en Cuba con la realidad social de los países del Tercer Mundo.
- Uso de la serigrafía como sistema de impresión que condiciona los resultados formales de la obra.
- Logro de una verdadera síntesis conceptual y gráfica. Metáforas visuales relevantes.
- Utilización del arco iris como símbolo de pureza.
- Imagen visual tan bien lograda que trasciende la historia.

Muchos otros rasgos sobresalientes pudieran añadirse a los valores signico-simbólicos o formales

de esta nueva manera de discursar, pero este estudio es simplemente un acercamiento que sólo pretende enriquecer la cultura visual de los que lo tengan en sus manos.

Lo esencial en la obra de Rostgaard, la solución gráfica de su obra, radica en el empleo que hace del símbolo; por ejemplo, la ilustración *Calibre 45*, aparecida en la revista *Pensamiento Crítico* No. 1 de 1967, cuyo diseño y emplane corresponden a él en todos los números, evidencia cómo funciona la publicidad comercial capitalista: trasmite el contenido de manera explícita e irrefutable; el mensaje de carácter político llega con la misma agresividad que ataca el producto a los hombres en la sociedad de consumo. La ilustración es válida perfectamente sola como un cartel, el receptor recibe el mensaje directamente sin caminos sinuosos, sin



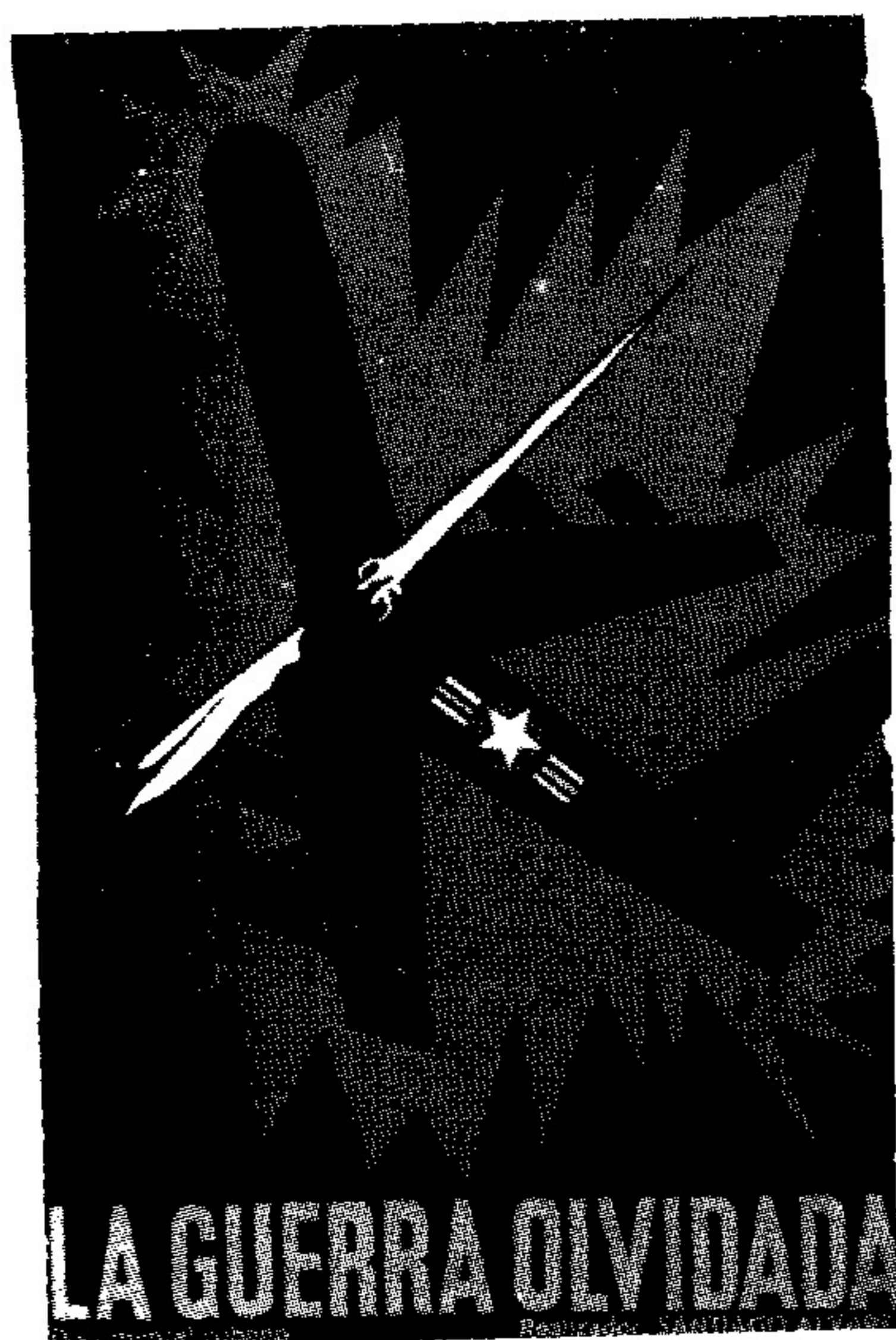
Calibre 45 (*Pensamiento Crítico* No. 1) Rostgaard, 1967

texto y tipografía que aclaren su significado. Con este ejemplo podemos verificar que Rostgaard es una de las figuras más importantes que elaboran carteles cubanos y, antes que ilustrador, un excelente creador de afiches.

En esos carteles se percibe la apropiación y elaboración de una

idea gráfica que responde a una línea de diseño capitalista: propiciar el consumo. En el caso a que nos referimos el mensaje está dado mediante la utilización del producto como símbolo de lucha contra el enemigo universal de los oprimidos, el imperialismo.

Otro aspecto que consideramos importante destacar en la obra de este maestro de la gráfica cubana es el referido al elemento de reiteración o de fidelidad a los símbolos. En la revista *Pensamiento Crítico* No. 4, de mayo de 1967, aparecen silueteados en negro sobre fondo blanco aviones de combate, de reconocimiento o transporte, de caza, proyectiles de alto alcance, que más tarde se recogerán en *La guerra olvidada*, cartel para un documental cubano realizado a petición del ICAIC y recientemente subastado en Londres.



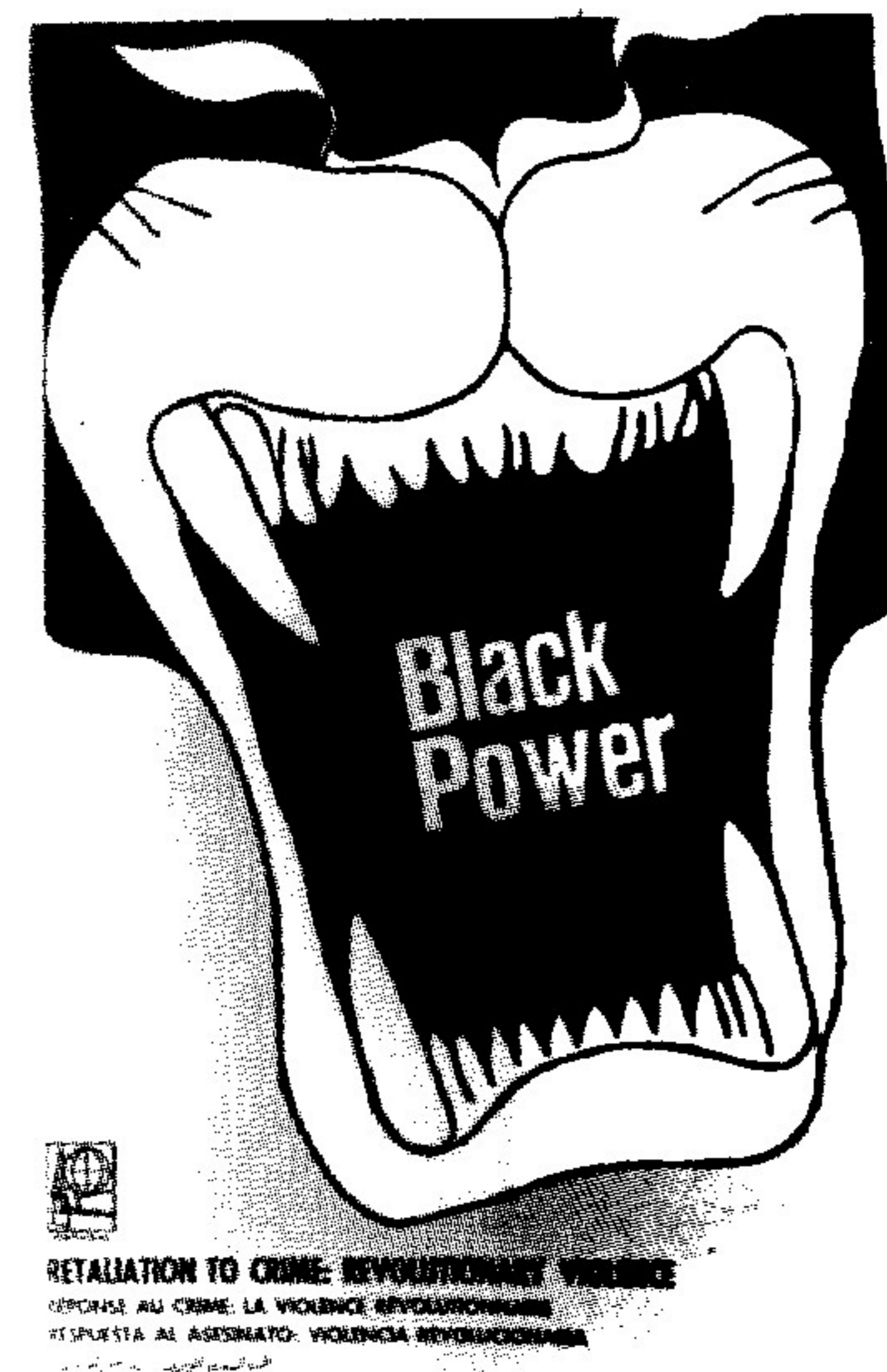
La guerra olvidada (ICAIC) Rostgaard, 1972

Ese cartel es muestra de que Rostgaard directamente en sus asociaciones imaginativas logra con las imágenes no sólo la comunicación a primera vista, sino también una sucesión de ellas en su obra que forman al final una iconografía donde el uso de símbolos constantes contribuye a reforzar los rasgos más significativos de la misma.

