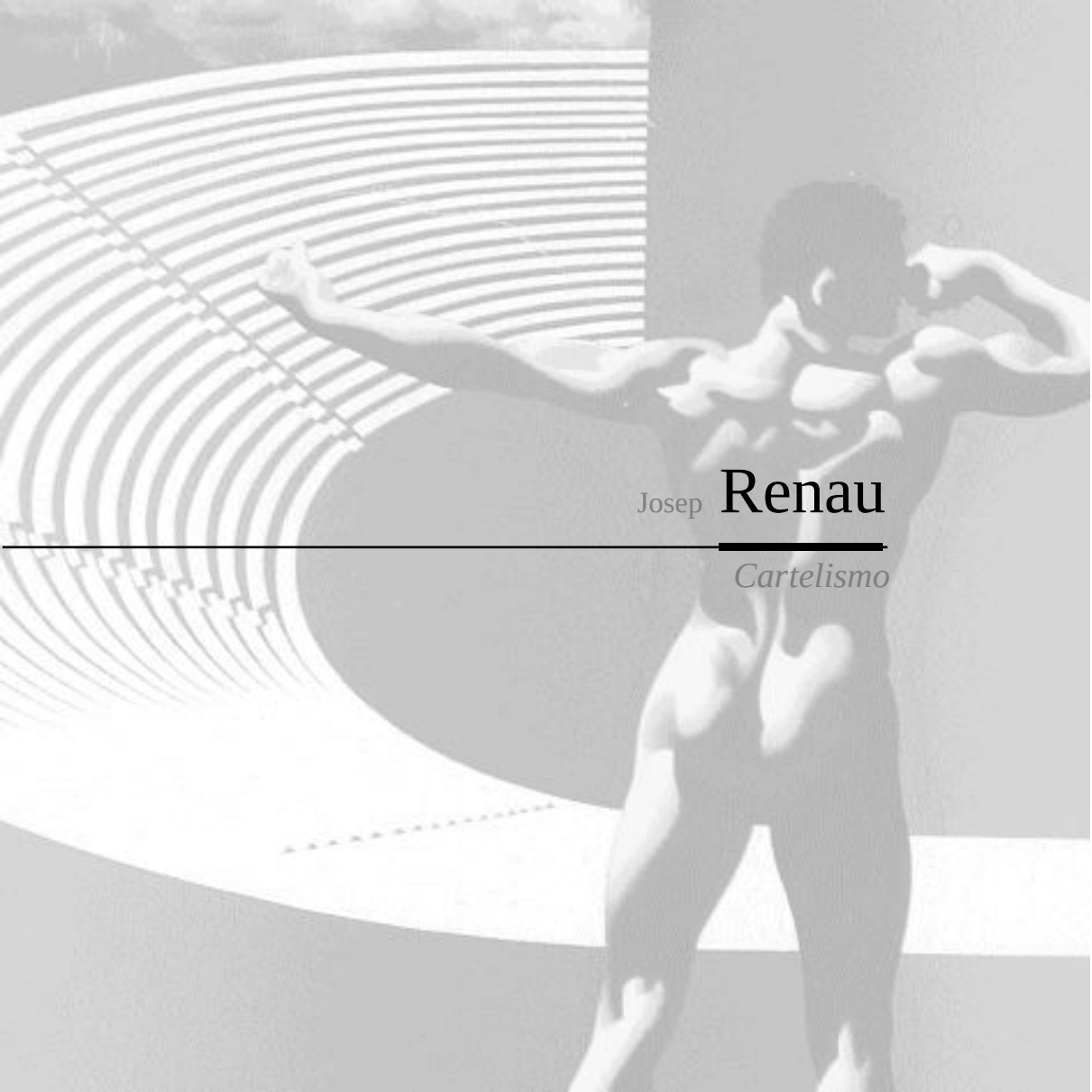
Josep

Renau

Cartelismo



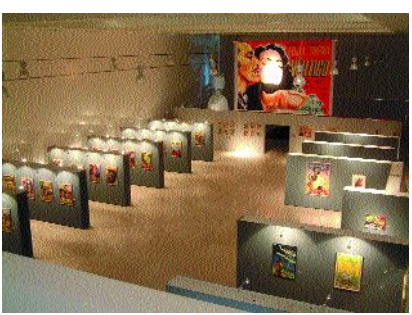
Josep **Renau**

Cartelismo

Presentación

El Museo de la Universidad de Alicante rinde homenaje, a través de esta exposición, a unos de los creadores valencianos más relevantes de este siglo, tanto por la calidad de sus obras, como por su significación política. La figura de Josep Renau se convirtió en un icono de la resistencia cultural en el exilio, creador de una imaginería revolucionaria y referente de la creación gráfica al servicio de las ideologías.

