

El cartel ruso y soviético de 1914 a 1939

The Russian and Soviet Poster from 1914 to 1939

CARLOS TREVIÑO AVELLANEDA
Universidad Complutense de Madrid
ctrevino@ucm.es

Recibido: 15/01/2022
Aceptado: 30/03/2022

Resumen

El cartel ruso y soviético fue uno de los más influyentes medios propagandísticos para llevar a cabo las transformaciones que tuvieron lugar en el país desde comienzos del siglo XX hasta la Revolución Rusa y el establecimiento del poder soviético. Este artículo es el fruto de una investigación del cartel ruso-soviético desde el punto de vista de la comunicación y la estética, con especial hincapié en la comunicación política. Contiene una breve introducción al cartel propagandístico y comercial anterior a la Primera Guerra Mundial; un análisis del cartel propagandístico en esta guerra detallando autores, iconografía y estética; un estudio del cartel de la Revolución Rusa y del periodo leninista, que incluye su función dentro de la comunicación política y su encaje dentro de los movimientos de vanguardia rusa, así como de la deriva que tomó con el ascenso al poder de Stalin hasta el comienzo de la Segunda Guerra Mundial.

Palabras clave

Cartel, Arte contemporáneo, Vanguardia, Rusia, Propaganda.

Abstract

The Russian and soviet poster was one of the most influential propaganda media to accomplish the transformations that took place in this country since the beginning of the 20th century to the Russian Revolution and the establishment of soviet power. This article is the outcome of an research of the Russian-Sovier poster from the points of view of communication and aesthetics, with special emphasis on political communication. Contains a brief introduction to propaganda and commercial poster prior to Wold War I; an analysis of the propaganda poster in this war detailing authors, iconography and aesthetics; a study of the Russian Revolution and the Leninist period posters, including its role in political communication and its fit within the Russian avant-garde movements, as well as the drift that took it with the rise of Stalin until the beginning of the Second World War.

Keywords

Poster, Contemporary art, Avant-garde, Russia, Propaganda.

Referencia normalizada: TREVIÑO AVELLANEDA, CARLOS (2022): “El cartel ruso y soviético de 1914 a 1939”. En *Arte y Ciudad. Revista de Investigación*, nº 21 (abril, 2022), págs. 133-172. Madrid. Grupo de Investigación Arte, Arquitectura y Comunicación en la Ciudad Contemporánea, Universidad Complutense de Madrid.

Sumario: 1. Contexto y consideraciones previas. 1.1. La idea de propaganda de Marx y Engels. 1.2. El cartel ruso de época zarista anterior a la Primera Guerra Mundial. 2. El cartel ruso de la Primera Guerra Mundial. 2.1. Cartel realista. 2.2. Lubok. 2.3. Iconografía y coincidencias del cartel ruso y el resto de Europa. 3. El cartel ruso y soviético en el periodo leninista. 3.1. La idea de arte y propaganda de Lenin y Lunacharski. El plan de propaganda monumental. 3.2. El cartel comercial. La NEP. 3.2.1. Campañas destacadas. 3.2.2. Personajes ideales. 3.3. Cartel político y de agitación en el periodo leninista. 3.3.1. Las ventanas satíricas de la R.O.S.T.A. 3.3.2. Grupos y artistas de vanguardia. 3.3.3. Iconografía. 4. Cartel soviético estalinista hasta 1939. 4.1. Arte y propaganda en la época de Stalin. 4.2. La transición del cartel leninista al estalinista. 4.3. La total imposición del realismo. 5. Fuentes y referencias bibliográficas.

El cartel ruso-soviético fue uno de los más influyentes medios propagandísticos para llevar a cabo las transformaciones que tuvieron lugar en el país desde comienzos del siglo XX hasta la Revolución Rusa y el establecimiento del poder soviético. No fue únicamente trascendental en cuanto a su contribución al plan general de propaganda política, sino porque fue también toda una revolución estética en la que se reflejaron tradiciones populares, por su función comunicativa y pedagógica, y su contribución al desarrollo de los movimientos artísticos de vanguardia debido a su finalidad y características de producción. La comunicación política actual sigue basándose, en gran medida, en los estudios y planteamientos de los propagandistas rusos del primer tercio del siglo XX y los carteles están en los museos más importantes considerados obras de arte clave en el desarrollo de las artes plásticas contemporáneas.

1. Contexto y consideraciones previas.

En el siglo XIX, mientras el resto de Europa avanzaba socialmente, Rusia permanecía en una sociedad casi feudal sumida en la pobreza y la desigualdad social. La necesidad de cambio era inevitable y podía realizarse por tres vías: sufragio universal al modo democrático occidental; reforma liberal que sofocase la economía; o revolución violenta. Los hechos ocurridos en el primer lustro del siglo: la crisis económica de 1901 que provocó un movimiento campesino bajo la consigna: “La tierra para el que la trabaja”; la oposición política (del Movimiento Populista NARODNIKI y el Partido Obrero Socialista Demócrata Ruso POSDR); el desastre de la Guerra Ruso-Japonesa, que provocó la derrota de Rusia y la pérdida de Manchuria, dio lugar a un movimiento pacifista por los elevados impuestos destinados a la guerra y los soldados reclutados eran cada vez más jóvenes.

El 28 de julio de 1904, Plehve, ministro del Interior, fue asesinado. En diciembre estallaron manifestaciones que acabaron en represiones violentas en Bakú, Moscú y San Petersburgo, pero las manifestaciones continuaron y en la del Palacio de Invierno fueron asesinadas miles de personas por orden del zar. De suma importancia fue el motín que protagonizaron los tripulantes del acorazado Potemkin en 1905. El 30 de octubre se declaró el derecho a voto de todas las clases para elegir a los representantes de la дума, pero la elección seguía dando más poder a los votos de grandes propietarios (250 votos de estos equivalían a 250.000 de proletarios). El fallido intento revolucionario de 1906 sirvió de ensayo para el de 1917.

La guerra de 1914 supuso una estabilidad interna en Rusia debido a la unión contra el enemigo común pero, tras tres años de lucha, el hambre, las derrotas y el hastío de la guerra desembocaron en la gran Revolución de Octubre, que sacó a Rusia de la Guerra Mundial y proclamó la república. De febrero a julio de 1917, los gobiernos provisionales de Lvov y Kerenski establecieron algunas libertades: prensa, asociación, creación de partidos políticos y se constituyó un parlamento. Paralelamente, los soviets (asociaciones de obreros participantes en anteriores levantamientos) ya se habían organizado para llegar al poder. Aprovechando la aversión a la guerra y un momentáneo abandono de las armas, el Comité Central de los Soviets aprobó las propuestas de Lenin de hacer una revolución bolchevique que cambiara estructuralmente toda la sociedad y la organización política para unirse al comunismo internacional. El 7 de noviembre de 1917 (25 de octubre en el calendario juliano en uso en ese momento) se produjeron las revueltas generalizadas con el detonante del cierre de la imprenta bolchevique ordenada por Kerenski.

Lenin era consciente de que la tierra del campesinado tenía el capital inicial para iniciar la industrialización, pero estas propiedades estaban en contra de los principios comunistas, de modo que las reestructuró en explotaciones agrarias colectivas. Por otra parte, Trotsky había comenzado a negociar la paz con Alemania, una de las principales promesas de Lenin, y se materializó en la Paz de Brest-Litovsky de 1918, por la que se separaron del imperio ruso: Finlandia, Polonia, Besarabia, Lituania, Letonia y Estonia, haciendo uso de su derecho de autodeterminación. Se creó el Ejército Rojo con 150.000 soldados.

Los partidarios del zar y los que se decantaban por una solución burguesa al modo de la Europa occidental, que acusaban a Lenin de pactar con Alemania y de crear un ejército a sus órdenes, le hicieron frente y hasta 1921 no terminó la Guerra Civil rusa, con dos ejércitos: el Rojo (de los revolucionarios) y el Blanco (en pro del antiguo régimen y posiciones más moderadas)¹. El primero se instala en el campo y la industria, zonas más pobres, donde se establecieron los sábados rojos por los que los bolcheviques trabajan 5 horas gratis a la semana para este ejército. El segundo se instaló en las zonas más ricas del Sur del país y le apoyan las fuerzas internacionales que se sentían traicio-

¹ Estos dos colores se utilizarán de forma simbólica en la cartelística del momento.

nadas por el abandono de la guerra (solo hasta final de 1918, pues tras la Gran Guerra necesitaban reconstruirse). El ejército Rojo persiguió sin piedad a todo el que no estuviera con él: zaristas, burgueses, *eseritas* (partidarios del gobierno de izquierda liberal menchevique) y anarquistas.

En 1921 terminó la guerra con la victoria bolchevique y en 1922 se fundó la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas, a la que se unieron las naciones separadas en 1918, exceptuando a Finlandia y Polonia, que prefirieron mantener su independencia.

Con el fin de capitalizar e industrializar el país, Lenin introdujo la Nueva Política Económica, NEP, que autorizaba la existencia de una economía privada junto a la pública para liberalizar el mercado, permitir la entrada de capital extranjero y reconstruir lo más rápidamente el país. Esta política económica totalmente liberal acabó con el paro, estabilizó la moneda, mejoró el nivel de vida y aumentó las producciones agrícola e industrial.

En 1922 Lenin sufrió su primer ataque de apoplejía y empeoró hasta su muerte el 21 de enero de 1924, dejando un testamento en el que solicitaba que Stalin nunca sea jefe del estado soviético. Diez días más tarde se aprobó la Constitución asegurando el sistema político formado por: Congreso de los Soviets, Comité Central (Soviet Supremo) y Presidium (Consejo de Comisarios del Pueblo).

Tras la muerte de Lenin, comenzó una crisis política en el Partido Comunista de la Unión Soviética, PCUS, que se salda con el triunfo del centralismo y la rígida disciplina de Stalin, en detrimento de las teorías de Trotsky, que fue desterrado y asesinado en México en 1940.

Stalin estableció los planes quinquenales: de 1928 a 1932 con el objetivo de acabar con todo lo privado y desarrollar los sectores básicos de la industria; de 1932 a 1937, pretendía desarrollar la industria no básica y mejorar el nivel de vida; y de 1937 a 1942, que quedó truncado con el inicio de la Segunda Guerra Mundial.

