

### **El lenguaje moderno en la gráfica cubana.**

#### **Autoras**

MsC. Flor de Lis López Hernández, [flordelis@isdi.co.cu](mailto:flordelis@isdi.co.cu)  
Instituto Superior de Diseño (ISDi), Cuba

MsC. DI. Soliet Lorenzo Delgado, [slorenzo@isdi.co.cu](mailto:slorenzo@isdi.co.cu)  
Instituto Superior de Diseño (ISDi), Cuba

#### **RESUMEN**

Durante las primeras dos décadas del siglo XX, aun cuando los pintores cubanos de vanguardia no habían expuesto en territorio nacional, ya la gráfica en Cuba utilizaba lenguajes modernos, dado entre otras cosas por las angulosas composiciones heredadas del Art Decó y las deudas con el Cubismo, fundamentalmente. Figuras como Jaime Valls, Conrado Massaguer y Enrique García Cabrera mostraban sus anuncios publicitarios e ilustraciones con veta modernizadora en revistas como Social, Carteles y Bohemia, a la altura de las desde entonces reconocidas Vanity Fair o Vogue.

Contradictoriamente, a pesar de la riqueza de su legado, solo existen pocas investigaciones y publicaciones que han mostrado interés en el período y se enfoquen en el Diseño de Comunicación Visual.

El objetivo que se persigue con este trabajo tiene un fin cognoscitivo a la vez que utilitario en la esfera proyectual; y pretende como resultado, motivar a los estudiantes y diseñadores contemporáneos a acercarse a sus raíces, a esos pasajes de nuestra gráfica, que espera por ser contada.

#### **INTRODUCCIÓN**

La historia de los soportes de comunicación en Cuba tiene desde el siglo XIX ejemplos brillantes, es conocida internacionalmente la policroma y exquisita gráfica vinculada a la industria del tabaco, tradición que hasta hoy se mantiene viva; en la Feria Internacional de París, en 1900, resultaron premiadas las publicaciones El Fígaro y La Escuela Moderna, lo que demuestra en época tan temprana la maestría y el dominio del oficio por los criollos.

Para la primera mitad del pasado siglo nuestra producción visual se situó a la par de lo que sucedía en Europa o Estados Unidos, referentes obligados para la cultura del mundo occidental. La vida moderna de los años veinte formuló un concepto nuevo de la estética; revistas, periódicos, sueltos publicitarios, concebidos para una existencia efímera por su esencia anunciadora, cincuenta años después aún causan la admiración de coleccionistas y estudiosos del tema. Publicaciones culturales y de variedades crearon patrones modélicos asociados a los criterios de la modernidad.

Este trabajo es parte de una compilación de temas que se realiza para la asignatura Historia del Diseño Gráfico en Cuba, la cual contribuirá a cubrir el déficit de textos para su estudio, considerando que resulta fundamental en la formación de las nuevas generaciones de diseñadores de comunicación visual, el estudio de sus antecedentes y la comprensión de su legado.

### DESARROLLO

El diseño cubano analizado desde una perspectiva histórico – crítica se puede rastrear en las publicaciones cubanas del siglo pasado, y posibilita algunos análisis y valoraciones desde la práctica creadora. Diseño y visualidad son términos que confluyen en la organización de los sistemas de imágenes de las ediciones cubanas. Desde inicios del siglo XX se advierte la presencia de una estructuración que signa la visualidad de las publicaciones periódicas, en las que se articula un lenguaje que se debate entre el universo tipográfico, el predominio de la ilustración y en menor cuantía fotografías.

Cuando se alude a la vanguardia, es común referir la significación de las publicaciones culturales. La nueva sensibilidad que abre la vanguardia, se expresará no solo en nuevas imágenes y patrones de recepción, sino a través de canales de corte teórico como los manifiestos y las revistas. Textos en los cuales se entrelaza la problemática sociopolítica, posturas nacionalistas y la creación artística.

Cuando se inaugura en La Habana el salón de arte moderno en 1927, primera exposición de la plástica donde figuraron nuestros pintores vanguardistas, ya existían condiciones favorables para la aceptación de este nuevo lenguaje; a partir de la ilustración, el humorismo, la propaganda comercial y las portadas de revistas, se aportó a la ampliación de estos nuevos juicios estéticos.