Durante la década de los años veinte comienza, a darse un uso masivo del cartel publicitario, favorecido por el desarrollo económico en España. Con el tímido despegue industrial durante la dictadura del general Primo de Rivera y favorecido por la coyuntura de neutralidad en la Gran Guerra, se sientan las bases de una economía de consumo, lo que supone la entrada masiva de las técnicas de publicidad en nuestro país.



El cine es, desde los primeros momentos, un gran consumidor de recursos publicitarios. Comienza en estos momentos el negocio del ocio. Las nuevas condiciones laborales: jornadas de ocho horas y mejoras saláriales, unidas a la formación de una frágil industria cinematográfica posibilitan un consumo masivo de

cine y el inicio de una competencia entre distribuidoras que favoreció una mejora de calidad en el cartel anunciador.

En la década de los treinta y sobre todo el periodo que va de 1932 a 1936, la llamada *Edad de Oro del Cine Español*, el público español por fin acude masivamente a ver producciones nacionales, prefiriéndolas a aquellas que llegan de Hollywood en Estados Unidos o de Joinville en Francia. Películas como: *"La verbena de la Paloma*", "*Nobleza baturra*", "*Morena Clara", "Rumbo al Cairo", "La hija de Juan Simón"*; directores como Benito Perojo, Eduardo Marquina, Edgar Neville, Florián Rey; actores como Imperio Argentina, Angelillo, Manuel Luna, Miguel Ligero, Raquel Meyer; y productoras CIFESA y Filmófono conforman un periodo de creatividad e interés al que hay que añadir el cartelismo que acompañó su distribución.

Josep Renau creó una gran cantidad de carteles e inició en esta etapa española un lenguaje propio, y se reveló como un excelente comunicólogo. Su evolución se puede ver en esta exposición, desde la sencillez de los carteles para algunas películas soviéticas exhibidas solo en circuitos de Cine Club a la sofisticación de los carteles de las películas mejicanas de los años 50. En la primera parte de la muestra se puede ver una selección del cartelismo publicitario; ferias de valencia, lentes, dentífricos y corridas de la prensa, así como ejemplos poco conocidos del cartel político.

Hemos huido de mostrar aquellos trabajos de Renau más conocidos,

las series de fotomontajes y los carteles políticos, porque la calidad de las obras de diseño gráfico justifican por si solas una exposición y dan una idea del talento de un creador excepcional, incluso cuando se traslada desde el papel de artista y al de artesano.

La exposición se completa con la instalación de un Cine en estado puro, la idea de cine reducida a sus componentes más básicos: el proyector, las butacas, la entrada, la taquilla y las películas. Ni siquiera existe la pantalla, que en muchos casos se reducía a una pared pintada de blanco, en éste, es la propia pared de la sala.

Se proyecta también, un ciclo de cine compuesto por films en los que Josep Renau confeccionó el cartel, cine español de la Republica, algunas películas soviéticas y checoslovacas, y sobre todo cine comercial mejicano de los años 40 y 50, dramas, musicales (rancheras) y comedias, de una filmografía que culturalmente nos debiera resultar muy cercana, pero absolutamente desconocida en gran medida. El cine mejicano se vio favorecido por la emigración de exiliados españoles de la Guerra Civil y judíos centroeuropeos después de la 2ª Guerra Mundial, técnicos y directores que elevaron la calidad de una filmografía, la mejicana, que llegó a configurarse como una de las más importantes del mundo, con aportaciones esenciales a la Historia del Cine Universal.

Nuestros agradecimientos a la Fundación Josep Renau por la cesión

de los fondos que han permitido la muestra, también al Instituto Valenciano de Arte Moderno - IVAM por la cesión de materiales y al Instituto de Cultura de Méjico de la Embajada Mejicana en España por las películas que se exhibirán durante la exposición.

El presente catálogo se complementa con un cd-rom en el que se encuentran todas las reproducciones de las obras exhibidas durante la muestra, así como, datos bibliográficos e informaciones complementarias de interés.

MUA. Museo de la Universidad de Alicante.