En la agricultura se eliminaron los *kulaks* (explotaciones de la NEP) y se establecieron los *kolvjós* (cooperativas campesinas) y los *solvjós* (granjas estatales).

En 1934, Stalin tenía todo el poder, que consiguió eliminando cualquier oposición mediante sus bien conocidas purgas por las que mandó asesinar a

millones de personas inocentes que eran considerados sospechosos, estableciendo de este modo el terror. Su sistema de adoración al líder, monolitismo y persecución fue un precio demasiado alto para la sociedad soviética y provocó un desencanto que nunca desapareció.

1.1. La idea de propaganda de Marx y Engels.

Para entender el cartel ruso soviético es imprescindible tener en cuenta los factores que lo precedieron desde el punto propagandístico y estético. En cuanto al primero, la mayor influencia previa es la idea de Marx y Engels basada en la capacidad de transformar y crear la sociedad que Hegel había propuesto. Todo su pensamiento artístico convierte el arte en un poder social (masivo en algunos casos), frente al individualismo entonces reinante, no solo por parte del artista, sino también por la función no social que se le daba (Egbert, D.D., 1981, pp. 93-116). Las referencias a la caricatura y la pintura del Realismo (nombran particularmente a los realistas alemanes Karl Lessing y Karl Hüber) son sus primeras anotaciones para la utilización del arte para la agitación. Este énfasis sobre el realismo fue una de las razones que propiciarán más adelante el realismo socialista soviético.

Herederero de Rousseau, Marx piensa que el hombre no es bueno ni malo por naturaleza, sino que el medio social lo determina, es por esto por lo que opina que el arte, como comunicación, ayuda a las mentes hacia el cambio social. Para Marx y Engels, el arte tiene que salir de la mercadería capitalista, porque no debería tener un precio o valor que no fuera el de su producción. El arte por el arte mismo no debe existir, debe ser acción social, y reproducido, ante todo, aparte de que exista un original. En su opinión, a las artes plásticas, como la pintura o la escultura, deberían aplicarse postulados realistas y estar destinadas a ser fácilmente vistas y comprendidas, participadas especialmente por un gran número de personas: carteles, murales, caricaturas gráficas en periódicos, obras monumentales, etc.

Por ello, la teoría del arte de Marx y Engels es fundamental para elevar el cartel a elemento artístico, dándole la importancia que hoy día tiene como promotor del cambio social y vinculándolo muy estrechamente con el movimiento revolucionario y, en particular, con el comunista.

1.2. El cartel ruso de época zarista anterior a la Primera Guerra Mundial.

El cartel propagandístico no tuvo la posibilidad de desarrollarse en estas fechas debido a la rígida censura de los zares y la casi nula capacidad de producción de la oposición zarista. El único cartel propagandístico que se producía antes de 1905 era zarista, que utilizaba como símbolo principal, el águila imperial de su escudo, así como la representación de altos cargos de la iglesia ortodoxa y de la realeza rusa.

Se encuentran carteles únicamente con el escudo de Alejandro III, instituido en 1882, que reemplazó la versión de 1857. Estos carteles tienen el águila bicéfala con un cetro en una garra y un orbe en la otra, las cabezas del águila tienen tres coronas imperiales rusas y el escudo de San Jorge matando al dragón en el pecho del águila. Este es el motivo que se presenta habitualmente (y casi únicamente) junto a armas de fuego y a textos solicitando impuestos para sufragar gastos bélicos. Se puede considerar un primer conato la revolución de 1905, con algunos carteles y pancartas como primeros casos aislados, pero no es hasta la Primera Guerra Mundial cuando se pueda considerar el nacimiento del cartel propagandístico ruso.

El cartel comercial sigue las corrientes de los países de la Europa occidental. Como en cualquiera de estos países, los primeros carteles anuncian espectáculos culturales, fundamentalmente teatrales, dirigidos a público de clases nobles o de la alta burguesía (aún pocos en Rusia, en comparación con la población total). En muchos casos se concibe el cartel como la portada de un libro u hojas decoradas de manuscritos antiguos. El formato suele ser rectangular con medidas que van desde un metro a menos de 25 cm de alto, y desde los 20 a los 75 cm de ancho. En casi todos ellos la ilustración está enmarcando al texto, pero ambos no se llegan a integrar plenamente. Las ilustraciones suelen ser orlas y ribetes decorativos muy anchos, compuestos por blasones, símbolos heráldicos (águilas, perros, etc.), ornamentos florales, animalísticos y otras grecas o formas abstractas puramente decorativas.

La mayoría de los carteles tienen una composición arquitectónica, por ejemplo, un arco profusamente decorado, habitualmente conopial, en el que se inscribe una ilustración y, en lo que podría ser el vano de una ventana, se sitúan la información escrita. La puerta se flanquea por anchas columnas de grecas y elementos vegetales de herencia bizantina iconoclasta y suele coronar esta arquería un águila bicéfala (dado que la mayoría de los espectáculos los organizaba la casa real).

Las dos últimas décadas del siglo XIX suponen un desarrollo de la tipografía digno de mención, se juega con tamaños y colores dentro del mismo cartel aportando un dinamismo acorde al desarrollo del resto de Europa. La utilización de caricaturas y sintetizaciones de imágenes pueden considerarse de una gran modernidad y fueron base para los carteles de Mayakovski. De esta época son los siguientes cartelistas, que produjeron desde 1885 hasta bien entrada la Primera Guerra Mundial: Ivan Bilibin, Mijail Vrubel y A. Paromonov.

Tras la Exposición Universal de París de 1900, Rusia adopta plenamente el Art Nouveau en sus carteles. El gusto de carácter bizantino medievalista de toda la cartelística anterior, queda desbancado por la modernidad. Se introducen imágenes amables y cotidianas huyendo del rígido estilo neobizantino anterior, con las características generales europeas: líneas curvas, juegos con formas vegetales que juegan a enmarcar la composición, libertad de tipografía, utilización de la mujer como base del cartel y atracción del espectador, representación de cisnes y otros animales exóticos, además de otros animales personificados, sintetización, utilización de contornos de colores planos. Influencias de Muchá y Cheret, de la Sezession vienesa, de Munch (como el cartel de 1903 de E. Kiseleba, *Baile de flores*), Steinlein, Van de Velde y Orazi.

Artistas eslavos que produjeron carteles Art Nouveau y otros estilos europeos hasta la Primera Guerra Mundial son: E. Kiseleva, N. Vyseslavcev, N. Kalamakov, Teljakovskij, N. Vassiljev, N. Gerardov, Podbereskij, E. Kekuseva, Belzen, Lev Bakst y, el que puede considerarse más famoso y dedicó toda su vida a las artes gráficas fue el lituano Mstislav Valerjanovic Dobuzinskij.

2. El cartel ruso de la Primera Guerra Mundial.

La Gran Guerra fue el hecho histórico que más hizo evolucionar el cartel propagandístico y asentó las bases de la comunicación de guerra y agitación política a través del cartel. El 1 de agosto de 1914, Alemania declara la guerra a Rusia, que apenas hacía 10 años había perdido contra Japón y seguía en crisis. El pueblo, desarmado, tuvo que luchar contra un enemigo adiestrado. La mayoría de la población rusa era analfabeta, pero para este momento ya está acostumbrada a ver y comprender el cartel comercial. El gobierno ruso es consciente de ello y orienta las acciones del pueblo por medio del lenguaje pictórico del cartel. La producción se cuenta por millones.

El estilo Art Nouveau no se considera adecuado y se recurre al lenguaje de los *lubok*, la estampa popular, por un lado, y de estilos realistas, más acordes con el momento que se atraviesa. El cartel ruso de la Primera Guerra Mundial no aporta ningún avance estético, debido a la rigidez zarista, pero sí cumple su función de llegar al pueblo y aglutinarlo contra el enemigo común.

2.1. Cartel realista.

Hay una vuelta estética al realismo más puro de gran tradición rusa (Tolstoi, Dostoyevski, etc.) tal como puede observarse en los carteles de L. O. Pasternak (padre de Boris, el escritor) en los que aparecen soldados sujetando sus fusiles con muestras claras de dolor psicológico, y rodeados por sombras que simbolizan la muerte. Los soldados que representa I. Vladimirov, realizados con aguatinata, aparecen firmes en sus puestos, con rostros de orgullo, aunque pasando situaciones complicadas (como una guardia de noche en la nieve).

El más famoso de este tipo de carteles es el de T. Butschkin, en que se ve un soldado vestido de rojo, sujetando una bandera del mismo color, de espaldas al espectador con la cabeza vuelta hacia él. Esta posición fue muy utilizada posteriormente en la Guerra Civil Española y la Segunda Guerra Mundial, dado que la finalidad de esta posición es implicar directamente al espectador y el objetivo era animar al reclutamiento a los soldados, por ello el soldado de Butschkin sonríe y no muestra las desgracias de la guerra.

También es interesante citar el cartel de Boris Kustodiev *Préstamos de libertad*, en el que parece incitar a la revolución más que a la guerra con la imagen de un soldado de gran tamaño con su fusil en posición frontal integrando la tipografía con la cabeza (que separa las palabras del texto), sobre una gran muchedumbre con banderolas que avanza hacia un mismo lugar. El color utilizado es el rojo y supone una mayor sintetización de la imagen.

2.2. Lubok.

La estampa popular, *lubok*, forma parte de las historias gráficas dibujadas tradicionales de la didáctica rusa que tuvo gran influencia en el cartel posterior. En 1914, el director de la editorial Lubok Oggi, G. B. Gorodetski, nombra comisionados para la serie gráfica anti germánica a Malévich y Mayakovski, en San Petesburgo. En esta editorial trabajaban también los artistas: Dimitri

Moor, Georgij Narbut, I. Maskov y A. Lentulov (estos dos últimos pertenecientes al grupo artístico Sota de Diamantes).