El trabajo de Rostgaard como diseñador gráfico resulta imperso-

nal, su obra se pone a disposición de la idea que se pretende comunicar, usa imágenes expresivas y simbólicas. Ello hace recordar sus más conocidos carteles, entre los que se encuentra *ICAIC décimo aniversario*, donde la trasmisión del contenido, la clara percepción del objetivo social de nuestra ideología y la puesta en evidencia de lo que hace el ICAIC, así como por qué lo hace, quedan de manera explícita e irrefutable en un cartel cultural que no deja de expresar su contenido político para que el receptor lo reciba sin discusión alguna.

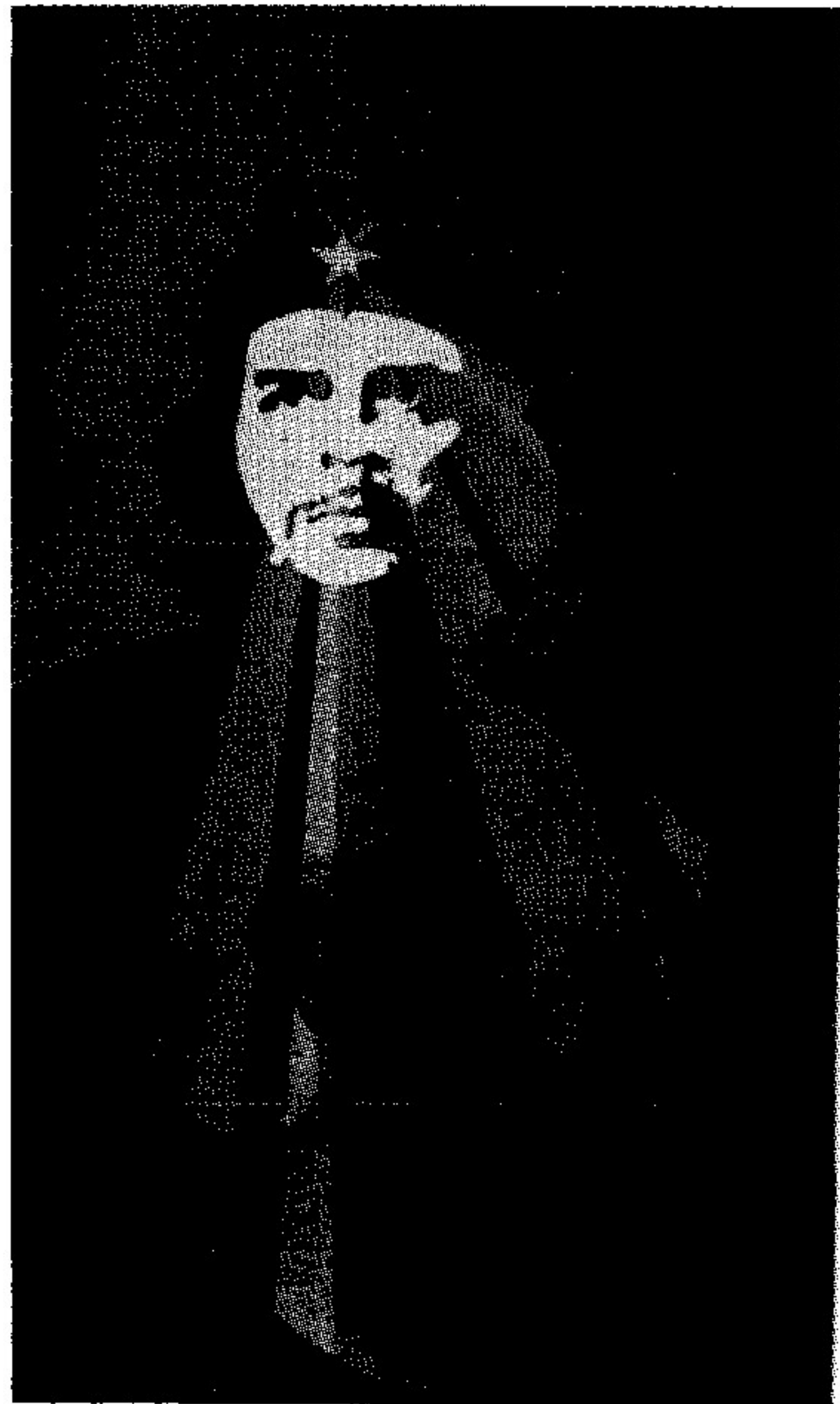
Otro que puede destacarse es *Black Power*, donde aparece la boca de una pantera negra, abierta de manera violenta con los ojos en rojo, cartel donde texto e imagen son, a decir en apretada síntesis, como un símbolo de incitación a la lucha.



Respuesta al asesinato: violencia revolucionaria (OSPAAAL) Rostgaard, 1968

También importantes son los afiches *Che*, donde un arco iris formidable lo hace sentir iridiscente, y *Cristo Guerrillero*. Este ha resultado para el continente latinoamericano una síntesis del romanticismo religioso y de la rebeldía guerrillera; se ha llegado a asimilar en muchos lugares con la imagen de Che, lo que le ha sumado a la obra un carácter mitológico.

Ambos ponen de manifiesto la búsqueda de una imagen necesaria



Che (OSPAAAL) Rostgaard, 1969



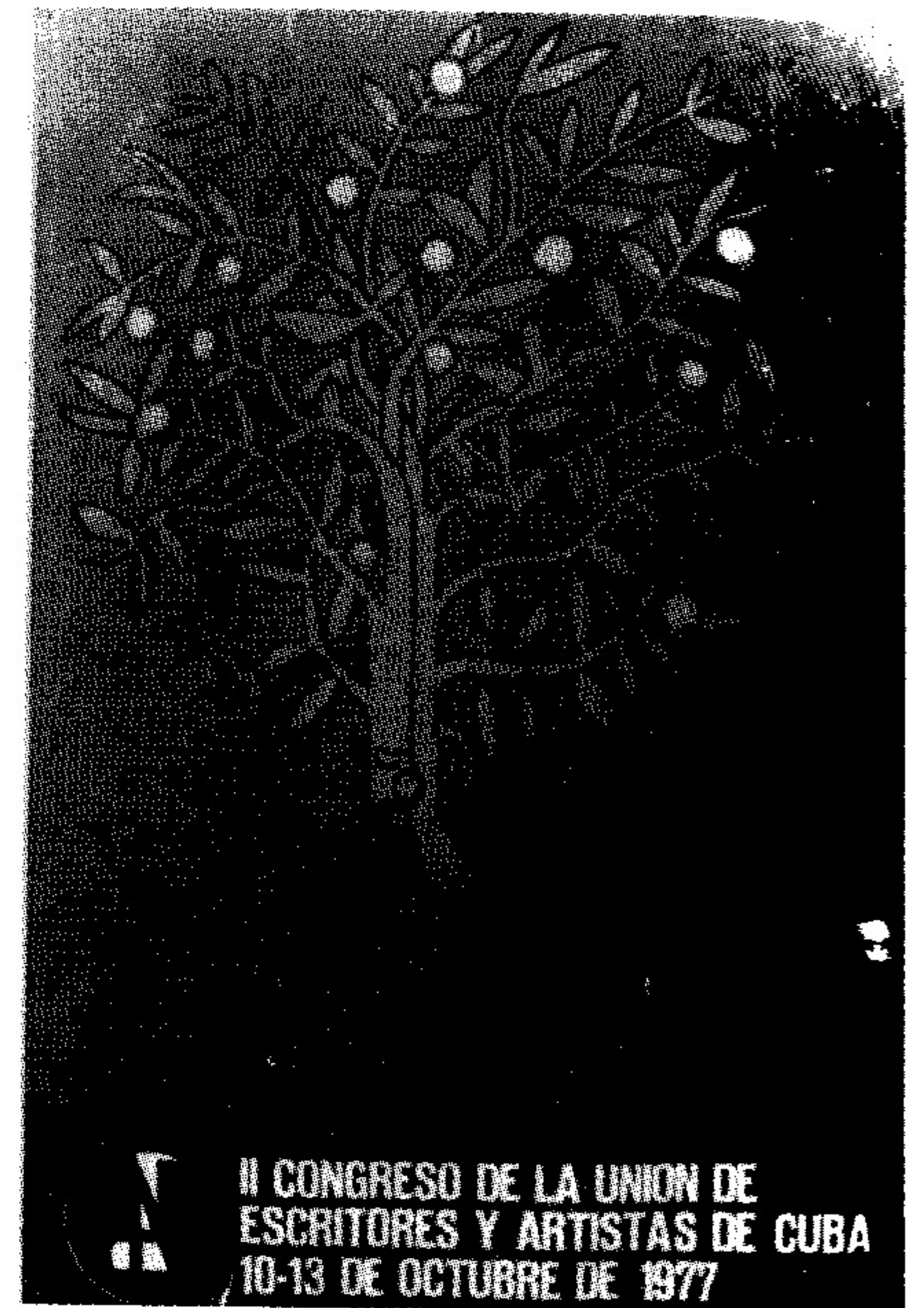
Cristo Guerrillero (OSPAAAL) Rostgaard, 1969

que comunique la naturaleza del contenido con una convicción que se impone, con una organización clara y racional del espacio, lo que hace que la información llegue de manera fácil, recordable y funcional.