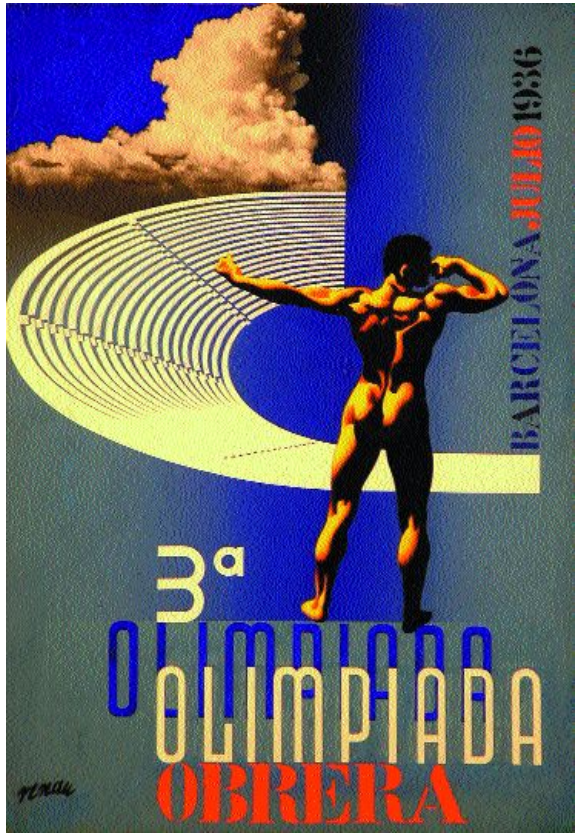
Josep **Renau**

Cartelismo

La libertad disciplinada
Renau. Reflexiones acerca del cartel *

Emilio Feliu

Para conocer al león hay que ir a la selva. *Aceptemos consejo tan juicioso y bajemos a la calle, doblemos las esquinas, descendamos por las bocas del metro. Allí, ambientada nuestra sensibilidad crítica en la totalidad humana del hecho, hallaremos la coyuntura de interferencia entre cartel-público y público-cartel, captaremos indudablemente el valor exacto de su dialécti-*

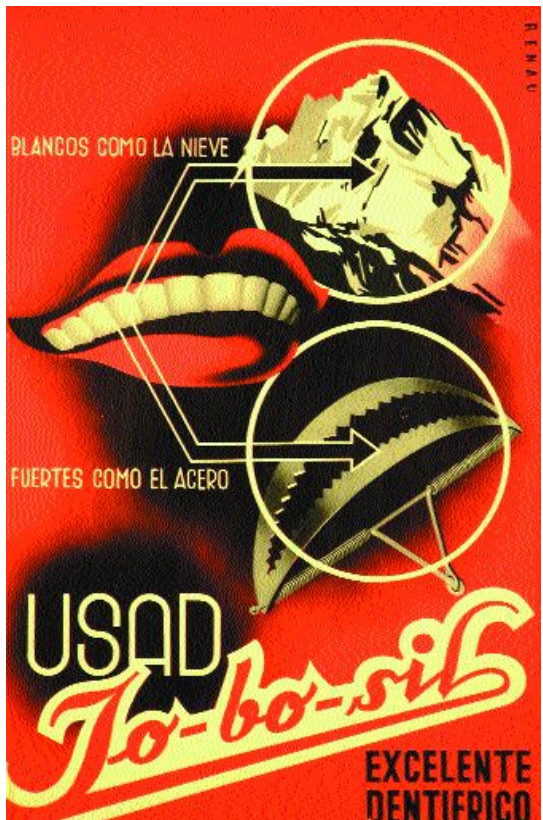


3ªOlimpiada Obrera

1936

44 x 31cm

ca.



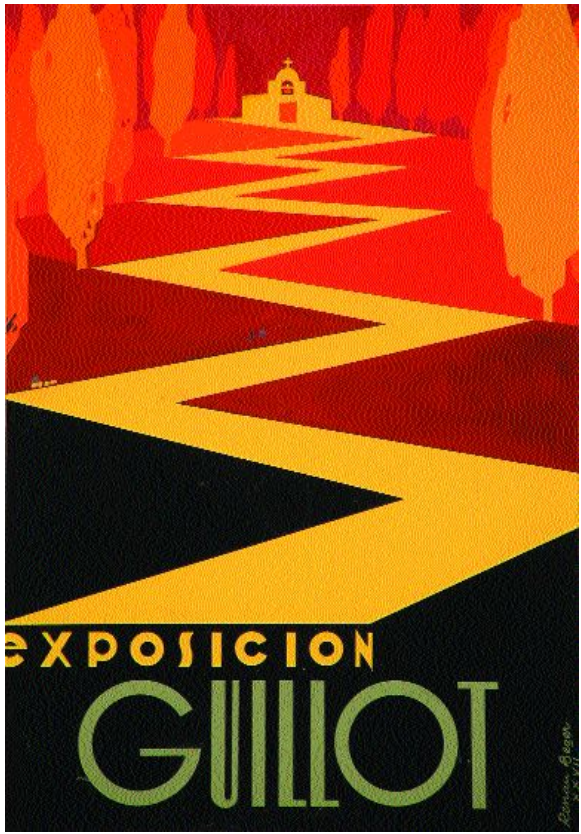
JO-bo sil, excelente dentrífico

1934

43 x 28cm

Porque en el aire libre de la calle es donde se encuentra ese arte nuevo y popular de que habla Cassandre en las palabras que Renau recoge en el frontispicio impreso de su *Función social del cartel publicitario.* Y elige precisamente esas palabras del "primer escenógrafo de la calle"[1] por ser él mismo unos de esos artistas que habían "abandonado el *motif* por el *slogan*", cultivando, con excelentes resultados en su dilatada vida profesional, ése que para él es "el más genuino *arte de masas*"(79).