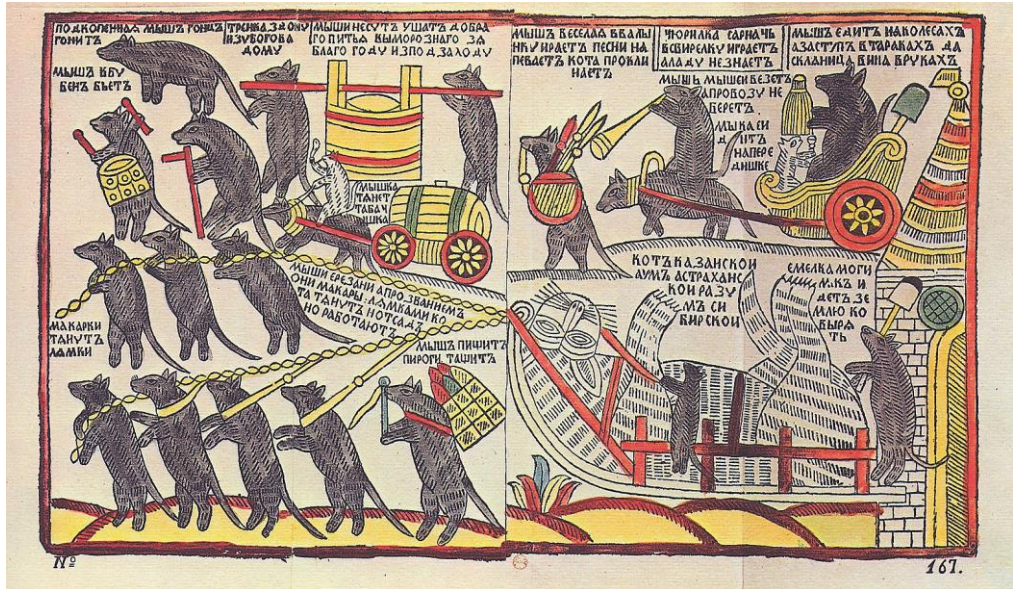


Fig. 1. Los ratones destierran al gato, Lubok ruso anónimo (1725).

El horror de la guerra queda muy cerca, serie titulada por Mayakovski y dibujada por Malévich de forma satírica, muestra a gran cantidad de personajes anónimos en situación de guerra entre los que aparece uno principal centrado, más destacado y detallado. Las figuras muestran desarrollos de simplificación hacia la geometría con utilización de colores planos (verde, rojo, azul y negro, principalmente) en formas sintéticas definidas casi siempre por semi-círculos. Los lubok suponen la unión del neoprimitivismo ruso (la búsqueda del arte eslavo anterior al Renacimiento) y las tendencias neomedievalistas con el arte postimpresionista del que tenían conocimiento por las colecciones de Chitshukin y Morozov, y el intercambio de cartas entre los rusos exiliados a Francia y otros países europeos.

La sintetización se basa en los iconos rusos: utilización de distintos puntos de vista y planos; huida de la representación mimética de la realidad; y esquematización mediante utilización de trazos anchos para delimitar las formas. Esta tradición se unió a las influencias cubista (geometrización de los

personajes y colores degradados, como las de Léger) y futurista (teorías del movimiento italiano, pero con temas rurales, no urbanos).

El tratamiento es satírico y grosero, como en *Oficial wilhelminino obeso*, en el que aparece un germano con una enorme tripa (eran llamados “charcuteros” por su afición a las salchichas). Es numerosa la representación campesina popular, como en *Campesina rusa luchando contra un soldado austriaco*, en el que la campesina con sus zapatos de corteza de abedul, *lapti*, ataca a un soldado ruso.

Dimitri Moor ridiculiza más a sus personajes, que en la mayoría de los casos son personajes públicos y conocidos por el pueblo, tanto alemanes como al propio zar y a otros responsables de continuar en la guerra. Su estilo es el más depurado de todos los dibujantes de *luboks*, pues trabaja mucho las luces, colores y formas (más próximo a los caricaturistas del XIX), y desarrolla horizontalmente el proceso de transformación de los dibujos (el movimiento) sin separar en viñetas como hacían el resto de artistas.



Fig. 2. Cartel satírico de la ROSTA. Malévich. *Un austriaco va a Redzewill*. (1914).

Fuente: Google Arts & Culture. CC Public Domain.

2.3. Iconografía y coincidencias del cartel ruso y el resto de Europa.

Se consideran las siguientes funciones en los carteles de la Primera Guerra Mundial en la mayoría de los países participantes, no únicamente en Rusia:

- Incitar a la producción en la retaguardia.
- Alistamiento de nuevos reclutas.
- Potenciación de la economía: compra de bonos de guerra, ahorro de energía, etc.
- Despertar el odio contra el enemigo. El enemigo se presenta atacando y el ciudadano matándolo para defenderse.
- Dar a conocer los eventos culturales (solidaridad con países aliados) y fomentar la educación.

Desde el punto de vista iconográfico, se encuentran símbolos similares en los distintos bandos de la contienda y la adopción de soluciones similares para conseguir los efectos deseados utilizando los siguientes elementos:

- La mujer. Muy representada en el cartel comercial, mantiene la tradición de representar la libertad y la victoria.
- “Dedo señalador” en los carteles de reclutamiento, como forma de implicar al receptor al individualizarlo.
- El casco, como símbolo de disciplina del ejército y su jerarquía, además para diferenciar los bandos contendientes.
- El cereal y la tierra, como riqueza, seguridad de la alimentación y patriotismo.
- El águila, que es el animal del imperialismo. En este caso se asocia al Imperio Alemán y suele aparecer exultante para los alemanes y aniquilada para los contrarios.
- Devastación y horror de la guerra. Paisajes desolados, campos y bosques arrasados por el fuego, ciudades en ruinas, etc., como forma de comunicar la repulsa hacia la guerra (que representaba al movimiento pacifista).
- La industria, como símbolo de desarrollo económico y seguridad. Pretendía atraer inversiones y se representa con chimeneas humeantes y puertos de mar con grandes barcos comerciales.
- Masificación humana. Sentimiento de protección y de unión de todos contra el enemigo común.

- El mal es representado de diversas maneras como un monstruo, una serpiente o un dragón, basándose en la iconografía cristiana.
- Las armas: ballonetes, fusiles, cuchillos y espadas, como seguridad y garantía de victoria. Sujetas por soldados o solas haciendo una función metonímica de ejércitos enteros. También aniquilando al enemigo y ensangrentadas o derramando sangre. Se utiliza la geometrización para hacerlas más punzantes y afiladas.
- La sangre es la muerte, el dolor y el sufrimiento.
- La paloma es símbolo de la paz y esperanza.

3. Cartel ruso y soviético en el periodo Leninista.

En el periodo comprendido entre la Revolución de Octubre y el 13 de abril de 1924 (muerte de Lenin) acontecen los hechos más importantes para la sociedad ruso-soviética. Hay una guerra civil, cambios estructurales económico-sociales, nace la URSS. En este periodo, el cartel ruso aporta al mundo estilos y estudios psicosociales desconocidos hasta el momento. Cumplió las funciones de: potenciación de la producción, promoción de los productos estatales para desbancar a la empresa privada y agitación política, entre otros.

3.1. La idea de arte y propaganda de Lenin y Lunacharski. El plan de propaganda monumental.

Anatoli Vasilievich Lunacharski nació en Poltava en 1885, estudió filosofía y ciencias naturales en la Universidad de Zúrich, donde empezó su actividad propagandística con Plejanov y Axelrod. En 1897 llegó a Rusia como revolucionario profesional. A partir de 1906 vivió en el exilio (Francia e Italia, fundamentalmente) trabajando en colaboración con Lenin. Tras la revolución, fue nombrado Primer Comisario de Instrucción Pública, cargo que ocupó hasta 1929. Durante esos años escribió numerosos artículos sobre la configuración del arte y la cultura soviética. “En 1918 me llamó Vladimir Illich y me comunicó que era preciso desarrollar el arte como medio de propaganda” (Lunacharski, 1969, p. 9).

Los teóricos del socialismo coincidían en que el arte es distinto según las sociedades y los pueblos, por lo que el arte socialista debía ser distinto al burgués y aceptado por todos. Lenin había presentado la necesidad de crear arte en las calles, las casas y las plazas. El estado invierte en arte. El nuevo mecenas del

artista es el pueblo, esto supone libertad de creación: “El arte se abre al campo social y artístico: el campo de la propaganda artística. En él encontramos al cartel; la canción revolucionaria o las poesías y obras de teatro” (Lunacharski, pp. 81-82). La propaganda hostil al nuevo régimen fue censurada.

El Plan de Propaganda Monumental contaba con dos proyectos diferenciados: adornar los edificios, vallas y demás lugares en los que se solían poner carteles con inscripciones revolucionarias; y erección de monumentos dedicados a los grandes revolucionarios.

Los proyectos los desarrollaban los alumnos y profesores de los *Vjutemas* (Altos Talleres Artísticos Técnicos Libres), fundados en 1918. La norma general era la no adscripción a ningún estilo artístico, pero sí era indispensable que fueran de ideología marxista. El estado dejaba libertad al artista y le resolvía sus necesidades físicas para que pudiera dedicarse a las “espirituales” (artísticas).

El arte debía extenderse a las clases más bajas, por ello, a partir de 1917, se crea el *Proletkult* (cultura proletaria), un grupo cultural educativo de artistas que pretendían elevar el nivel espiritual de las masas en el sentido artístico para hacerles capaces de ser constructores de su propia cultura.

El PCUS se proveyó de todos los medios artísticos para convertirlos en un poderoso sostén para la propaganda. La idea se basaba en: “¿Puede la revolución dar algo al arte, y puede el arte dar algo a la revolución?” (Lunacharski, p. 67). Se fomentó la enseñanza de himnos, comprensión de nuevos lenguajes plásticos y se llevó el arte al pueblo con el fin de unirlos. El arte llega a los objetos de uso común. Se hacen estudios sobre juguetes con el fin de desarrollar el alma del niño.

Los estilos más apoyados por el gobierno pueden inferirse al analizar los artistas que envió para participar en las exposiciones de 1922, Berlín y Valencia, a las que acuden divididos en tres grupos:

- Los *comfuti*, formados por comunista-futuristas, suprematistas y, en general, la vanguardia rusa.
- La Organización Artística Libre, que consideraban a Kandinsky como el promotor de la abstracción y del psicologismo en el arte.
- El grupo realista, fiel al grupo de los Ambulantes.

Se crearon todo tipo de asociaciones y talleres, el que interesa a este estudio es el Taller Libre de Artes Gráficas, creado en 1919, en el que se investigaba sobre propaganda y soluciones artísticas en cuanto a la técnica de las artes gráficas.