La nueva visualidad en esta veta modernizadora abre una nueva manera de discursar que pone en crisis la imagen del dibujo académico. Los creadores plásticos asumen estos canales de difusión desde una nueva estética, como zonas experimentales para nuevos lenguajes. Los ilustradores dibujantes, en su mayoría, muchas veces anónimos, serán los responsables de esta nueva mirada. Este modo de hacer no era debidamente valorado en su época, por considerar que un medio de reproducción múltiple no tenía la valía de una obra original. En ocasiones los juicios críticos que se hacían a los creadores demeritaban este tipo de trabajo, no se valoró que con este proceso de reproducción se asistía a un momento significativo, se ampliaba el registro de recepción del plano individual al plano colectivo.

El arribo de los nuevos conceptos a las artes visuales en La Habana ocurrió a través de la gráfica, en publicaciones culturales como Atuel (1927-1928) la Revista de Avances (1927-1930), Revista de La Habana (1930) y el Suplemento del Diario de la Marina (1927-1930), sobre todo a partir de una novedosa concepción de las ilustraciones y la tipografía. La mayoría de estas revistas duraron poco, algunas como Carteles, Social y Bohemia mantuvieron una labor más sostenida e importante.



El aporte de Social (1916-1933) descansó sobre la posibilidad que le dio una relativamente larga vida, la excelencia de los textos y la calificada nómina de diseñadores, encabezada por su fundador y director Conrado W. Massaguer y su subdirector artístico Rafael Angel Surí.

La revista Social, publicación de proyección burguesa, alcanzó un carácter cultural renovador, considerándose paradigma de esta nueva visualidad, por conjugar lo más novedoso y moderno de publicaciones internacionales de este corte. Una de las zonas enfáticas de Social es la portada, espacio que conjuga eficientemente la ilustración y el trabajo tipográfico. El cabezal, especialmente, aparecía de diversas maneras, dividido o articulado como parte de la imagen en cada edición. No menos importante resultaba la diagramación de las páginas interiores, diseñadas por Surí, quien colaborara posteriormente con prestigiosas publicaciones norteamericanas como Life y Harpers Baazar.



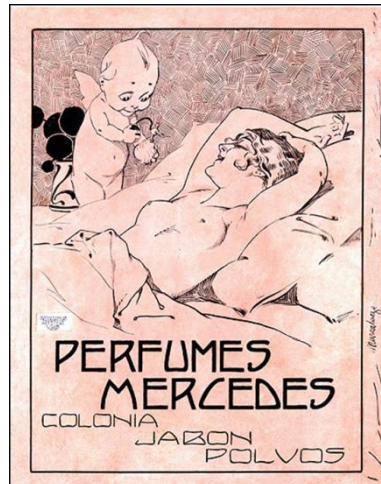
Los primeros síntomas de ruptura con los códigos visuales imperantes se expresaron en las portadas de Social; de ahí surge el término “portadista” denotativo de los ilustradores que contribuían a través de un modo de hacer, a esta área de la publicación. Las líneas de creación de la portada se movían en dos directrices: una primera que se asienta en los códigos del Art Decó y otra, más experimental, vinculada al lenguaje de las vanguardias europeas.

Esta estructura de diseño, de gran síntesis compositiva, le confería un papel protagónico a la línea, utilizaba la asimetría con un carácter preponderante y se valía de los fuertes contrastes geométricos y el cromatismo plano. Sin restar importancia a las tipografías modernas; que se articulaban en un sistema figurativo dinámico, de fácil asimilación.



El decó resumió la multiplicidad de tendencias identificadas con el vanguardismo: futurismo, modernismo, racionalismo y abrió el camino a través de la explicitación definitiva de los códigos formales del mundo moderno.

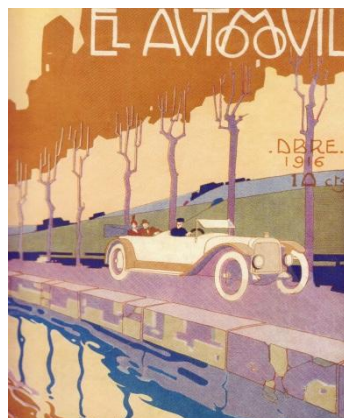
Este lenguaje moderno también fue empleado en anuncios comerciales y tuvo su espacio en disímiles soportes como: revistas, periódicos, carteles, plegables y souvenirs. Representantes significativos de esta temprana modernidad gráfica fueron: Jaime Valls, Enrique García Cabrera, y Conrado Massaguer. Sus nombres llenaron una etapa de la publicidad gráfica cubana comprendida entre las dos guerras mundiales, influidos por el Art Nouveau, el Decó y las vanguardias pictóricas.



En el ámbito de la primera guerra, Jaime Valls fue considerado uno de los más activos creadores modernos; pionero del cultivo del tema negro en el arte cubano.