La permanencia de la necesidad de comunicación y la fidelidad a sí mismo provocan una incesante renovación generadora de un diálogo comprometido con la realidad. Esto lo podemos observar en los diferentes carteles realizados por Rostgaard para la Unión de Escritores y Artistas de Cuba (UNEAC).

De nuevo está presente el fusil, ahora vinculado a la naturaleza nuestra eminentemente verde; una

gran imagen recortada, espacios dinámicos y símbolo sobrentendido se sienten como un rasgo destacable en su cartel del II Congreso de la UNEAC, La Habana, 1977.



II Congreso UNEAC (UNEAC) Rostgaard, 1977



UNEAC veinte aniversario (UNEAC) Rostgaard, 1981

También para el XX aniversario de la UNEAC, Rostgaard creó un cartel. Palmas enlazadas en un as como el de nuestro escudo hacen referencia a esta institución que reúne a escritores y artistas de Cuba

con el objetivo de que todo lo que surja de manos de nuestros creadores sea comparable con la pureza de los colores del arco iris y la identidad de nuestro árbol nacional.

Para el VI Congreso de la UNEAC, efectuado en La Habana entre el 5 y el 7 de noviembre de 1998, utiliza nuevamente la palma, elemento de comunicación simbólica en Cuba y figura orgánica que se apodera de la esencia del tema, y lo expresa en términos sencillos con el arco iris que ilumina desde el penacho de la misma, convertido en estrella fulgurante, al igual que la que aparece en la boina de Che en el cartel realizado para la OSPAAAL en 1969, la cual da luz al mensaje y estructura el símbolo.

Este afiche resulta un ejemplo contemporáneo de la mezcla del trabajo manual con la computación, lo que permite que tradición



UNEAC VI Congreso (UNEAC) Rostgaard, 1998

y contemporaneidad se asimilen y faciliten la entrada en la modernidad, a este cartel, que manifiesta la necesidad de mantener la pureza, la responsabilidad y la identidad como trilogía que es preciso seguir en todo acto cultural en Cuba.

Rostgaard ha logrado con este afiche la comunicación real del mensaje, la permanencia del diálogo comprometido con la realidad, ha mantenido la fidelidad al discurso sensible, la síntesis, el símbolo, la capacidad de sugerir, el equilibrio y la organicidad entre texto e imagen.

La obra paradigmática de Rostgaard combina lo más novedoso y moderno de los modelos asimilados por sus propias inquietudes políticas y culturales, a las que se suma su experiencia artística. Una nueva imagen se ha desarrollado, puede registrarse como significativa y trascendente tanto desde el punto de vista conceptual como formal.

Conciencia y creación artística se unen como testimonio de un acontecer en la actualidad, pero el tiempo es inexorable, convivimos con esos carteles pero en contextos de variable coherencia desde el punto de vista histórico-cultural.

Estas obras se encuentran en museos, muchas en colecciones privadas o universidades; es decir, han accedido a nuevos valores estéticos y funcionales.

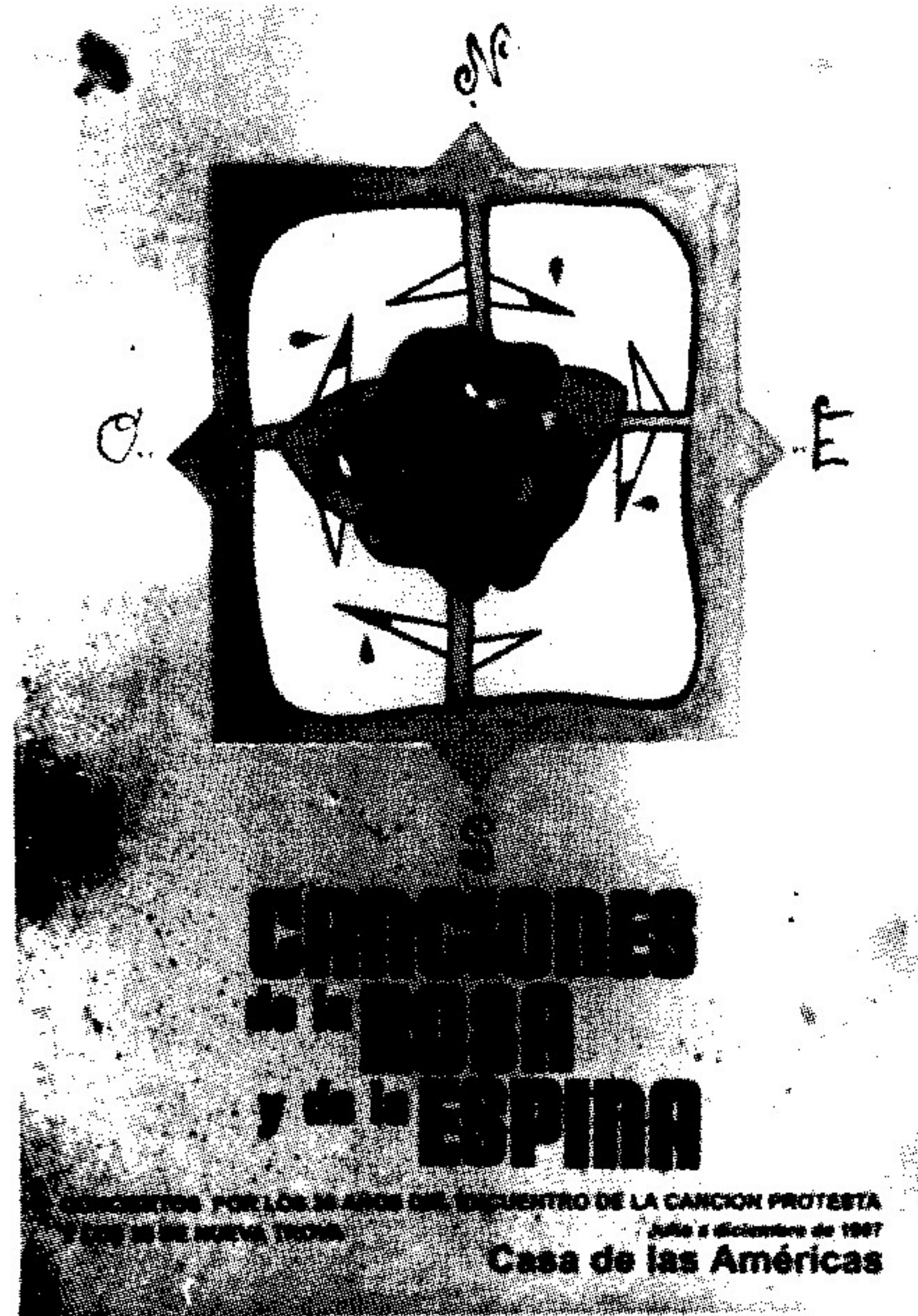
Nos hemos situado ante un espacio compartido de historicidad-modernidad, en el que participa el cartel cubano de la década del 60, espacio que puede acentuar, modificar o reducir sus potencialidades expresivas.

Un ejemplo de obra que ha trascendido su tiempo histórico y quedado integrada a nuestra visualidad y ambiente contemporáneo es la creada por Rostgaard para el Festival de la Canción Protesta celebrado en la Casa de las Américas, Cuba, en 1967.

En ella aparece una rosa que se desangra; este es un enfoque original, una nueva alusión, una flor con espinas, con sangre provocada por fuerza que quiso dañarla y eliminarla.



Canción protesta (Casa de las Américas)
Rostgaard, 1967



Canciones de la rosa y de la espina (Casa de las Américas) Rostgaard, 1997

Rostgaard no inventó ni la rosa ni la espina, buscó, encontró y consecuentemente aplicó códigos, una rosa que se transforma en símbolo universal que integra la belleza y la cultura, así como expresa la disposición del hombre a defender lo justo y lo bello.