En general, se puede afirmar que la época leninista es una de las de mayor desarrollo artístico de la URSS, puesto que no sólo se permite la libre asociación (Constructivismo, Obmokhou, etc.), discernir de las opiniones del estado en cuanto al estilo sino que, también, se publican decenas de revistas artísticas (*El arte de la comuna*, *LEF*, etc.), cuestión que poco tiempo más tarde cambiaría radicalmente.

En definitiva, el arte en el periodo leninista era evidentemente propagandístico y dominaba el principio de producción, por lo que el cartel fue elevado a forma artística de primer orden.

3.2. El cartel comercial. La NEP.

El cartel comercial en Rusia había tenido un desarrollo tardío en relación con el resto de países europeos debido a su falta de industrialización, pero con la Nueva Política Económica, NEP, puesta en marcha a partir de 1917, las empresas privadas y estatales tienen que competir con el fin de conseguir ingresos e inversiones suficientes para acumular capital, por lo que era necesario un consumo masivo de la población. Mediante la NEP se permitía un retorno parcial a la libre empresa capitalista que supuso el nacimiento de una nueva burguesía con negocios y capacidad de consumo. Aun existiendo liberalismo, el gobierno bolchevique no dejó escapar de sus manos el control de la economía: creó una nueva moneda, dictaba la moda y tenía la potestad de colectivizar el capital acumulado por los nuevos capitalistas. Además, competía con estas empresas a través de grandes conglomerados de industrias estatales. También controlaba la publicidad de manera centralizada con grandes campañas por medio de las que daba a conocer estas industrias: Mosselprom, fábrica de procesamiento agrícola; Rezinotrest, productos derivados de resinas y caucho; Sakharotrest, productora de azúcar; Krimtabakrest, tabaco procedente de Crimera; Chaiupravlene, té; y la editorial estatal Gosizdat. La publicidad la realizaban artistas que trabajaban para el estado.

La idea que pueda tenerse de austeridad o lucha contra el consumismo, no se daba realmente en ese momento, pues había campañas con eslóganes como: "Empiece en nuevo año entre flores y plantas tropicales. Cabaret magnífico.

Batalla de serpentinas y confeti. Los artistas se mezclarán con el público (cartel de 1922); “Broches deliciosos. Oro musivo: anillos, brazaletes, pendientes. Bolsos recién llegados de París”, como anunciaba la tienda de Aleksandr. Según Foregger, en Petrogrado había salas de juego (naipes, ruletas, etc.) y “trajes de terciopelo y de seda con lentejuelas, de color rosa o melocotón. Bailarinas de sonrisa fija con zapatillas azules y medias color de rana” (Aniskt, 1989. p-8).

Era un momento de felicidad y esperanza para los que nunca habían disfrutado de los placeres del consumo. El cartel cambia de público objetivo y los artistas estatales (Vesnin, Popova, Mayakovski, Rodchenko, Lissitzki, etc.) crean un nuevo lenguaje destinado a provocar el triunfo de la empresa estatal sobre la privada. Esta publicidad estatal pretendía, además de vender productos de los conglomerados estatales, realizar una agitación y afecto hacia el poder soviético. Este nuevo lenguaje, destinado a toda la población entre la que había un amplio sector analfabeto, utilizaron formas geométricas simples, nuevas tipografías, colores planos y, en definitiva, una estética propia que pasó a la historia del cartel mundial.

3.2.1. Campañas destacadas.

Solo en Mosselprom, esta frase se convirtió en el eslogan permanente de todos los productos agrícolas (tabaco, aceite, cerveza, papel, etc.). Mosselprom englobaba todos los alimentos y productos considerados de primera necesidad. En esta gran campaña participaron, además de artistas como Tarkhov y Bulanov, el “Constructor publicitario”, agencia de comunicación creada por Mayakovski y Rodchenko, el primero realizaba los textos y el segundo el diseño gráfico.

Entre las campañas de Mosselprom, en 1924 destaca el lanzamiento de los cigarrillos *KLAD* (Tesoro), con una promoción que consistía en que cada paquete contenía números de lotería organizada por Mosselprom y la Comisión Gubernamental para la Mejora de la Vida de los Niños. Los premios eran: una vaca, un caballo y un tractor, entre otros. Las ganancias eran destinadas a los niños, en particular, a los huérfanos de la guerra civil, de modo que la campaña tuvo gran acogida al tener contenido social. Esta campaña la hicieron Mayakovski y Lavinski. Las imágenes de los carteles se basaban en una misma estructura: sobre fondo rojo o amarillo se colocaba un cuadrado o un círculo (al más puro estilo suprematista) y sobre ambos aparecían con tono

humorístico los regalos y los ganadores fumando cigarrillos sobredimensionados (más grandes que los personajes y animales).

Los carteles de Rezinotrest. Rezinotrest era el trust estatal de la industria del caucho, uno de los mayores conglomerados de la industria soviética. Gracias a los diseños de Rodchenko y a los versos de Mayakovski, se hicieron famosos en todo el mundo las chanclas de goma de Rezinotrest. En 1925, los carteles constructivistas de anuncios de Rezinotrest se exhibieron en la Exposición Internacional de Artes Decorativas de París. Entre estos carteles, destaca el de los chupetes y tetinas.



Fig.3. Mayakovski y
Rochenko. Cartel para
Rezinotrest. (1923).
Fuente Wikioo.org (C.C.
Public Domain)

“GIZ. La fuente del conocimiento y de la luz”. Este eslogan de Maiakovski expresaba la idea que sobre la cultura tenía previsto desarrollar el gobierno. Uno de los grandes problemas de la sociedad rusa de 1917 era la gran cantidad de personas analfabetas que había. El estado soviético dedicó gran atención a proporcionar a los obreros y campesinos el acceso a los libros y a erradicar el analfabetismo. En 1919 creó la editorial de la República Rusa GIZ, conocida también como Gosizdat. Con la NEP, las empresas editoriales tuvie-

ron un gran auge, con lo que el gobierno tuvo que lanzar una campaña que no se dedicó únicamente a competir por el mercado del libro, sino que era una campaña de propaganda política.

Los constructivistas de la revista *LEF* desarrollaron la campaña como un gran programa en el que se integraban métodos de almacenaje, distribución, venta, etc. Varvara Stepanova diseñó los trajes de los dependientes y Lavinski diseñó los quioscos transportables. Los carteles para esta campaña los hizo El constructor publicitario junto a los artistas antes nombrados. Lavinski aportó al cartel del momento la utilización de colores oro, de influencia claramente bizantina y una ampliación general de la gama de color, además de introducir nuevas líneas y puntos que creaban texturas uniendo fotomontaje y dibujo.

Las empresas editoriales privadas, al no tener medios suficientes, se unían en un solo cartel y, de esta forma, nacen los carteles “ensamblados”. Éstos se agrupaban normalmente alrededor de un eje principal, en el que había una ilustración que tenía relación con alguno de los pequeños anuncios, los textos se enmarcaban siempre con formas geométricas simples que se ensamblaban.



Fig. 4. Mayakovski y Rodchenko. Cartel para GIZ. (1924).

Fuente Wikioo.org (C.C. Public Domain)

En la publicidad de época leninista nos sorprende la ausencia de relación entre el producto anunciado y la imagen del mismo. Por ejemplo, para anunciar chocolatinas o cajas de cerillas aparecen aviones. Los motivos iconográficos se van a repetir en un futuro: locomotoras, fábricas, antenas radiofónicas, fraguas o válvulas de radio.

Es curiosa la unión de la publicidad y la propaganda política en época de Lenin, así pues, los productos objeto de la publicidad tenían nombres políticos como: cigarrillos Soviet o Frente Rojo, los perfumes Moscú Rojo, sin olvidar las galletas Octubre Rojo.

3.2.2. Personajes Ideales.

Las personas dignas de ser admiradas por el público de los carteles son ahora obreros jóvenes y fornidos; campesinos de bastante edad; el soldado del Ejército Rojo, amable, valeroso e indestructible; intelectuales; ateos... y desde el punto de vista negativo aparece el *nepman* (nueva burguesía surgida de la NEP), y los enemigos de la patria (aristócratas, burgueses y el clero, fundamentalmente).

3.3. Cartel político y de agitación en el periodo leninista.

Los artistas que realizaron carteles durante la Primera Guerra Mundial contra los germanos son los mismos (y sus alumnos) que hicieron los de concienciación y agitación política en 1917 y años posteriores.

Según J. Barnicoat los carteles políticos anteriores a 1919 (creación de la ROSTA) se realizaban desde un punto de vista comercial, a partir de esta fecha el cartel político se concibe de manera autónoma. Con el plan de propaganda monumental de Lenin y Lunacharski, el cartel político cobró una importancia especial pues se convirtió en el medio más utilizado para orientar a la población, en su mayoría analfabeta como ya se dijo.

Los estilos artísticos eran vanguardistas en su mayoría. Su avance desde el punto de vista artístico es grande, basándose en el cubofuturismo de los *luboks*, la caricatura de Deni y en general en la vanguardia rusa de los primeros quince años del siglo XX.

Se encuentran carteles de herencia periodística. Este es el caso de los de Kogut, que aún con estilo artístico cercano al *cezannismo* geométrico, utiliza ele-

mentos del más puro estilo narrativo con un texto explicativo en la parte inferior y con una imagen que lo ilustra, es decir, la imagen en función de un texto a “pie de página”. Radakov es otro de los maestros de la caricatura, parecido en su composición a Kogut. Casi todos estos cartelistas y otros más de las mismas características eran herederos del *lubok* cubofuturistas y adoptaron sobre todo la composición y el espíritu del texto-ilustración de Malévich y Mayakovski.



Fig. 5. Deni. *El camarada Lenin limpia la tierra de escoria.* (1920). Fuente Wikipedia CC Public Domain. Este cartel suscitó polémica al ser la base del cartel de la campaña de la CUP (Cataluña, España) en 2017.

3.3.1. Las ventanas satíricas de la R.O.S.T.A.

Basados en los *lubok*, las ventanas satíricas de la ROSTA están encaminadas a irritar, son groseras y, en cuanto a los recursos plásticos, utilizan distintos planos y puntos de vista que no respetan la perspectiva, huyen de la representación naturalista de la realidad, utilizan contornos para definir las figuras y las rellenan con colores planos. Buscan la bidimensionalidad y la sintetización.