Por su naturaleza de hecho público y por formar parte de nuestra vida cotidiana, saliéndonos al paso a cada momento en los lugares más estratégicos, el cartel es recibido "con familiaridad por las gentes" (34), de las que no exige un esfuerzo especial para su comprensión. El cartel, como alguien dijo y el autor recuerda, es como "un grito pegado a la pared" que todo el mundo oye. Un grito, como el eslogan. Pero un grito de llamada y adhesión, que pretende mover a la acción. El cartel es un instrumento, un medio para un fin. Esa condición funcional es la que separa el cartelismo del arte; y en ella insiste Renau en distintos lugares[2]. La libertad del artista está supeditada a ese carácter utilitario que tiene el cartel. En sus propias palabras, "el cartelista es el artista de la libertad disciplinada, de la libertad condicionada a exigencias objetivas, es decir, exteriores a su voluntad individual. Tiene la misión específica –frecuentemente fuera de su voluntad electiva- de plantear o resolver en el ánimo de las masas problemas de lógica concreta**"** (60), en contraposición con la finalidad exclusivamente emocional (expresiva) del artista libre o puro.



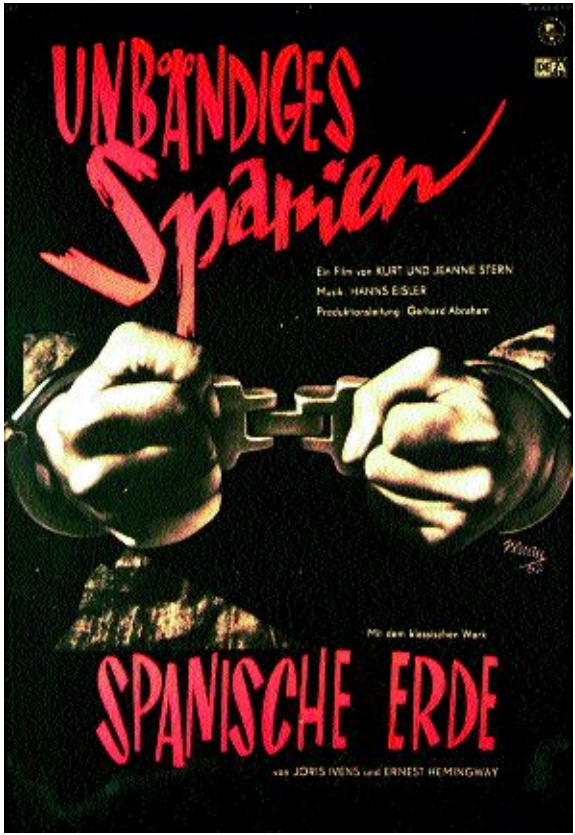
Exposición Guillot

1927

38 x 26,4cm

El cartel político y el cultural comparten su condición funcional –como hemos visto- con el cartel comercial. Unos y otro los cultiva Renau. Y en todos ellos podemos encontrar huellas de su pensamiento. Y hay en éste determinadas consideraciones que merecen mención. Así, por ejemplo, avanza la concepción de la publicidad como acelerador artificial de la demanda cuando afirma que el cartel comercial es un "recurso para estimular la capacidad de consumo de las masas" (42), tanto más necesario cuanto mayores son el crecimiento de la producción y la disminución de la demanda. Con tales afirmaciones se acerca enormemente a lo que bastantes años después sostendría J. Baudrillard[3] al referirse a la función de la publicidad en la que él llama *línea invertida.* De ahí que el cartelista haga uso de una especial *capacidad psicotécnica* y de unos *procedimientos expresivos eficaces* que junto al *concepto objetivo* sobre las cosas aseguren el logro de su finalidad última[4]. Una y otros variarán en función del tipo de cartel y de su objeto; y buena muestra de ello es la diversidad de carteles que contiene su propia obra.