Dicha imagen llegó a convertirse en un emblema del diseño gráfico de Cuba en las décadas del 60 y el 70 y recorrió el mundo en la portada del libro *The Art of Revolution Castro's Cuba 1959-1970* de Dugald Stermer y Susan Sontag, así como en *El Correo de la UNESCO* de marzo de 1973.

El ingenio y estilo de Rostgaard retoman la rosa sangrante de la década del 60 y con una nueva metáfora visual, a 30 años del anterior encuentro, roba la atención del receptor y le indica cómo debe moverse en busca de la defensa de la

necesidad que tienen todos los hombres del mundo de disfrutar de justicia y belleza.

La respuesta a la agresión con la gota de sangre que provoca la espina que ha herido a la flor, sin que esta haya perdido su elegancia, constituye un ejemplo de síntesis, de transmisión de contenido, de un lenguaje nuevo, portador de una definida ruptura con los patrones comerciales y estereotipados, así como un símbolo que patentiza la posibilidad de los hombres de hacer saber hoy con esta nueva rosa, que señala norte, sur, este y oeste, cómo receptores de todas las latitudes pueden realmente defender las necesidades de los pobres.

El análisis de los rasgos significativos presentes en las obras estudiadas de Rostgaard permite establecer las bases para determinar las premisas en el desarrollo del cartel de la

década del 60 en Cuba. Esa etapa la consideramos de un valor cultural insoslayable para la cabal comprensión de las fases sucesivas, las influencias y su modo de asimilación en el origen del cartel de la Revolución, su ruptura con el de la década anterior, así como las características peculiares del autor de la obra.

El estudio de estos carteles posibilita valorar su posición en el universo del diseño de América Latina y del mundo como afiches que han sentado pautas, incitado a la acción en el momento de su elaboración y que perduran con prevalencia histórica en el momento actual cuando los contemplamos.

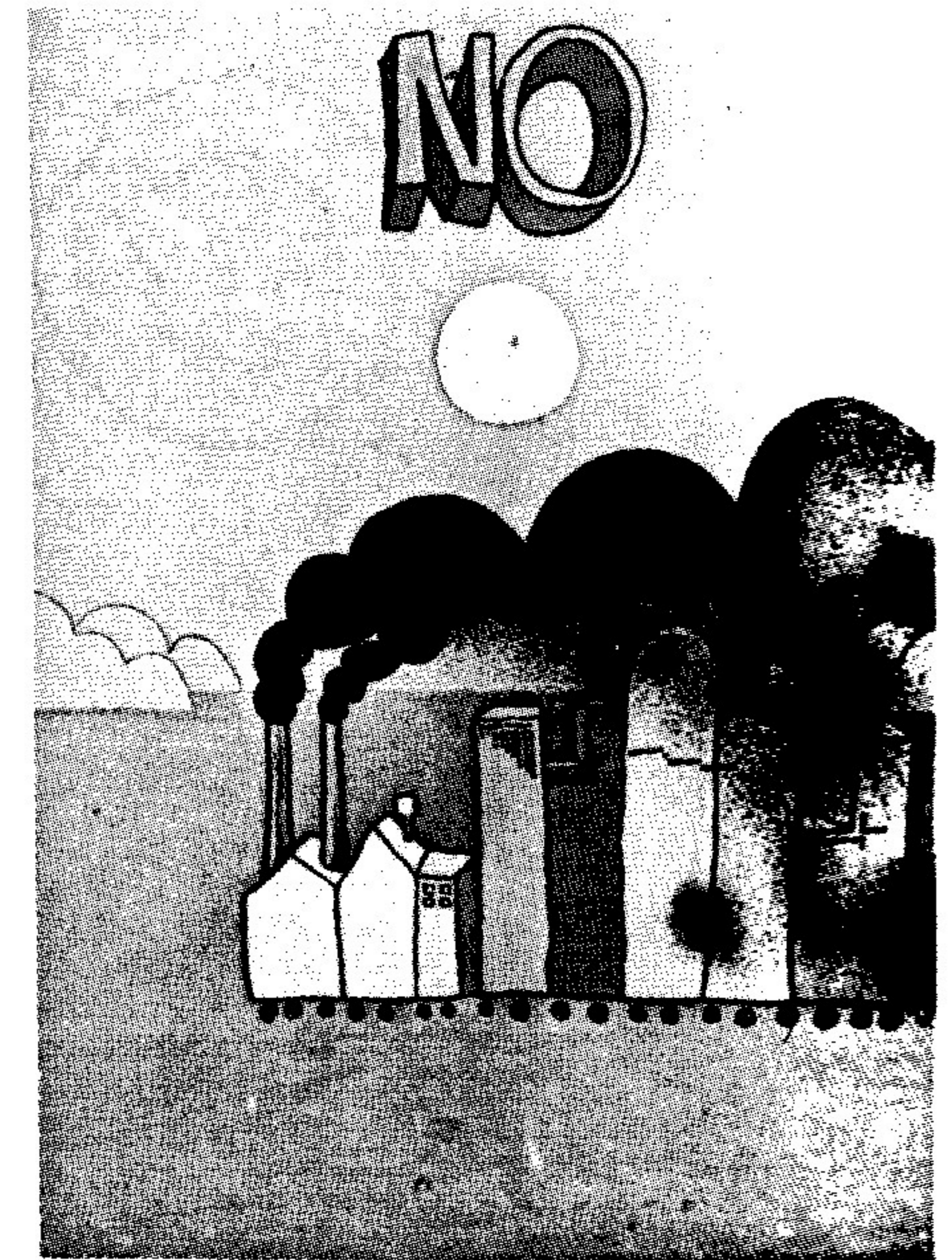
La obra de Rostgaard ha permitido un acercamiento a la historia de Cuba de una manera diferente, así como a la de otros países; identificarnos con otras naciones desde la nuestra y lograr así un elemento

importante de cultura, integración e identidad.

Rostgaard hoy

Está considerado como una de las figuras más importantes del diseño gráfico cubano, ganador del Premio Especial del I Concurso Internacional de Afiches Cinematográficos del XXVI Festival Internacional de Cannes, Francia (1973), y medalla de oro de la III Bienal de Artes Gráficas de Cali, Colombia (1976).

Rostgaard es maestro en el difícil arte del cartel y también en el no menos difícil de instruir, formar nuevos diseñadores gráficos, para lo que trabaja actualmente en el Instituto Superior de Diseño Industrial.



No (Medalla de oro III Bienal de Artes Gráficas de Cali, Colombia) Rostgaard, 1976

Aparece también como figura importante de la gráfica cubana en el diccionario *Larrousse de la Pintura*, editado en Barcelona, España, en octubre de 1987; según consta ahí su obra se destaca por el color y la estilización y cita como ejemplo el cartel *ICAIC, Décimo Aniversario*, de 1969.

Participó en la Bienal de Carteles de Varsovia de 1970 desde la cual su obra comenzó a reconocerse y contribuyó a desarrollar la fama alcanzada por el cartel cubano en esa época.

De acuerdo con un testimonio ofrecido por **icograda** (International Council of Graphic Design Association) en junio de 1988: “El aporte que el Sr. Rostgaard ha hecho al desarrollo del diseño gráfico en general y al diseño cubano en particular lo colocan en una posición de privilegio entre sus pares.

Muchos países querrían tener entre sus profesionales del diseño gráfico al Sr. Rostgaard, tanto como diseñador dotado de fuerza expresiva, claridad comunicativa e imaginación de altísimo nivel, como en un rol de profesor de diseño gráfico.”

Tal reconocimiento fue realizado en la Universidad de Alberta (Canadá) y lo firma Jorge Frascara, presidente saliente en aquel momento de **icograda**.

En 1993 la Escuela Gestalt de Diseño de Xalapa, Veracruz, México, lo considera Maestro Titular y le agradece su trabajo como profesor en el mencionado centro de altos estudios en el cual impartió diferentes materias como:

- Dibujo,
- Gráfica Tridimensional,
- Técnicas de impresión,
- Ilustración Gráfica,

- Cartel,
- Color.

En su estancia en Xalapa, diseñó dos carteles conmemorativos de la visita, a ese centro de estudios, de los maestros Dorotea Flury y Massimo Hachen de la Escuela de Basilea, Suiza, y del Politécnico de Diseño de Milán, Italia, respectivamente, así como el que presidiría la exposición que de sus carteles se presentara en Xalapa en esos momentos.

Es curioso cómo el arte de comunicar a las masas por medio de símbolos que reclamen la atención del espectador, para convertirlo en un participante del mensaje visual, constituye el arma pedagógica empleada, por excelencia, por el maestro, para la comunicación con los estudiantes, quienes respetan y admiran su obra.

Interesante resulta también que el principio de trabajar en la realidad desde ella misma, pivote principal de la enseñanza del diseño en Cuba, es la base sobre la que descansa la enseñanza de la asignatura Cartel, la cual imparte Rostgaard en el Instituto Superior de Diseño Industrial.

Tal circunstancia arroja como resultado soluciones inéditas y originales donde la mimesis no tiene espacio; la aplicación de un lenguaje nuevo irrumpe en el universo del mensaje a las masas y logra insertarse en la contemporaneidad visual desde una posición paradigmática.