En 1919 se fundó la Agencia de Noticias Telegrafiadas Rusa, dentro del Proyecto de Propaganda Monumental, ligada fundamentalmente al artista Cheremnij. La central estaba en Moscú, aunque pronto se crearon filiales en todas las grandes ciudades. Su misión era mucho más amplia que la creación

de carteles, sin embargo, pronto se les dedicó a éstos un lugar privilegiado. En un primer momento los carteles se hacían de un día para otro, a mano sobre un papel sin color de fondo, un solo ejemplar. Debido al éxito que tuvieron empezó su producción masiva en imprentas. Se llamaban ventanas satíricas porque se exponían en las vitrinas de los pasillos de la agencia de noticias a la vista del público; lo de satíricas es obvio, eran de carácter humorístico y burlón como los carteles de Deni o Dimitri Moor.

Los carteles de la ROSTA se basaban en la secuencialidad de las imágenes en un mismo cartel al estilo cómic. Se daba la misma importancia a la imagen que al texto. Como dijo Mayakovski:

(...) este trabajo no podía hacerse sino a la velocidad del telégrafo o de la ametralladora. Sin embargo, lo llevábamos a cabo no sólo con toda la fuerza y toda la seriedad de nuestro saber, sino que revolucionábamos igualmente los procedimientos y las maneras, perfeccionamos el arte del cartel que es, ante todo, el arte de la propaganda. Si existe algo en el dibujo llamado “estilo revolucionario” es el de nuestras vitrinas (Mayakovski, V., 1932, pp. 4-5).

Hicieron carteles para la ROSTA: Mayakovski, Moor, Maliutin, Lavinski, Levin, A. Nurenberg, el poeta Bedni y Lebedev entre otros. La aportación de Lebedev al cartel es fundamental puesto que, aparte de conocer a la perfección el mundo de la propaganda, realiza carteles en estarcido y crea nuevos tipos de personajes revolucionarios, a los que llamó “caminantes de la revolución”. En cuanto a estilo introdujo un mayor peso de la tipografía, como elemento estructural, y geometrización de personajes, continuando así la herencia cubofuturista. Se hicieron unos 500 carteles distintos que supusieron “una crónica viva de la revolución” (Julián, I., 1993).

Estilísticamente los carteles de la ROSTA eran de fácil lectura para las masas pues utilizaban formas rotundas, colores planos y dibujo elemental. El lenguaje era fácilmente comprensible: el rojo para los obreros y el negro o blanco para los burgueses. Se utilizaban tres tintas y la técnica avanzó hasta el punto de tener preparados en cuarenta minutos los carteles desde la llegada de la noticia hasta su colocación en los lugares públicos. La confección de las ventanas satíricas era de tipo colectivo en el que entraban periodistas, diseñadores, poetas e impresores. Los grupos de cartelistas berlineses del momento adoptaron este método de trabajo por ser el más eficaz y hasta finales del siglo XX (incluso hoy día) se utilizó esta forma de organizar el trabajo gráfico.

3.3.2. Grupos y artistas de vanguardia.

La concepción de la sociedad y de la capacidad humana para la construcción de los artistas de vanguardia revolucionarios es la base del increíble avance en cuanto a lenguaje y estética de los carteles producidos. En general cualquier obra de un artista de vanguardia tenía una gran carga política y, cuando se trataba de carteles, con más razón se politizaban.

La transición de la visión individual de formas para crear nuevas realidades estaba íntimamente ligada a la izquierda en Europa (Egbert, D.D., 1981). La idea de cambio o rechazo a la forma tradicional de representación presenta de forma directa el arte como medio propagandístico. La vanguardia llegó a Rusia más tarde que su inicio en Francia y Alemania y fue a través de viajes de artistas como Chagall, Archipenko o Zadkine, por ejemplo, pero también gracias a las colecciones de Chtchukin y Morozov, burgueses que compraban obras de arte por toda Europa y nutrieron a los muesos soviéticos cuando sus colecciones fueron expropiadas tras la Revolución de Octubre. En cuanto a las exposiciones, hay que destacar la realizada en 1909 por toda Rusia, el Primer Salón de Izdebski, inaugurado en Odessa (Ucrania) con obras de Bonnard, Balla, Metzinger, Signac, etc. Por su parte, desde 1909 los rusos exponen también en París, en 1914 Malévich expone en el Salón de Otoño de París y en Berlín. En 1920, la vanguardia rusa ya es conocida en casi toda Europa.

El cartel político debe a la vanguardia rusa la creación de nuevos lenguajes simbólicos y plásticos.

El caso de El Lissitzki (Lazar Markovich Lissitzki), que no solo extendió masivamente la simbología suprematista del color, sino que desarrolló el lenguaje plástico creando volúmenes, atribuyendo significados distintos a las formas geométricas: triángulo, agresividad y violencia; círculo, inestabilidad y delicadeza. Lissitzki investigó, además, sobre diseño gráfico y llevó sus conocimientos a Alemania y Holanda, entre otros países.

No se pueden pasar por alto las importantísimas aportaciones del constructivismo, ya no solo en cuanto a la composición de las obras, la utilización de líneas y puntos, texturas y masas de color, sino también en cuanto a la concepción del cartel como una forma artística equivalente a cualquiera de las bellas artes debido a las teorías de la colectivización y masificación del arte.

Klutsis es otro de los artistas principales del cartel político soviético, puesto que a él se debe la utilización de la fotografía y el fotomontaje.

El cartel consigue gracias a la vanguardia el máximo desarrollo técnico, comunicativo y plástico visto hasta aquel momento.

Cubofuturismo. Mayakovski, Filonov, Rozanova, Malévich y Burliok son algunos de los llamados futuroeslavos o cubofuturistas. Este movimiento experimental busca la línea como elemento simbolista que pretende exteriorizar lo interno. El cubofuturismo adquiere características de dos movimientos previos: Cubismo, con la descomposición en distintos puntos de vista e influencias de Léger (cilindrización de figuras) y Cezanne; Futurismo, con la suspensión de las figuras en posiciones desequilibradas, el movimiento está contenido, y se acude a temas rurales y urbanos. Entre 1913-1920 se combinan conscientemente cubismo y futurismo, en concreto los juegos rítmicos de color y la metalización de las figuras. Hay simultaneidad de distintos movimientos con trazos vigorosos. Se emula el movimiento. El Rayonismo incorpora también el movimiento en el color y la forma.

En principio el cubofuturismo no se adscribió a ningún grupo político, pero por su importancia para la propaganda de la Primera Guerra Mundial, se les consideró artistas del pueblo y es en 1918 cuando el sector más revolucionario del grupo (Maiakovski, Burliok y Kamenski) publicaban en la *Gaceta Futurista*, nº1, una serie de iniciativas para la democratización del arte a través de su presencia en la calle y en los medios de propaganda y agitación. Poco después aparecía un artículo de Altman en *El arte de la Comuna* que decía: "Tan sólo el arte futurista es hoy el arte del proletariado" (González García, A; Calvo Serraler, F.; Marchán Fiz, S., 1979, p. 153). En cualquier caso, Lunacharsky, aún sin tener predilección por el Futurismo, opinaba también que eran verdaderos revolucionarios al servicio del pueblo.

Hacia 1918 el cubofuturismo en el cartel desaparece prácticamente dejando sus valiosas aportaciones en cuanto a estilo artístico, concepción del arte para la masa y objetivos funcionales para la propaganda, la educación y la agitación.

Suprematismo. En Rusia, se consideraba al pintor simbolista y músico lituano Chiurlionis como el primer pintor abstracto. La abstracción musical junto con las grecas y arabescos del primitivismo ruso son el principio del suprematismo, que une a esta vanguardia el concepto de azar proveniente de

la cultura oriental (china concretamente). Mientras que el azar en Europa es inquietud y excitación, en China es el primer paso para ulteriores búsquedas, es la base de la creación.

Tras la exposición *0,10* de 1915, en la que Malévich presenta su *Cuadrado negro sobre fondo blanco*, se forma el grupo Supremus, en el que la economía se convierte en la quinta dimensión. El acto de crear no es mimético, es un acto puro; el mundo supremo es el del ser, el de la creación. El suprematista crea obras autónomas, no copias, crea productos totalmente nuevos.

Pertenecen al grupo Rozanova, Malévich y Kliun, uniéndose más tarde Popova, Pestel y Archipenko, desde París. El suprematismo rechaza la geometría euclidiana. La matemática deja de definir la geometría, para hacerlo el movimiento y el ritmo. Las masas de color planas con formas geométricas básicas que se seccionan, típicas del suprematismo son muy propicias para la creación de carteles de gran simpleza y efectismo, debido a la exigencia de economía formal para la producción de carteles. Negro, rojo y blanco son los colores básicos suprematistas, que se llenan de simbolismo.

La producción principal de carteles la realiza Lissitzki. Estudió dibujo y diseño, en 1918 obtuvo el diploma de arquitecto. Viajó por toda Rusia, conoció a A. Exter y aprendió de Chagall conceptos de tipografía. Estudió con Malévich y creó sus PROUNES. En 1921 viajó a Berlín, tomó contacto con De Stijl, la Bauhaus y los dadaístas. Su experimentación en el diseño gráfico sería reconocida por todos los artistas europeos. Hizo fotomontajes, revolucionó la composición y técnicas del cartel y dio a conocer el suprematismo al resto del mundo.

Hizo carteles para exposiciones de la Bauhaus, para el gobierno soviético (como *Golpead a los blancos con la cuña roja*) y llevó al pueblo el lenguaje suprematista, variando así el significado de formas y colores. Realizó en 1924 la campaña publicitaria de la tinta Pelikan y fue uno de los pocos artistas que consiguió hacer en vida una exposición de su obra gráfica.

Otros cartelistas suprematistas aparte de Malévich y Lissitzki fueron los hermanos Karkov, Chashkin y Sutin.