Cuando afirma que una plástica publicitaria determinada puede constituir un "lenguaje inadecuado para la condición psicológica de cualquier otro pueblo" (44), al referirse a ciertas formas de profundo carácter nacional, está incidiendo en el tema de una muy posterior polémica entre internacionalización y regionalización de la publicidad y en la necesidad de que ésta sea *outópica*, sobre todo en tiempos de globalización. Una vez más se manifiesta Renau como un avanzado a su tiempo.



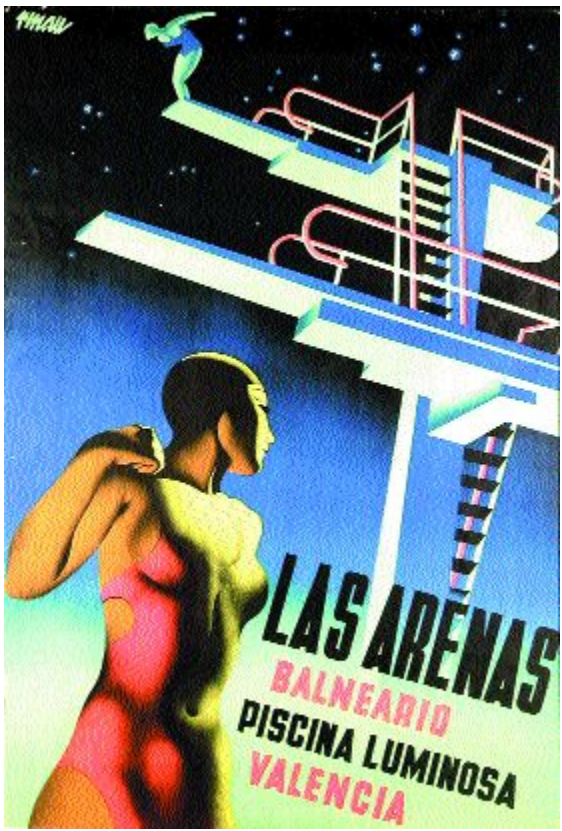
Unbändiges Spanion

1962

59,5 x 51cm

Y lo mismo se puede asegurar en relación a su afirmación de que la "plástica publicitaria cumple maravillosamente los fines de *desmaterializa - ción* de los objetos y productos industriales, creando alrededor de ellos cierta atmósfera de *idealización* amable, a veces de irrealidad poética." (43). Ya no es lo importante el valor de uso ni el valor de cambio de los objetos, sino su valor de signo. Aunque expresado en otros términos, el ejemplo que aduce es claro: "Y el buen ciudadano se convence de que lava sus carnes con el mismo jabón que usaban los dioses del Olimpo y siente engrandecida su condición".

Dejo aparte las consideraciones de origen ideológico acerca del cartelismo comercial, en el que, estando al servicio del capitalismo, resulta capital la *especulación inteligente*, y afirmaciones como la de que el artista sirve, en la mayoría de los casos, como instrumento de una gran estafa social. No por discrepancias profundas con su pensamiento, sino por no ser éstos el lugar ni la ocasión para tratarlas. Pretendo tan sólo dejar constancia, no del valor de su obra plural, ecléctica y diversa, sino de la vigencia de su pensamiento cartelístico (de "su teoría del cartel"). Su obra y su pensamiento son ejemplo paradigmático de una actividad que "por la condición dinámica de su función, por su sagaz sentido de lo inmediato y ductilidad para captar los matices más fugaces de la vida moderna, se erige en expresión indiscutible y genuina de una época...." (44).



Las Arenas. Balneario, piscina luminosa, Valencia

s.f.

49 x 33cm

Experimentalidad y popularidad cartelística

Román Gubern

Renau llegó al cartelismo a través de la estética del fotomontaje, que descubrió con admiración en su juventud en la obra de John Heartfield. Tanto la producción de este pionero alemán, como la del austríaco Raoul Haussmann, estaban vinculadas al predadaísmo o al dadaísmo centroeuropeo, lo que sitúa a Renau como un hijo del impulso vanguardista y antiburgués de principios de siglo. Mucho se ha escrito acerca del fotomontaje y del cartel, como artes de la sintaxis, del collage y de las yuxtaposiciones icónicas, así como punto de encuentro de las heterogeneidades semióticas que derivan de su condición de texto escripto-icónico o lexipictográfico. Renau entendió bien la compleja naturaleza de este medio, pero supo someterlo a una acomodación utilitaria, vivificada por contaminaciones procedentes de las tradiciones de la ilustración popular. Lo más notable de su producción, como es bien sabido, se halla en el fotomontaje y el cartelismo políticos, a los que su militancia le conducía de modo natural, y en el cartelismo ciematográfico, que cultivó a lo largo de dos décadas en México, antes de su instalación en Berlín en 1958.