Influyente personalidad en la realización de anuncios y director de una de las primeras agencias publicitarias cubanas: la Casa Valls. A su creación publicitaria la distingue una precisión insuperable, desde la grácil temática femenina, hasta los tipos estilizados del folklore urbano, con un dibujo de trazos limpios y certeros.

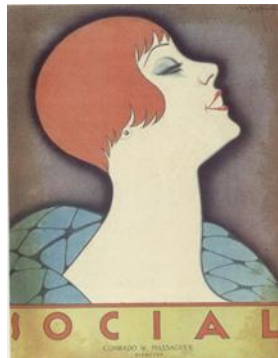
En Enrique García Cabrera encontramos la influencia de los estilos del momento como el Art Decó y el Art Nouveau, los cuales tienen su soporte de generalización en las revistas ilustradas. Es evidente en su trabajo para El Automóvil la utilización del tema de la velocidad, elemento que caracterizó el Futurismo.



Tiendas como El Encanto y Fin de Siglo, de las que fuera director artístico entre 1923 y 1925, rivalizaban porque su estilo decorativo y su visión exuberante de la belleza femenina criolla, eran valorados como las “llaves del éxito” para los productos y centros comerciales cuyas propagandas realizaba.



La tipología refinada y sugerente de Conrado W. Massaguer fue un factor indiscutible de modernización en el sistema de las propagandas comerciales, al grado de convertir los anuncios en una nota amena y exquisita en las publicaciones. Como hicieron Alfons Mucha y Jules Cheret en la Francia del siglo XIX, creando una tipología de mujeres en la gráfica, a Conrado lo distinguieron sus massagirls con cerquillo y boca de corazón, más próximas a la ingenuidad que a la malicia.



Aparecen, además, en la gráfica cubana de este período, otros ejemplos de asimilación del Art Decó y las vanguardias europeas, con un alto grado de elegancia y aceptación dentro y fuera de la Isla, entre los cuales se ubican nombres tan importantes como los de José Manuel Acosta, Andrés García, Enrique Riverón, Rafael Lillo y Carlos Fernández Méndez.

### CONCLUSIONES

La gráfica moderna en Cuba se nutre fundamentalmente del Art Decó y el lenguaje de las vanguardias.

Los ilustradores, caricaturistas y dibujantes comerciales de los primeros años del siglo pasado constituyeron la vanguardia visual en la isla, estableciendo códigos visuales anticipados a los de la pintura.

Las revistas culturales y de variedades, son las principales difusoras de esta tendencia modernizadora, que sigue una visualidad estructurada a partir de fórmulas funcionalistas, no figurativas o abstractas.

Los principales exponentes de este lenguaje moderno fueron Jaime Valls, Conrado Massaguer y Enrique García Cabrera. Los cuales tuvieron reconocido éxito dentro y fuera de

Cuba, y definieron una tipología femenina como en otro momento hicieron grandes creadores de la historia del Diseño Gráfico.

La comprensión de nuestra historia gráfica, su origen y continuidad, su constante complementariedad con otras manifestaciones y tendencias es una pieza invaluable de nuestro acervo cultural, esencial para la formación y enriquecimiento de las nuevas generaciones de diseñadores.

### BIBLIOGRAFÍA

- Bermúdez, J. (2000). La imagen constante. El cartel cubano del siglo XX. Letras Cubanas. La Habana.
- Fagioli, M. (2003). Habana Decó. Eurolitho S.p.A. Florencia, Italia.
- Juan, A. (2002) "La belleza de todos los días". En Pintura cubana: Temas y variaciones. UNEAC, Ciudad de la Habana, 1978, reimpresión Editorial Félix Varela, p. 176-193.
- López, F. (2011) ¿Y tu abuelo dónde está? Antecedentes del cartel actual. En: Noticias de Arte Cubano, No.7 año 12, Sello Arte Cubano, Ediciones del Consejo Nacional de las Artes Plásticas. La Habana.
- Merino, L. (2003) Nueva imagen desde la cotidianidad. En: Rev. Arte Cubano. Arte Cubano Ediciones, No.3 año 9. La Habana.
- \_\_\_\_\_ (2013) Les premières revues et affiches publicitaires. En: Cuba Gráfica. Éditions L'échappée, Francia.
- Sigarroa, O. y Menéndez, J. (2016). Enrique García Cabrera. Fundación Arte Cubano, España.
- Villaverde, H. (2010) Testimonios del Diseño Gráfico Cubano 1959 – 1974. Ediciones La Memoria. Centro Cultural Pablo de la Torriente Brau, La Habana, Cuba.