Constructivismo. Este movimiento nació en la URSS con el manifiesto de Alexei Gan y fue presentado con la exposición de Medunetsky y los hermanos Stenberg. Influidos por Malévich, Popova define en 1919 las bases del

constructivismo: espacio pictórico (cubismo), línea, color (suprematismo), energía (futurismo) y texturas (Tatlin). Dejando de lado la representación mimética de la realidad, las emociones, el carácter literario, el ilusionismo y todo lo que pueda ser reconocido. En principio parece que estas características no son favorables a la producción de carteles, pero sin embargo, su sentido de crear arte para el pueblo en la nueva sociedad hace que el constructivismo tenga un carácter comunicativo y social muy importante:

El arte está llamado a acompañar al ser humano por todas partes donde discurre y se agita la vida infatigable: en el taller, en la oficina, en el trabajo, en el reposo y el tiempo libre; los días laborables y los festivos, en la casa y en la carretera para que la llama de la vida no se extinga en él (González García, A; Calvo Serraler, F.; Marchán Fiz, S., 1979, p. 269).

Se crean grupos de trabajo en los que los elementos específicos son: la tectónica (relación entre arquitectura y política), construcción y factura (textura y materialización). Desde el punto de vista práctico se realizan campañas de prensa.



Fig. 6. Lissitzki. Golpea a los blancos con la cuña roja. (1919-1920).

Fuente Wikipedia. CC Public Domain.

Se ha hablado ya del Constructor Publicitario, con sus aproximadamente 50 carteles. Los primeros no se basaban en objetos reales para crear, eran completamente abstractos, utilizaban líneas, formas geométricas y existía un estudio de color como creador de tensiones y movimiento, utilizando colores experimentales que no se habían usado.

La tipografía constructivista es rotunda, crea estructuras y es parte integrante de la composición, a veces es lo único que aparece en el cartel. Se utilizan constantemente filetes y corondeles para enmarcar, subrayar y separar letras. Se pretende una tipografía única para todas las repúblicas soviéticas pero finalmente no se llevó a cabo con éxito.

Los carteles constructivistas explotan todos los recursos gráficos conocidos: tamaños y formas de signos exclamativos e interrogativos, color y tipografía. Se utilizan flechas que guían al receptor del cartel según el recorrido que ha de seguir (basados en los estudios de reflexología y percepción de Pavlov). Hay un gran avance en cuanto a estudios de eficacia de las campañas comunicativas.

El cartel sustituye al arte de caballete. En 1923, Artavov, teórico maximalista del productivismo, dijo en la revista *LEF*:

Las gentes de *LEF* rechazan categóricamente el arte de caballete museo-intimista, luchan a favor del cartel, la ilustración, el reclamo, el foto-cine montaje, es decir, por los géneros del arte representativo y utilitario que sea de la masa, realizados por medio de la tecnología de las máquinas y ligados estrechamente al modo de vida material de los obreros de la industria (Marcadé, 1995, p. 322)

Los cartelistas constructivistas más innovadores fueron Rodchenko y Mayakovski. Utilizaron formas geométricas para conseguir el movimiento de la composición con colores llamativos; un silueteado de textos alrededor o dentro de las formas; acompañaron y contornearon la tipografía con líneas gruesas o rectángulos; lanzaron los productos al espectador mediante técnicas visuales, como corte de bandas paralelas por una forma geométrica superpuesta.

Utilizaron el fotomontaje como forma de facilitar la comprensión de los mensajes y estereotipos ya utilizados por el cartel en años anteriores (como las posturas de medio lado de los protagonistas para animar a realizar una acción y la utilización de manos señalando las ya realizadas durante la Primera Guerra Mundial).

Otro destacado constructivista fue Anton Lavinski, quien participó en el Plan de Propaganda Monumental como arquitecto y cartelista. Son famosos sus carteles para GIZ. Su importancia para el cartel ruso se debe a tres razones: amplía la gama de colores utilizando degradados y dorados o simulación de estos; utiliza nuevas texturas, lo que hoy llamamos tramas, mediante líneas y puntos separados para crear efectos ópticos; se preocupa por dar facilidad a la comprensión del mensaje dando mayor facilidad al entendimiento del cartel mediante texturas capaces de dar sensaciones, utilización de colores simbólicos y fotomontaje. Una de sus constantes es la de utilizar personajes con los brazos abiertos para dar confianza al espectador.

Mientras en Europa el fotomontaje era una rama del arte más, el artista soviético Klutsis lo consideraba como elemento fundamental en la propaganda política, además de elemento gráfico. Llamó a sus carteles “Composiciones Suprematistas Voluminalmente Espaciales+Fotomontaje”. Hizo composiciones abstractas que en realidad son estudios arquitectónicos, diseños de nuevas ciudades, en las que, con perspectiva isométrica, incluyó círculos y otras formas geométricas simples. Los círculos son símbolo de mundos autónomos en los que se inscriben ciudades ideales. Existe un paralelismo con los *collages* cubistas y la abstracción adquiere un elemento que nos pone en contacto de nuevo con la realidad mediante la tipografía y el fotomontaje.

Entre las mujeres cartelistas destaca Stepanova. Sus carteles son parecidos a los de Rodchenko, pero aportando composiciones mucho más estudiadas y complicadas, con gran cantidad de elementos (letras, colores y formas). Trata de buscar equilibrios en toda la composición y suele conseguirlo mediante la disposición en triángulo de los elementos, que forman una pirámide (a veces invertida). Utiliza gran cantidad de colores y hasta cierto punto es más figurativa que otros compañeros suyos.

Por último, nombrar a Vladimir y Georgüei Stenberg. Son los cartelistas por excelencia del constructivismo puesto que se dedicaron casi en exclusiva a ello. Su obra artística se reduce al cartel especializado para espectáculos, pero participaron también en todo tipo de actividades propagandísticas durante la Guerra Civil rusa. Sus composiciones son muy variadas, utilizan la espiral como elemento dinámico (herencia de Tatlin) pero también líneas que recuerdan a Rodchenko, para expulsar hacia el espectador los motivos principales.

Tienen influencias de todos los estilos (Cubismo, Futurismo, Suprematismo, Dadaísmo, etc.) y utilizan con asiduidad el fotomontaje, pero a diferencia de Klutsis, en sus fotomontajes utilizan la parte por el todo como recurso visual. Aparecen solo una mano, una cabeza,... y desproporcionadas por completo.

Realizaron carteles constructivistas otros artistas como: Liubov Popova, Alexei Gan, Altman, Annenkov, Levin, Tellingater, Prusakov, Punin, Vesnin y Luglach.

El **Expresionismo** fue uno de los movimientos de vanguardia más extendido en Europa. Sus características principales son la importancia que da al sentimiento del creador, lo grotesco y la deformación de la realidad,... y sobre todo la gran tradición de izquierda que heredaba (caricaturas de Daumier, y compromiso de Toulouse-Lautrec). Kandinsky fue uno de los miembros de *Der Blaue Reiter*. Su obra gráfica la realiza sobre todo en Alemania con sus famosas portadas y carteles para anunciar las exposiciones de *El Jinete Azul*, pero no se pueden olvidar los carteles y logotipos que realizó en Rusia. Sus obras incluyen ritmos y abstracciones musicales como en sus cuadros. La mayoría de su obra gráfica rusa la realiza a partir de 1921, pero es escasa por el poco tiempo que residió en la URSS.

El cartelista expresionista por excelencia es Dimitri Stajievich Moor (1883-1946), fue uno de los fundadores de la gráfica satírica. Desde principios del siglo XX formó parte de asociaciones revolucionarias, colaboró con la revista *Budilnik (El Despertador)* en la que dibujaba caricaturas políticas.



Fig. 7. Simakov. *V Aniversario de la Revolución de Octubre*. (1923). Fuente: Wikipedia CC Public Domain.

Entre 1920-21 comenzó su labor como cartelista habitual, que harían que pasase a la historia de la gráfica cartelística: *Regalo Rojo para el blanco*, *¿Te has alistado como voluntario?* y *¡Ayuda!* (hecho como consecuencia a la cosecha perdida y falta de víveres del Volga en 1921) son sus carteles más famosos. Sus personajes son completamente expresivos, están deformados para conseguir mayor tensión. Hay gran contraste de colores, gritos de espanto, desproporciones, rasgos tétricos y fondos negros.

Las caricaturas de Dimitri Moor, siempre complicadamente dispuestas y sombrías, se parecen a un panfleto con efectos de muerte. Su técnica de blanco y negro, tan característica en él, enlaza una composición flexible y cuidadosamente meditada de las líneas de contorno (VVAA, 1982, p. 245).

Otros artistas expresionistas fueron Kustodiev y Favorski.



Fig. 8. Dimitri Moor. *Un regalo rojo para un señor blanco*. (1920). Fuente: Wikipedia. CC Public Domain.

3.3.3. *Iconografía.*

Los principales símbolos y signos en el cartel propagandístico de época leninista aparecen habitualmente en un mismo cartel para aumentar la carga comunicativa. Los principales colores utilizados y su simbología son: rojo, símbolo de libertad, revolución y sangre, desde la Revolución Francesa, y con más fuerza con el partido bolchevique; negro, de los aristócratas y el antiguo ejército zarista, relacionado con el mal y el atraso social, por extensión, se aplica a los mencheviques y, más adelante, a los ejércitos nazi, fascista y a la representación de bestias enemigas; blanco, asociado con el ejército blanco menchevique de la guerra civil rusa, es el enemigo más directo de la Rusia leninista.

Formas geométricas: triángulo, como fuerza agresiva de ataque que abre caminos, destruye lo que encuentra a su paso (desde un punto de vista positivo); círculo, forma débil, cerrada, antigua, inestable para algunos (Lissitzki) o positivo como unión mundial y autonomía (Klutsis).

Otros elementos iconográficos muy utilizados son: la hoz y el martillo, nuevo emblema comunista; Lenin, la imagen del líder como icono de progreso que se extiende a nivel mundial, no únicamente en la URSS; la fábrica, como progreso; la flecha, indicador de la lectura del cartel en sí, como dirección para enfocar la lucha y a veces es la prolongación del triángulo; obreros y campesinos, los verdaderos protagonistas de la Revolución, amables pero fuertes y bravos, anónimos, vestidos de rojo habitualmente y portando los símbolos revolucionarios; la estrella roja, de cinco puntas, unión de todos los comunistas de los cinco continentes; las siglas URSS (СССР, en cirílico), anagrama del nuevo país, símbolo autónomo que desarrolló la tipografía especialmente y se convirtió en un importante elemento compositivo dentro del cartel.