Cuando Renau hizo sus primeras armas como cartelista cinematográfico para la firma valenciana CIFESA, en 1935, las tradiciones estéticas estaban ya bien consolidadas en este género. Por muy anticapitalista que se fuese -y Renau lo era a conciencia-, nadie era capaz de sustraerse a la maestría de los carteles cinematográficos de Hollywood. Luego vino, sobre todo a

La sospechosa

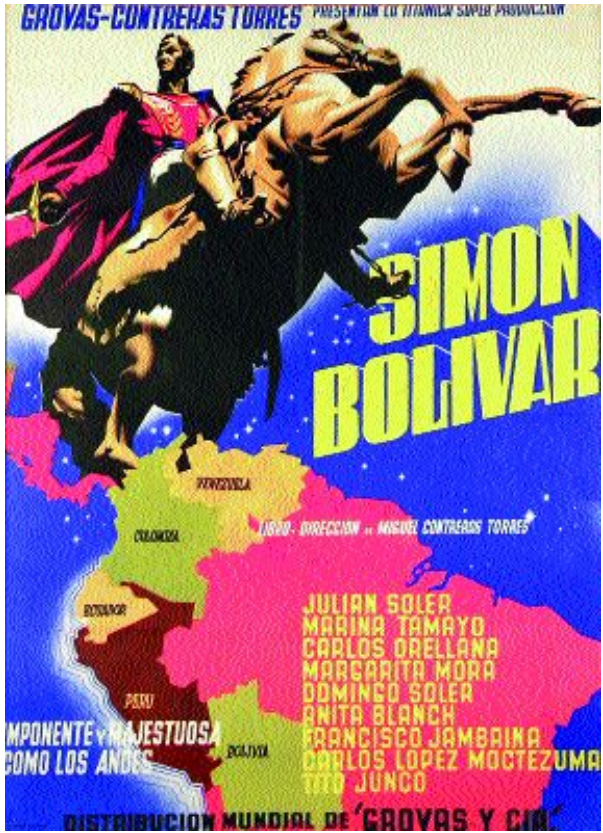
1954

44 x 33cm

raíz de la guerra civil, la influencia del cartelismo soviético y de sus retóricas monumentalistas. Paradójicamente, esta estilización formal estaba emparentada con la tradición expresionista centroeuroea, que los doctrinarios del estalinismo condenaban al infierno, como lo estuvo también el muralismo mexicano de aliento revolucinario. No es ocioso recordar al respecto que Renau conoció en 1937 en Valencia a David Alfaro Siqueiros, con quien colaboraría en 1939 en la confección del mural Retrato de la burguesía, para el Sindicato de Electricistas de México.

El cartel cinematográfico constituye un género plástico específico. Se trata de un arte industrial -arte gráfica, se le llamaba- sujeto a las necesidades e intereses comerciales de otra industria distinta: la cinematográfica. Y, como el propio Renau comentó, no pocas veces tenía que modificar o retocar la producción de su estudio de Coyoacán, para complacer al empresario que había hecho el encargo. Esta servidumbre no constituía, desde luego, una novedad en la historia del arte occidental que arranca del Renacimiento y no ha impedido la producción de deslumbrantes obras maestras.

La etapa de la guerra civil española, como no podía ser de otro modo, resultó decisiva en su carrera desde la Dirección General de Bellas Artes y en su trabajo de cartelista político. En este punto, el mandato político y la cultura cinematográfica convergieron para hacer posibles carteles como el de "*Tchapaief, el guerrillero rojo*", la cinta de Giorgi y Segei Vassiliev tan admirada por Stalin. El protagonismo plástico está concedido al guerrilero que