Si bien es cierto que el afiche ha desempeñado y debe desempeñar en Cuba un papel de carácter social, el que se aprende en el ISDI, no lo desdeña, sino lo enfatiza a partir del uso de nuevas técnicas y ajustado a los tiempos que corren. Este cartel encaminado al presente no desesti-

ma la computación pero advierte su peligro, un diseñador puede manipular una computadora pero esta no lo hace diseñador.

Análisis, sugerencias novedosas, selección cuidadosa de imágenes que trasmitan ideas que llamen la atención, que simbolicen el mensaje, ha de ser la tarea que debe enfrentar el estudiante de diseño de cartel en el Instituto Superior de Diseño Industrial.

Potenciar fuerzas nuevas y experiencia trae consigo un resultado eficiente, la reflexión y la audacia dan lugar a un diseño que se inserta en la modernidad sin desdeñar la tradición. Promover una gráfica en la que se yuxtapongan pasado y presente y se pueda crear metáforas visuales, reflejar estilos, técnicas, conceptos, utilizar el símbolo, es la función comunicativa esencial que en estos momentos cumple Rost-

gaard, el maestro de diseñadores.

—¿Qué hace Rostgaard hoy?

—“Juguetes de papel, piezas únicas con un fin no comercial, simplemente para liberar un poco de energía.

”Impartir docencia en el ISDI. ¡Ah! Carteles, carteles, carteles, fundamentalmente para encuentros y otras actividades; son los que nos han solicitado en los últimos tiempos.”

Originalidad, sencillez y poder de convencimiento en la comunicación pudiéramos expresar que sellan las soluciones gráficas imprimidas por Rostgaard a sus mensajes. No son los elementos empleados, sino la manera en que se han utilizado, la conceptualización del problema, la búsqueda, encuentro y aplicación de los códigos, lo que ha logrado la efectividad alcanzada.

La gráfica cubana tiene una historia coherente, un discurso bien

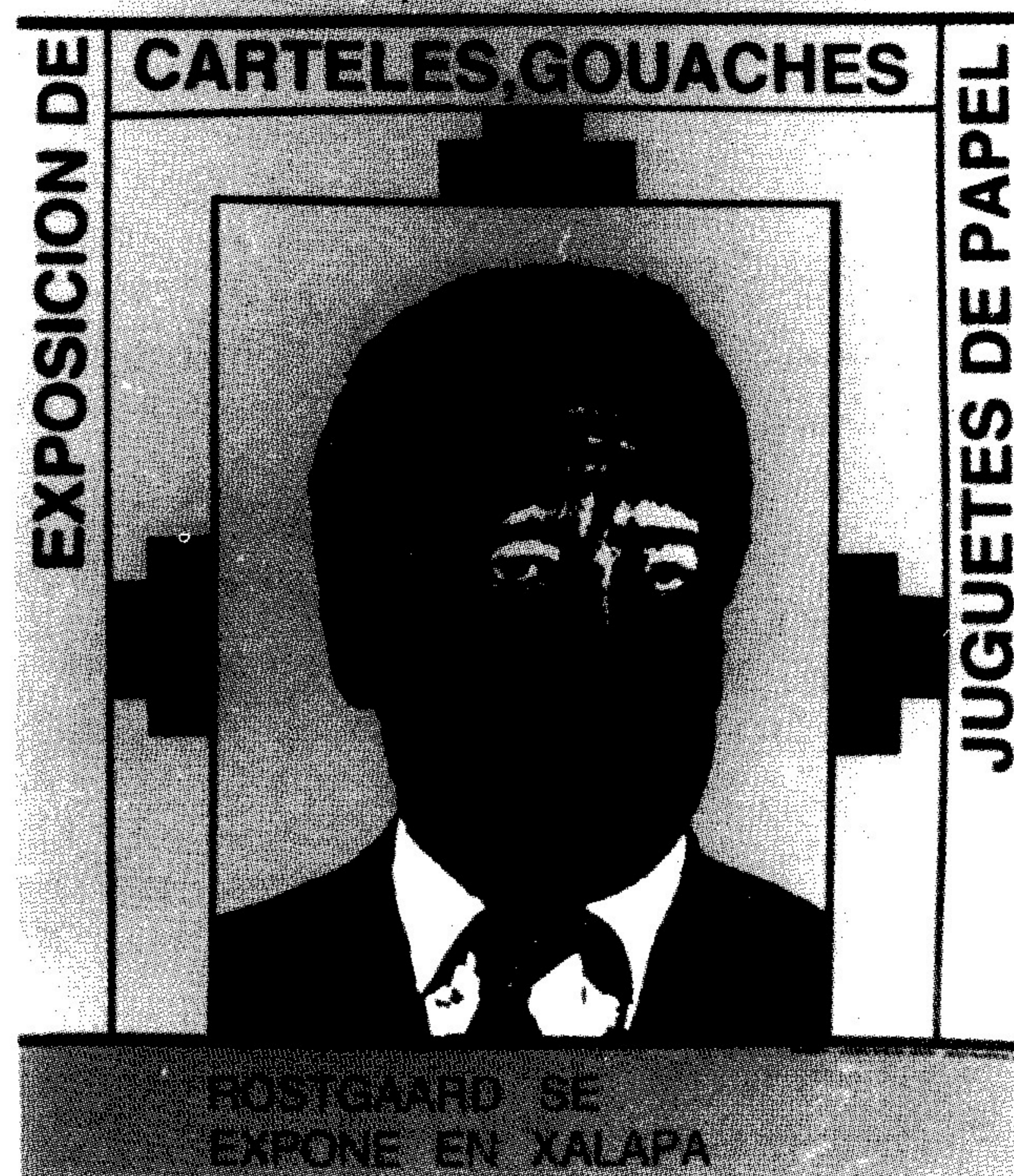
elaborado en toda su vida creativa hasta estos momentos.

Nuestra gráfica ha formado siempre parte de la vida cotidiana; el cartel de las décadas del 60 y del 70 no sólo nos acompañó en el diario bregar, sino que ha sido eficaz en la reafirmación de nuestra identidad cultural y en la divulgación de sus más preciados valores.

La gráfica cubana y, en particular, la de Rostgaard han divulgado el proceso histórico de los últimos 40 años del siglo, haciendo énfasis en diversos aspectos de la vida de nuestro pueblo, actuando como testigo y ejecutor de los más diversos temas, con lo que ha contribuido a mostrar, una vez más, cómo el cartel cubano realizado a partir de enero de 1959 es una muestra más que fehaciente de nuestra identidad cultural.

GALERIA
RAMON ALVA DE LA
CANAL

3 DE DICIEMBRE DE 1992
XALAPA, VERACRUZ, MEXICO



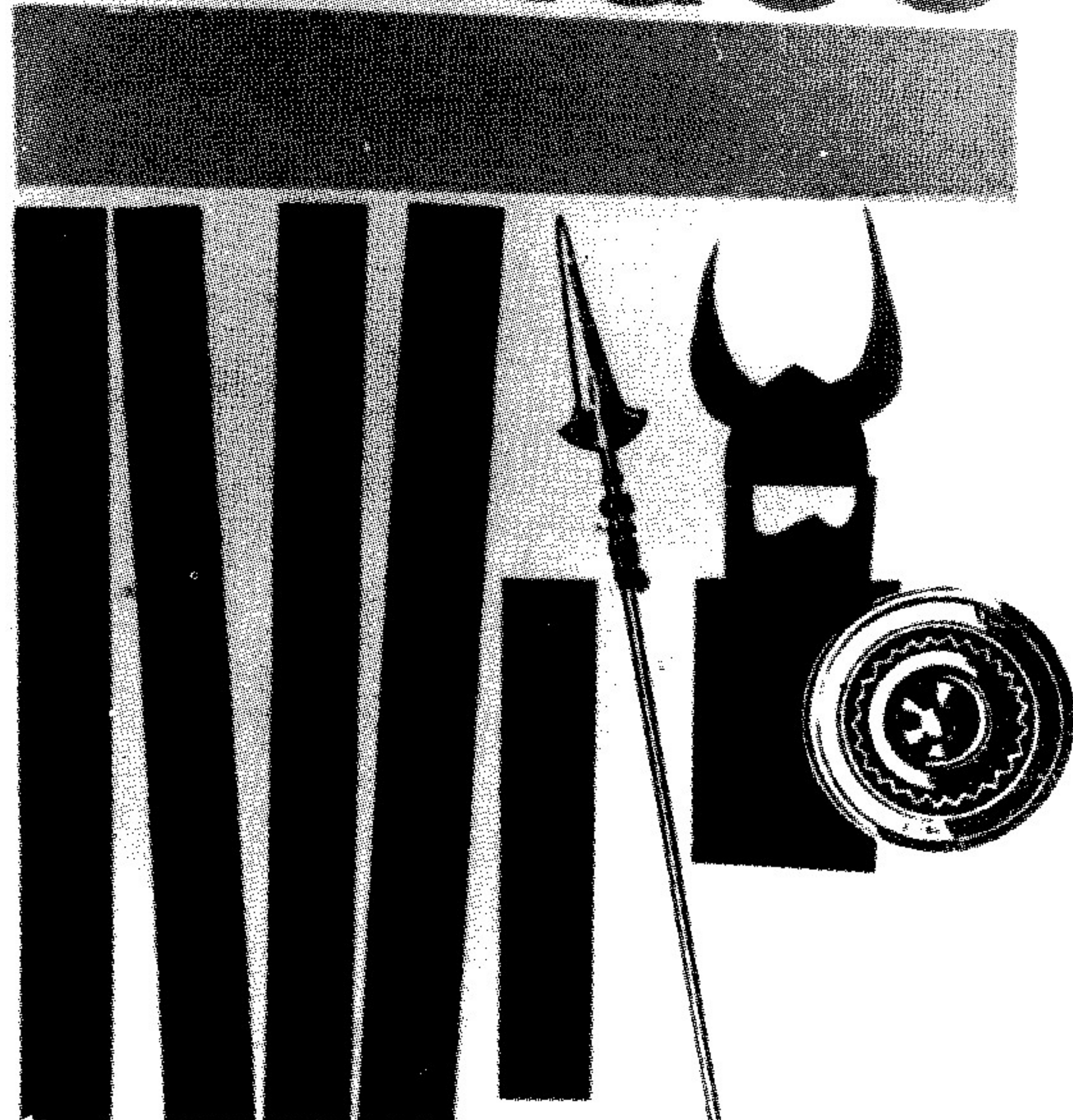
Rostgaard se expone en Xalapa (Galería Ramón Alva de la Canal) Rostgaard, 1992