4. Cartel soviético estalinista hasta 1939.

El estalinismo propugnaba el nacionalismo soviético con centralismo ruso como única forma de sostener los avances de la Revolución, esto supuso un estado represor y controlador, el monopolio del PCUS y el culto a la personalidad del líder que acabó con toda la oposición, en muchos casos preventiva, tomando a los sospechosos como culpables hasta que se demostrase lo contrario.

Stalin es una de las personalidades totalitarias que más pasiones ha despertado debido a las campañas políticas de su propia persona que lo convirtió en uno de los dictadores más poderosos de la tierra.

Al hablar del cartel en época estalinista, no podemos olvidar que, tras las persecuciones y el estado de represión, las estructuras formales estéticas son cambiadas por la fuerza y que, junto a los nuevos propagandistas del realismo socialista, conviven los grandes cartelistas de época leninista que tiene que adaptarse a las nuevas directrices impuestas.

El periodo estalinista es sumamente interesante para los estudios de propaganda por los hechos históricos que ocurrieron en el mundo en esos momentos, como la crisis de 1929, que provoca la reestructuración de los países y sus industrias. El ascenso de los sistemas totalitarios en Alemania e Italia, que provocan la excusa perfecta para establecerlos en otros lugares con signo político contrario. Esta propaganda no respeta la libertad del receptor, ni tampoco la de los creadores, ya que estilos, artistas y obras son perseguidos y destruidos.

4.1. Arte y propaganda en época de Stalin.

Durante las manifestaciones de 1905, Stalin fue periodista y agitador político. Siguió sus actividades propagandísticas hasta la Revolución de Octubre. Fue nombrado director del periódico Pravda en 1917 y comisario del pueblo para las nacionalidades. En 1921 fue nombrado secretario general del PCUS.

Stalin coincide con Marx y Engels en que el más fácil de los estilos artísticos para llegar al pueblo es el realismo. El realismo, no desde el punto de vista constructivista (que se consideraban a sí mismos los nuevos realistas) sino desde el punto de vista clásico del naturalismo del siglo XIX: objetivo y científico.

El pueblo se había acostumbrado al nuevo arte de la URSS de Lenin, por ello eligió varias formas de volver a cambiar el estilo. La primera fue el cambio de la enseñanza del arte en las escuelas, sustituyendo a los maestros de bellas artes y obligando a enseñar el realismo socialista y controlando la Asociación de Artistas de la Rusia Revolucionaria para obligarles a adoptar esta estética. En este momento se empieza a criticar a artistas y asociaciones relacionadas con el cubo-futurismo y la abstracción por ser dañinas para el desarrollo revolucionario:

Los artistas que simpatizaban con estas corrientes formalistas defendían la revolución, pero con palabras, estaban muy alejados de la praxis creativa, más aún, se separaban decididamente de ella y se juzgaban a sí mismos, con esto, como artís-

ticamente infructíferos. En contraposición a estos artistas, los realistas reaccionaron vivamente ante los acontecimientos de la época; ya en época de la guerra civil hubo muchas obras importantes y de calidad, incluso obras de valor duradero. Esto no sólo sirve para la escultura, para las artes gráficas y sobre todo para el arte de carteles, sino también para la pintura, donde al lado de reportajes artísticos, aparecieron, también, creaciones con un profundo contenido ideológico, preñadas de *pathos* y revolución (VVAA, 1982, p. 120).

El arte de vanguardia es considerado contrario a los sentimientos socialistas pues lo consideraba un arte contradictorio y no eran verdaderos artistas que luchaban por su patria, por ello debían ser perseguidos y asesinados.

La Asociación de Artistas de la Rusia Revolucionaria fue la base para el desarrollo del realismo socialista. Este grupo, que había estado a la sombra en época leninista, pasa a dirigir todas las subvenciones estatales, que pretende “eternizar de manera documental el momento de la historia en su impulso revolucionario” y realzar “la fidelidad para con el realismo y su esfuerzo por dar forma a las ideas de la revolución de manera romántica, altamente artística” (Íbid., p. 121). La Asociación de Pintores sobre Madera (OSt), también recibió todas las subvenciones y apoyos que solicitó. El resto de asociaciones y artistas solo tenían una opción si querían seguir viviendo en la URSS y no ser juzgados de traidores a la Revolución, cambiar su concepción del arte superando las consideradas influencias burguesas, para no ser considerados extraviados.

El Comité Central del PCUS hizo pública una resolución el 18 de junio de 1925, *Sobre la política del Partido en el terreno de la literatura de ingenio*, en la que apelaba a los artistas a reflejar en sus obras la realidad más profunda y amplia, reflejar la vida “correctamente”.

Uno de los objetivos principales era realizar bajo un mismo estilo un documento visual con los acontecimientos más importantes de la URSS. Por qué un mismo estilo y por qué el realista: un mismo estilo por la idea comunista de Stalin en la que todos debían ser iguales en los gustos; el realismo porque la historia del arte de la izquierda desde el nacimiento del marxismo había sido realista y porque entendía que, en vez de educar al pueblo en el nuevo arte, había que defender a los que no entendían el nuevo arte formalista.

El 23 de abril de 1932, el Comité Central del PCUS, con el deseo de acabar con creadores, asociaciones y grupos de artistas distintos al arte realista, pro-

mulgó la ya famosa resolución *Sobre la transformación de organizaciones literarias y artísticas*, por medio de la que suprimió un gran número de organizaciones artísticas y estableció la Asociación Unitaria de Artistas Soviéticos. Este centralismo se hacía a todos los niveles, no únicamente en el arte y la forma de llevarlo a cabo, quedó oculta muchos años, era una “caza de brujas a la soviética”. La simple sospecha era la causa de que muchos artistas desaparecieran del mapa y se escribió: “Ya por esta época se había decidido la mayor parte de los artistas por el camino del realismo socialista” (Íb., p. 122).

Durante la década de los 30 del siglo XX, la URSS se convierte en la gran potencia mundial y su arte está plenamente cargado de contenido ideológico. Hay un gran interés por crear figuras universales, iconos personalistas y arte monumental, con creaciones gigantescas en las que se exalta la figura de Stalin. La propaganda estalinista es igual al resto de dictaduras europeas de cualquier signo político.

Los medios de comunicación se perfeccionan y es en esta década de los 30 cuando se vuelve con fuerza al cartel político. La ROSTA es sustituida por la TASS, que realiza carteles y octavillas. Durante la Gran Guerra Patria (Segunda Guerra Mundial), se realizaron importantísimas campañas propagandísticas y, tras ella, campañas internacionales.

4.2. *La transición del cartel leninista al estalinista.*

Como ya se ha comentado, la sociedad soviética estaba acostumbrada a las nuevas propuestas artísticas suprematistas y constructivistas, por lo que se realizó una transición de la vanguardia al realismo socialista en la que destacaron artistas como Deineka, Bulanov, Pimenov y Valentina Kulagina.

La contraposición y lucha estética entre el realismo socialista y la vanguardia se hizo patente en numerosos foros, y destacan los duros ataques a Mayakovski y los constructivistas que se llevaron a cabo entre los años 1923 a 1925 y en 1927 y 1928 desde la revista *LEF*. Esta lucha se reflejó especialmente en la pugna por las subvenciones estatales entre la idea de educar al pueblo (constructivismo) y la que pretendía dar al público lo que ya conocía, realismo.

Desde la muerte de Lenin (1924) hasta que se decretara la exclusividad del realismo socialista, se siguieron exponiendo carteles vanguardistas en París (en el pabellón soviético de la Exposición de Artes Decorativas de 1925), don-

de el Constructor Publicitario ganó una medalla de plata por su trabajo estético y propagandístico. Stepanova, Lavinski, Mayakovski y Rodchenko continuaron con la campaña de la editorial estatal GIZ.



Fig. 9. Deni. *El camino hacia el Octubre Mundial.* (1931). Fuente: Wikipedia CC Public Domain.

Los constructivistas comenzaron a abandonar la URSS: Alrman, en 1928; Denisovski, que había hecho carteles para la ROSTA y era hijo de otro conocido diseñador gráfico, desapareció sin dejar huella (no se sabe si huyó o fue asesinado); Alexandra Exter emigró a París en 1924 y se dedicó a la docencia del arte; Mayakovski se suicidó en 1930; Naumov, diseñador de carteles de cine, muere en 1928; Liubov Popova fallece enferma de escarlatina; Punin, aunque vivió en la URSS hasta 1953, fue detenido y desterrado varias veces durante el periodo de entreguerras; Senkin trabajó durante los años 20 con Lissitzki y más tarde abandonó su profesión como diseñador; Georgüei Stenberg murió en 1933 víctima de un accidente de tráfico, su hermano Vladimir siguió la labor con su hijo, pero tuvieron que cambiar de estilo estético. Estos datos no quedan completamente claros porque la rígida censura no ha permitido corroborar si algunos dejaron de hacer carteles obligados o si algunas de las muertes fueron por los motivos que explicaron las autoridades.

Entre los artistas que siguen con su labor readaptándose a la nueva imposición se encuentran:

- Klutsis, que se adaptó rápidamente pues su experiencia con el fotomontaje le permitió asimilar el enfoque realista con mayor facilidad. Entre 1930 y 1933 realizó una serie de carteles para el Primer Plan Quinquenal. El cartel de 1930 *Trabajadores y trabajadoras, todos a la elección de los soviets* es uno de los más conocidos, en él coloca manos con distintos tamaños que conforman un triángulo con posición diagonal y letras que atraviesan perpendicularmente el triángulo. Klutsis tiene muy en cuenta la simetría en su obra, incluyendo inicialmente una tipografía rotunda como elemento compositivo que va haciéndose más fina y perdiendo importancia en la estructura, alejándose de la utilización constructivista progresivamente.
- Lisitzki. En este momento de ascenso de Stalin, el artista ya era conocido mundialmente y vivió entre la URSS y Europa occidental. Utilizó también el fotomontaje e investigó en sus posibilidades. Organizó exposiciones de prensa (Colonia, 1928), Exposición Tipográfica Rusa (Moscú, 1927), diseñó las secciones soviéticas de la Exposición Foto y Filme (Stuttgart, 1929) y prosiguió en el campo de las artes gráficas con carteles antifascistas como *Proporcionadnos más tanques*.
- Rodchenko y Stepanova. Reestructuraron su forma de hacer arte basándose también en el fotomontaje para conseguir una apariencia más realista. Sus carteles de grandes masas geométricas constructivistas se convierten en espigones de puertos, barcos gigantes, etc., que se disponen diagonalmente. También continuaron su experimentación con obras en las que buscaban efectos ópticos.
- Georgiuei y Vladimir Stenberb. Se dedicaron a hacer carteles de cine. Las composiciones siguen siendo constructivistas con utilización de espirales, masas de color que se superponen y configuran la composición y con líneas que ayudan a acercar al espectador los motivos y personajes que cada vez se acercan más al realismo (con la utilización del fotomontaje). Los edificios dejan de ser masas de color para ser hexaedros con ventanas y los personajes poco a poco pasan a ser fotografías de personas en movimiento. Se sigue utilizando la parte por el todo y la metonimia como recurso visual.