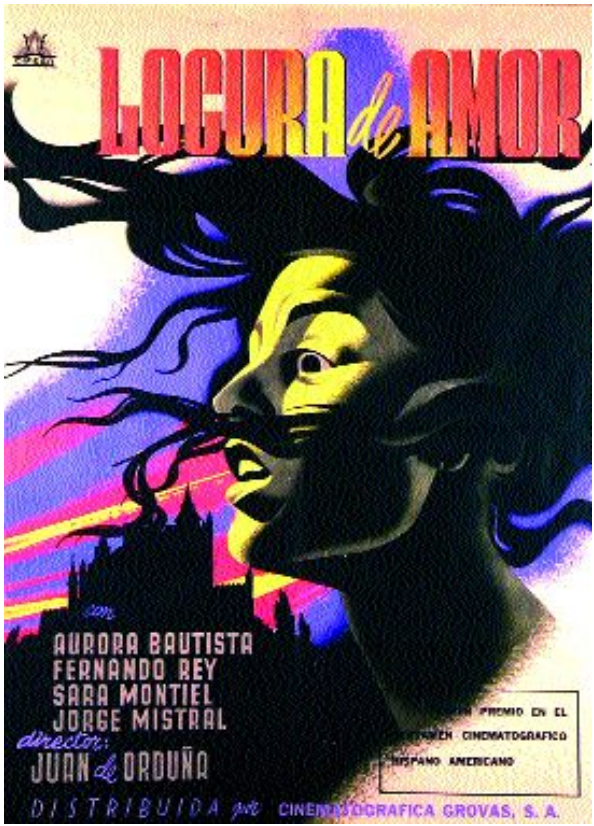
Simón Bolivar

97 x 72cm

lanza su consigna a sus camaradas mientras avanza con decisión hacia el borde derecho del cartel, con su brazo izquierdo alzado hacia el vértice que forma su ángulo superior derecho. Es un vector dinámico y ascensional de su poder movilizador, precedido en la parte inferior de la composicíón por dos cañones de ametralladoras y seguido por ocho bayonetas, convertidas en armas de su victoria militar. La guerra antigua de Tchapaief era ahora, obviamente, la del Frente Popular en la península. También de antes de su exilio mexicano es el soberbio cartel para *"...Y el mundo marcha"*, la obra maestra de King Vidor que anunció en 1928 el advenimiento de la Depresión. Renau propuso un paisaje urbano cubista de los rascacielos neoyorquinos que se tambalea por efecto de la angulación del punto de vista y la distorsión visual de sus masas pétreas. Una perfecta simbolización de las formas.

Estos ejemplos evidencian la convergencia del vanguardismo con las necesidades comerciales de la comunicación social con el gran público. Y si antes nos hemos referido al expresionismo, ningún ejemplo mejor para ilustrarlo que el cartel de *"Locura de amor"*, una película de Juan de Orduña ajena totalmente a la estética expresionista, pero en el que el rostro desmelenado de Aurora Bautista, con su cabello al viento, compone unas formas atormentadas. Y un juicio parecido merecería el enfático contrapicado que convierte al protagonista de *"Simón Bolívar"* en una figura titanesca.

La seducción del espectador potencial a través de los iconos del star-system popular imponía como solución preferente los primeros planos de ros-



Locura de amor

1948

94 x 68,5cm

tros conocidos. Renau lo sabía y los distribuidores lo exigían, lo que no impidió, por ejemplo, que Renau rindiese un homenaje a *"Los borrachos"* de Velázquez en la composición de *"Los tres alegres compadres"*, el film de Julián Soler (1951). Porque su creatividad no se conformaba con las soluciones banales y con mucha frecuencia, para transmitir mucha información en una superficie limitada (lo que podía atentar contra su buena legibilidad), buscaba la discriminación de las abundantes figuras mediante contrastes cromáticos o de profundidad. Veamos algunos ejemplos de ello. La amenazadora gran mano roja que ocupa el fondo del cartel de *"El verdugo de Sevilla"*, tras el rostro monocromo y sonriente de su protagonista (film dirigido e interpretado por Fernando Soler en 1942). La dominante María Félix, en la parte alta del cartel, mirado con displicencia a un atribulado y verdoso Fernando Soler, en primer término, en *"La mujer sin alma"* (1943), de Fernando de Fuentes. El espantado cómico Tin Tan, en primer término, a la vista de unos terribles espectros que avanzan desde el fondo del cartel en *"Hay muertos que no hacen ruido"* (1946). De nuevo, una gran mano ensangrentada se alza en un fondo de manigua tras la pareja protagonista que está a puto de besarse, en *"La mulata de Córdoba"*, de A. Fernández Bustamante. O el rostro asustado de Arturo de Córdova ante el fondo de un enigmático personaje sin rostro, de cuyo inquietante vacío surge una amenazadora espiral, en *"El hombre sin rostro"* de Juan Bustillo Oro.

Para ilustrar la obra maestra de su compatriota Luis Buñuel *"Ensayo de un crimen"* (1955) eligió la escena clave de la incineración del maniquí de