Coproducción franco-italiana

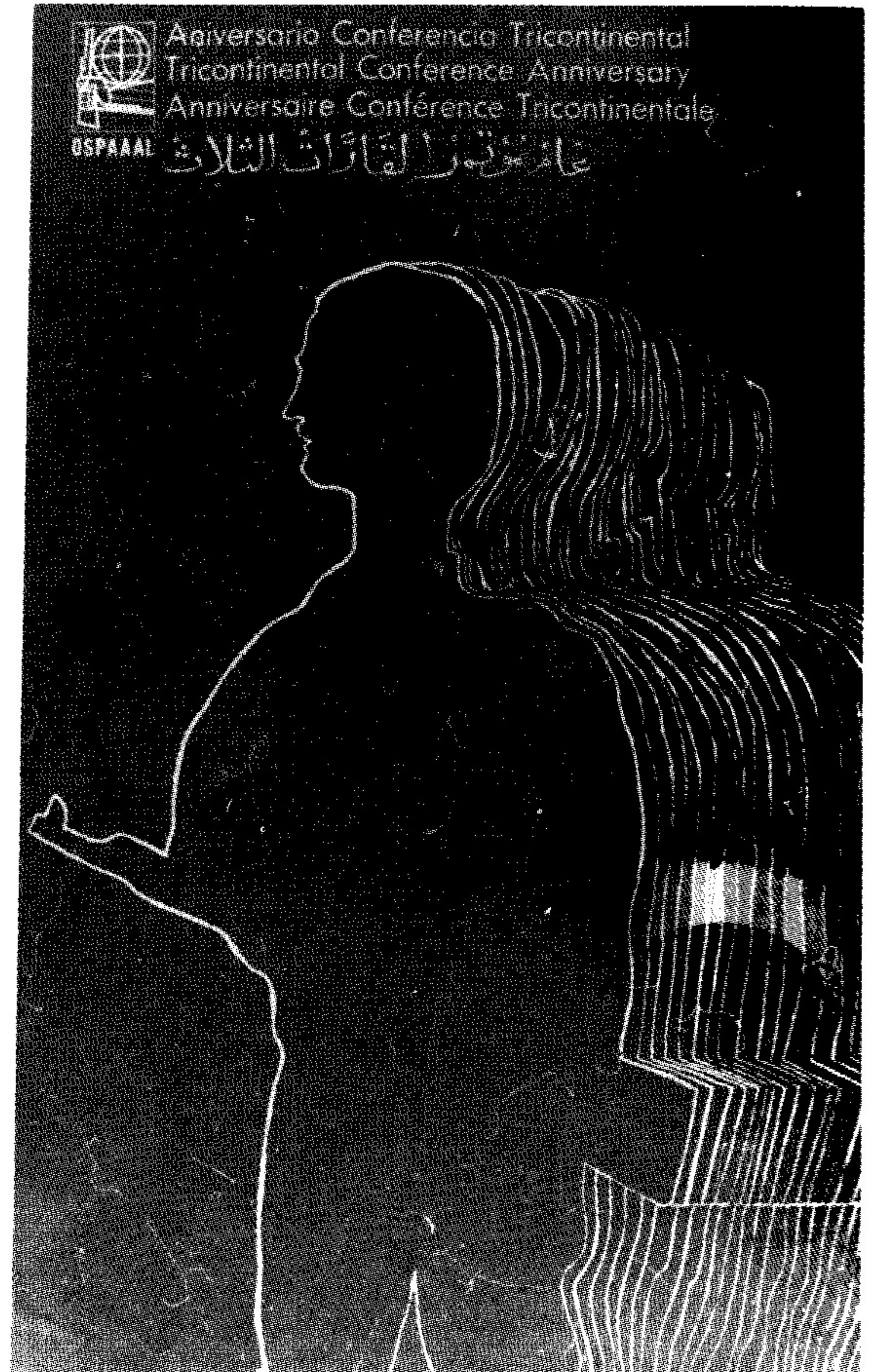


LA FURIA DE LOS VIKINGOS

Dirección: MARIO BAVA
Con: CAMERON MITCHELL
ALICE y ELLEN KESSLER
GIORGIO ARDISON



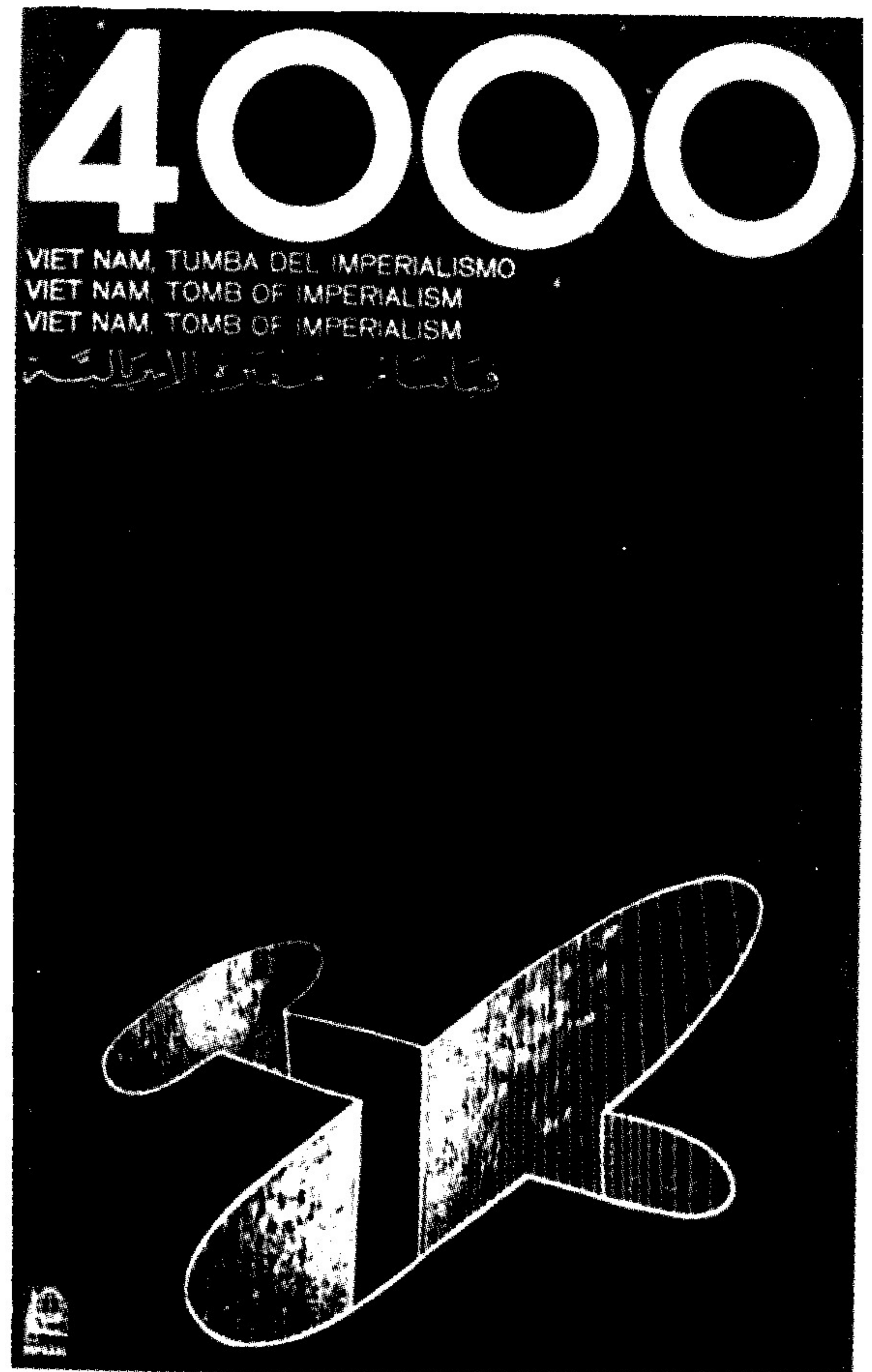
La furia de los vikingos (ICAIC) Rostgaard, 1965