- Lavinski. En vez de utilizar únicamente el fotomontaje como los anteriores artistas lo mezcla con un dibujo muy realista. Por otro lado, aprovecha los carteles para sintetizar al máximo, siempre con un sentido figurativo, que le permite mantener el tipo de composición constructivista.
- Prusakov. Sus carteles figurativos tienen como protagonista la línea con dibujos con partes del cuerpo humano (caras, manos, etc.). Sus creaciones tienen un tono de humor por el absurdo basado en las desproporciones y las posiciones forzadas. Su utilización del fotomontaje y el dibujo, al no mantener proporciones, se convierte en un collage entre el cubismo y el dadaísmo.
- Hacen también carteles con fotografías a modo de collage Favorski y Senkin.

Entre los cartelistas de transición, educados en la década de 1920 y que realizan su labor más importante en la de 1930 y que realmente asientan las bases del realismo socialista desde su educación juvenil vanguardista, destaca Alexandre Alexandrovitch Deineka (1899-1969).

Deineka fue el artista que asumió de forma más original la transición, captando los ritmos modernos (fábricas, masas humanas, psicologismo de las personas en la nueva sociedad, etc.) desde su educación como ilustrador, dibujante y cartelista desde su juventud. Utilizó masas de color planas para la confección de sus fondos y figuras. Sus colores son de escasa vivacidad: blancos, negros, ocre y verdes “sucios”. Se caracteriza por el dinamismo en la composición, de herencia futurista (con movimiento en las figuras, ráfagas de aire en el cabello y líneas oblicuas para crear profundidad). Contrasta las proporciones y los planos, las figuras de primer término no guardan la perspectiva general y son desproporcionadamente mayores. Los planos se cortan sin mantener la perspectiva tradicional que exigía el nuevo realismo. Sí adopta la expresividad como característica del realismo socialista, intentando mostrar en sus personajes una psicología con sentimientos que anteriormente no importaban puesto que eran anónimos y sin fisionomía marcada, sus personajes se personalizan. Hay que destacar entre sus carteles *Exigimos la instrucción obligatoria general* y *Hacia la mecanización del Donbás*.

Dimitri Bulanov es otro artista interesante pues recoge formas de comunicación de la cartelística de Europa occidental. Reduce sus figuras a formas simplificadas por medio de siluetas rellenas de color plano en las que inscribe letras.

No pierde la utilización de flechas y la rotundidad tipográfica constructivista, pero es figurativo. Tiene muy en cuenta la economía en las planchas y tintas (dos habitualmente, a veces tres). Destaca su campaña de promoción del zoológico de Leningrado en los últimos años de la década de 1920.

Juri Pimenov marcó una clara incapacidad para asentar el realismo socialista, pues sus personajes son forzados, aun intentando ser naturalistas son rígidos con estudios anatómicos poco desarrollados. Iconográficamente representa hombres trabajando en fábricas con torsos desnudos habitualmente.

Valentina Kulaniga tiende a la figuración basándose en la geometrización volumétrica del cubofuturismo, con la utilización del fotomontaje para conformar masas de personas.

Otros cartelistas famosos de transición fueron: Melnikov, Uyalov, Dolgorukov, Natalya y Elkin.

4.3. La total imposición del Realismo Socialista.

Durante los primeros años de la URSS, los artistas de la AChRR eran llamados “derechistas” y, una vez que Stalin les da todo el apoyo institucional, atacan a la vanguardia que les precedía. La vuelta al arte de caballete es un gran retraso para el cartel pues las formas sintéticas y la búsqueda de la potencia comunicativa con el color desarrolladas por los vanguardistas son rechazadas defendiendo postulados contrarios a la naturaleza de la técnica del cartel.

La asociación de pintores OSt, declaró:

Renuncia al carácter abstracto y a la esencia de los pintores ambulantes en el motivo;
Renuncia al estilo de bosquejo como forma de diletantismo encubierto;
Renuncia al pseudocezannismo, que disgrega la disciplina de la forma, del dibujo y del color;
Modernidad y claridad revolucionaria en la elección del motivo;
Esfuerzo por la absoluta maestría en la pintura figurativa, en el dibujo, en la plástica, como continuación del desarrollo de los logros formales de los últimos años;
Esfuerzo por el cuadro perfecto;
Orientación al artista joven
(VVAA, 1979, p. 307).

El lienzo se convierte en forma de comunicación masiva y los carteles ya no pueden evolucionar. La economía semántica, principio fundamental del car-

tel, se empieza a desterrar, volviendo a planteamientos del comienzo de la comunicación del Realismo del siglo XIX, como la caricatura y a la estética anterior a la Primera Guerra Mundial. Uno de estos artistas satíricos de época de Stalin fue Brodaty que se había formado artísticamente en Austria y que, tras la Revolución de Octubre, había diseñado cientos de carteles y otros productos gráficos caricaturescos, trabajando primero para las ventanas de la ROSTA y luego para las revistas *Cocodrilo*, *Begemont* y *Smechatch*. Sus obras reflejan historias en entornos extranjeros que son ridiculizados con el fin de exaltar el nacionalismo soviético.

Cheremij reactiva las ventanas TASS (herederas de la ROSTA) y Yefimov, también antiguo colaborador de la ROSTA, se trasladó a Moscú y allí se convirtió en caricaturista famoso, con trabajos muy cercanos a los de su colega Deni. Durante los años treinta se caricaturizó asiduamente a los grandes magnates de la industria que había ascendido con el nazismo y a los políticos ingleses que no ayudaban a la República española en su política de no intervención (como *En la cuna del fascismo alemán*, de 1936).

El grupo de los Kukryniksy se dedicó a la caricatura y diseño de carteles también, pasando a convertirse en los cartelistas más famosos de la Segunda Guerra Mundial. Comenzaron con caricaturas literarias, carteles críticos con los desajustes del ferrocarril y posteriormente a temática internacional. Se basaban en canciones y la estética de la tradición oral rusa.

Por último, citar a tres artistas que conformaron el grupo de cartelistas más importantes de la posguerra (a partir de 1945), Ivanov, Kokorekin y Korezi, que desarrollaron carteles totalmente realistas directamente heredados de Steinlein y otros artistas anteriores a la Primera Guerra Mundial.

6. Bibliografía.

- ACADEMIA DE LAS ARTES DE LA URSS. (1982). *El arte de los países socialistas*. Madrid: Arte Cátedra.
- ANISK, Mikhail. (1989). *Diseño gráfico soviético años 20*. Barcelona: Gustavo Gili.
- BARNICOAT, John. (1995). *Los carteles, su historia y su lenguaje*. Barcelona: Gustavo Gili.
- BOZAL, Valeriano. (1978). *La construcción de la vanguardia*. Madrid: Cuadernos para el diálogo.
- CERNEVIC, Elena. (1990). *Graffica russa 1880-1917*. Florencia: Cantini.
- DARRACOTT, Joseph. (1974). *The First World War in posters*. Nueva York: Dover.
- EGBERT, Donald Drew. (1981). *El arte y la izquierda en Europa*. Barcelona: Gustavo Gili.
- ELGER, Dietemar. (1993). *Expresionismo*. Colonia: Taschen.
- ENEL, Françoise. (1977). *El cartel: lenguaje/funciones/retórica*. Valencia: Fernando Torres.
- FERNÁNDEZ, Antonio (1988). *Historia del mundo contemporáneo*. Barcelona: Vicens Vives.
- GÓNZÁLEZ GARCÍA, Á., CALVO SERRALLER, F., & MARCHÁN FIZ, S. (1979). *Escritos de arte de vanguardia, 1900/1945*. Madrid: Turner/Fundación Faustino Orbegozo.
- GREY, Ian. (1989). *Stalin*. Barcelona: Biblioteca Salvat de Grandes Biografías.
- JULIÁN, Inmaculada. (1993). *El cartel republicano en la Guerra Civil española*. Madrid: Ministerio de Cultura.
- KURZ, J.A. (1991). *El arte en Rusia en la era soviética*. Valencia: Instituto de Historia de Arte Ruso y Soviético.
- LOODER, Christina. (1988). *El constructivismo ruso*. Madrid: Alianza Editorial.
- LUNACHARSKI, Anatoli Vasilievich. (1969). *Las artes plásticas y la política en la Rusia revolucionaria*. Barcelona: Seix Barral.
- MARCADE, Jean-Claude. (1995). *L'avant-garde russe*. París: Flammarion.
- MOIX, Terenci. (1996). *La gran historia del cine*. Madrid: ABC.
- SAGER, Peter. (1981). *Nuevas formas de realismo*. Madrid: Alianza Editorial.

- TOLSTOI, V.; BIBIKOVA, I; COOKE, C. (1990). *Street art of the revolution: festivals and celebration in Russia 1918-1933*. Londres: Thames & Hudson.
- VV.AA. (1977). *Kunst und revolution. Sowjetische kunst während der Phase der Kollektivierung un Indusrialsierung 1927-1933*. Berlín: NGBK.
- VV.AA. (1992) *Die Grote Utopie de russische avantgarde 1915-1932*. Amsterdam: Stedelijk Museum.
- VV.AA. (1995). *Arte y poder. La Europa de los dictadores 1930-1945*. Barcelona: Centro de Cultura Contemporánea.
- WEBER, Hermann. (1989). *Lenin*. Barcelona: Biblioteca Salvat de Grandes Biografías.