Aniversario Conferencia Tricontinental
(OSPAAAL) Rostgaard, 1971



Angela Davis (OSPAAAL) Rostgaard, 1972



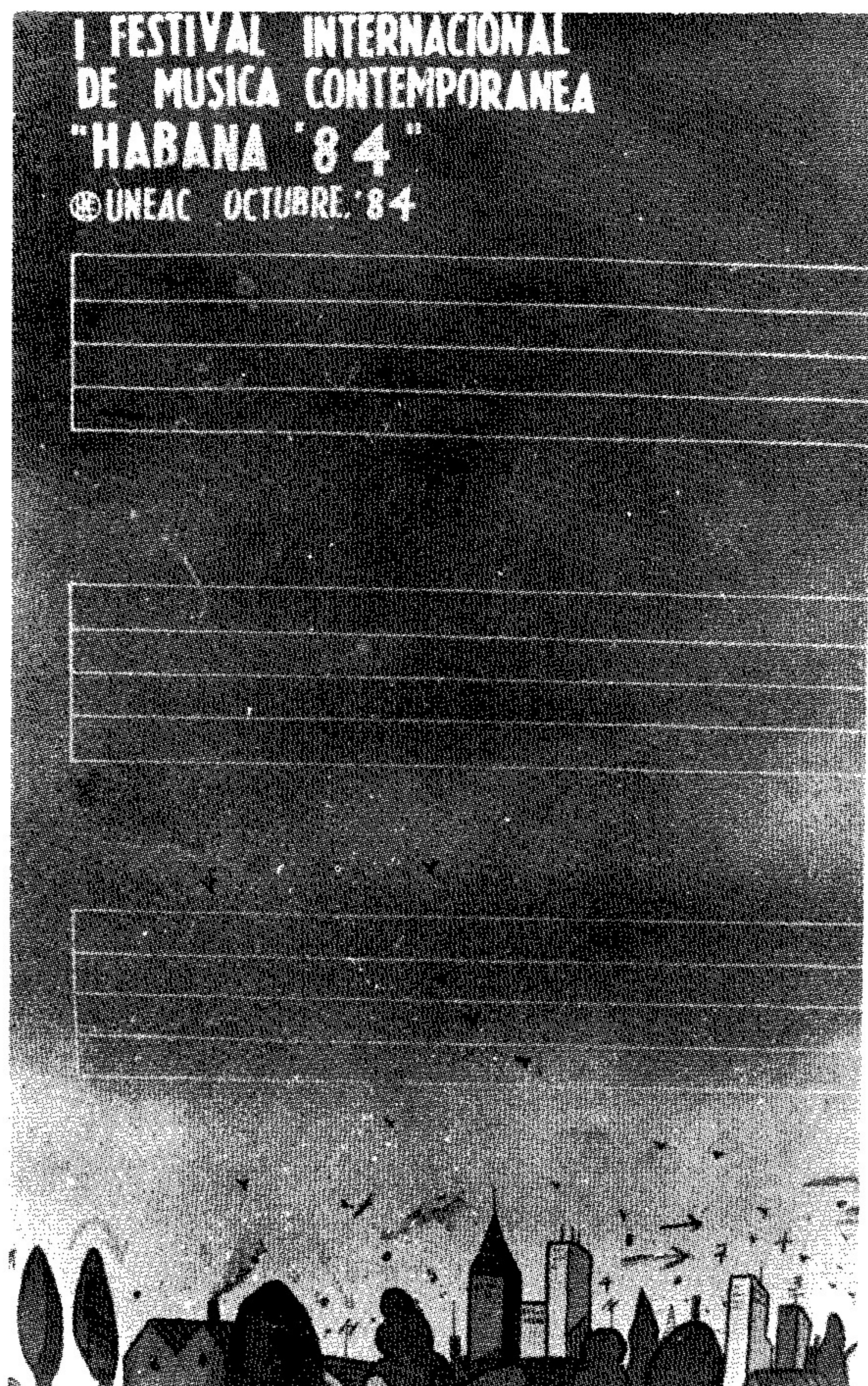
Vietnam, Tumba del imperialismo (OSPAAAL)
Rostgaard, 1972



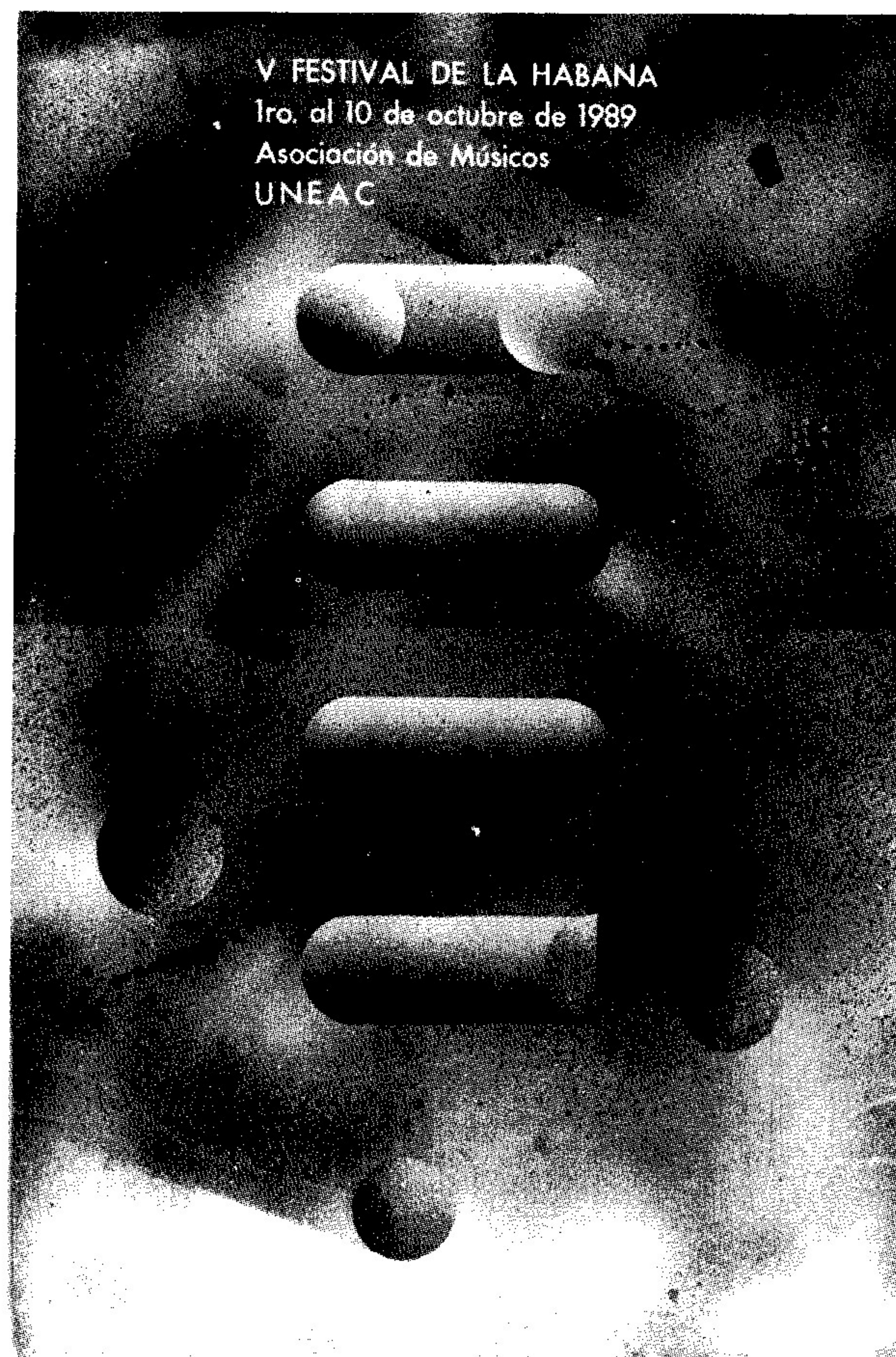
¡Vietnam! abril 1975 (OSPAAAL) Rostgaard, 1975



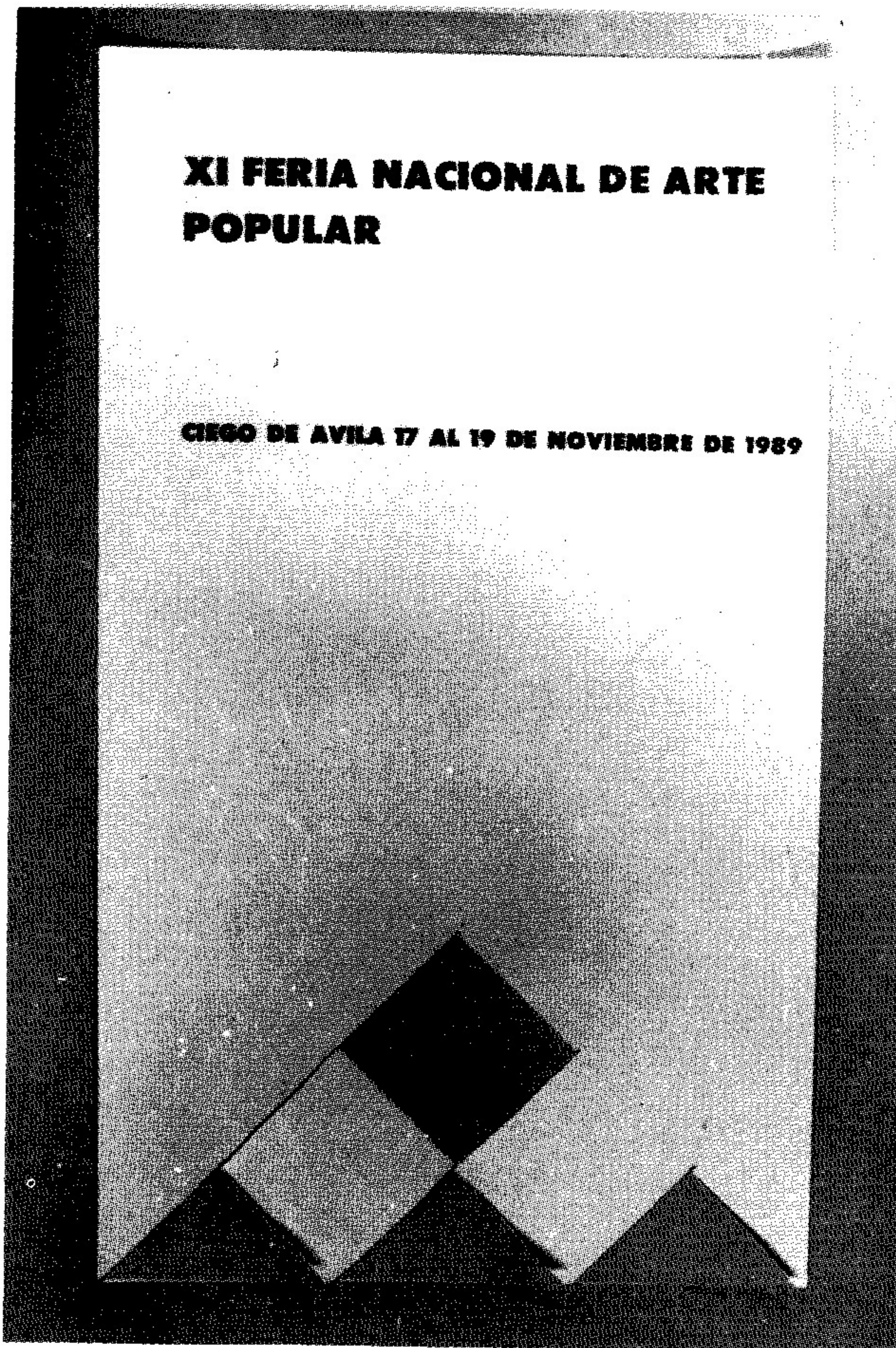
CARIFESTA (Ministerio de Cultura) Rostgaard, 1979



I Festival Internacional de Música Contemporánea (UNEAC) Rostgaard, 1984



V Festival de La Habana (UNEAC) Rostgaard, 1989



XI Feria Nacional de Arte Popular (Ministerio de Cultura) Rostgaard, 1989



Atelier Cuba (BIENNE/BIEL) Rostgaard, 1990

BIBLIOGRAFÍA

- BERMÚDEZ, JORGE R.: "La imagen constante". En la revista *Revolución y Cultura*, No. 5, La Habana, septiembre-octubre de 1997, época IV, Años 36/39 de la Revolución.
- Cuba: *Casa de las Américas*, Año XXXVIII, No. 208, La Habana, julio-septiembre de 1997. (Retrospectiva de Alfredo G. Rostgaard.)
- Cuba: *Cuba Internacional*. Revista mensual, Año 1, No. 1, Prensa Latina, La Habana, julio de 1969.
- Cuba: *El cartel de la OSPAAAL. Arte de la solidaridad*. Coordinación editorial Arterigere Srl-Varese-Italy, 1977.
- Cuba: "S.O.S. Diseño". En *El Caimán Barbudo*, Año 30, Edición 279, La Habana, 1997.
- Cuba: "Una poética gráfica insular". *Revista de Arte Cubano*, No. 2, Ciudad de La Habana, 1996.
- DE JUAN, ADELAIDA: "La incitación al diseño gráfico". En *Revolución y Cultura*, No. 117, La Habana, 1982.
- _____: *Siempre La Rosa. Palabras en el Catálogo de la Exposición Retrospectiva de Alfredo G. Rostgaard*, La Habana, junio de 1997.
- DESNOES, EDMUNDO: "El cartel político". En *Santiago*. Revista de la Universidad de Oriente, Nos. 2 y 3, Santiago de Cuba, junio de 1971.
- FREMES, JUAN AYÚS, MIREYA CRESPO y otros: "Controversia. El diseño en la comunicación social". En *Temas*, No. 7, La Habana, julio-septiembre de 1996.
- FUKUDA, SHIGEO: *Graphic designs in Cuba today - a socialist aspect of design in Graphic design*. Edited by Graphic Design Associates publishes by Kodansha ltd 1976.

- _____: "The Collection America Today, 500 years Later: the 2nd International Poster Biennial in Mexico". En *Idea: International Advertisig Art*, N. 238, Japan, mayo de 1993.
- LÓPEZ OLIVA, MANUEL: "Cartel cubano de cine, impresos en veinte años". En *Cine Cubano*, No. 95, La Habana, 1979.
- RIVADULLA PÉREZ, ELADIO: "La serigrafía artística en Cuba". En revista *Revolución y Cultura*, Nos. 1-2, enero-abril de 1994, Época IV, Año 36 de la Revolución.
- _____: "Sin ingenuidad ni elitismo. Cartel de la OSPAAAL". En revista *Revolución y Cultura*, No. 5, La Habana, septiembre-octubre de 1997, Época IV, Años 36/39 de la Revolución.
- SANTANA, JOAQUÍN G.: "Diseño gráfico cubano. Confesiones de uno de los siete maestros". En *Revista Latinoamericana de Comunicación, Chasqui*, N. 63, Quito, Ecuador, septiembre de 1998, Editorial QUIPUS-CIESPAL.
- STERMER DUGALD y SUSAN SONTAG: *The art of Revolution*, Mc Graw-Hill Co-Production, New York, 1970.
- TRUJILLO, MARISOL: "El cartel: lo útil y lo bello". *Cine Cubano*, Nos. 86-87-88, s/f, La Habana.
- VENEGAS, GUIOMAR: "Rostgaard y la canción protesta. Un cartel cubano y universal". En revista *Bohemia*, Año 89, No. 10, La Habana, 9 de mayo de 1997.
- VÉZINA, RAYMOND: *Affiches de Cuba 1959-1996*. Centro de Diseño de la Universidad de Québec, Montreal. Esta publicación se realizó en ocasión de la exposición de afiches de Cuba de 1959 a 1996, presentada en el Centro de Diseño de la Universidad de Québec, Montreal, desde el 19 de septiembre al 27 de octubre de 1996.

Entrevistas

- Entrevistas realizadas a Alfredo G. Rostgaard:
El 10 de mayo de 1998.
El 12 de junio de 1998.
El 20 de junio de 1998.

Este título fue impreso
en el taller "Abel Santamaría"
de la Editora Política
del CC del PCC
julio de 1999

Conversando con Rostgaard

Marina Rodríguez González ha dejado plasmado en las páginas de esta, su primera obra, el quehacer de Alfredo G. Rostgaard en el mundo del cartel, conceptualizado universalmente como uno de los siete maestros del diseño gráfico cubano del siglo XX, y en los inicios recorre la historia del afiche antes y después del triunfo revolucionario de enero de 1959.

Hablar de Rostgaard es referirse a imágenes y símbolos como la palma, en fin, a la cubanía, a la identidad cultural, “al uso de una estética nueva, arriesgada, donde la organicidad entre texto e imagen, con prevalencia de esta última, aborda visualmente al público”.

Marina Rodríguez González (La Habana). Es graduada del Instituto Superior Pedagógico “Enrique José Varona” en 1966 y Licenciada en Historia del Arte en la Universidad de La Habana en 1974.

Fue profesora de Arte Latinoamericano en el Instituto Superior de Relaciones Internacionales (ISRI) de La Habana, asesora pedagógica de la Vicerrectoría Docente y profesora de Arte Cubano en la Facultad de Arquitectura del Instituto Superior Politécnico “José Antonio Echeverría”.

Ha escrito artículos sobre temas pedagógicos y culturales para diversas publicaciones del país, así como ha participado en encuentros científicos con investigaciones acerca de la pedagogía y la gráfica en Cuba en el siglo XX.

Actualmente se desempeña como profesora auxiliar e imparte la asignatura Cultura Cubana en el Instituto Superior de Diseño Industrial.

ISBN 959-01-0353-7



9 789590 103537