El barbero prodigioso

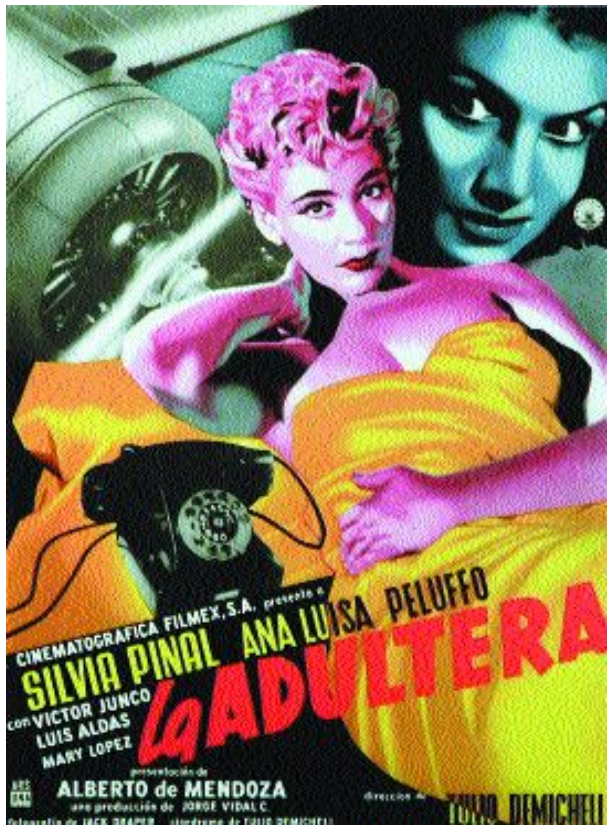
1950

97 x 72cm

Lavinia, con el rostro del actor Ernesto Alonso surgiendo entre las llamas del horno y en el punto de fuga de la composición. El título de *"Reto a la vida"*, del film de Julio Bracho (1953), divide diagonalmente al cartel en dos secciones: en la superior, en un ambiente tenebroso, Pedro Armendáriz transporta en brazos el cuerpo de una mujer; mientras que en la parte inferior aparece un primer plano de la protagonista, Susana Canales. La complejidad estructural es especialmente sofisticada en *"La adúltera"* de Tulio Demicheli (1956), con cuatro planos de la composición discriminados por su diferente tratamiento cromático: la protagonista (Silvia Pinal) formando con su cuerpo una diagonal, una hélice de avión tras su hombro derecho, el rostro azulado y amenazador de Ana Luisa Pelufo tras su hombro izquierdo, y el teléfono flotando en primer término, sobre el título del film colocado en la parte inferior del cartel. Es difícil proponer más información, con más eficacia y en menos espacio.

Con trabajos como estos Renau demostró su sofisticación estética, puesta sin complejos al servicio de encargos comerciales destinados a la comunicación de masas.

Román Gubern



La adúltera

1956

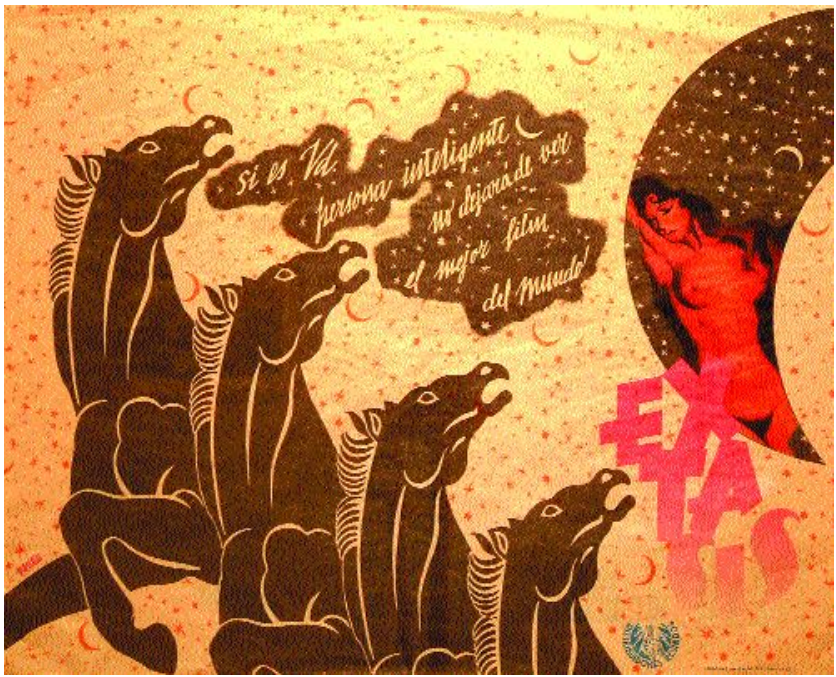
44 x 33cm

Estampas del comercio y la revolución
El cartelismo cinematográfico de Josep Renau

Santos Zunzunegui

El cartel (o su variante de menor tamaño, el "programa de mano") que sirve de anuncio a una película, ocupa una posición doblemente paradójica. Primero, porque debe sintetizar en la fuerza de una única imagen congelada, captable en un solo golpe de vista, toda la peripecia, cuando no el sentido, de un tipo de obras, una de cuyas características decisivas es la extenderse en el tiempo, la de durar. Después, porque suele renunciar no pocas veces (al menos esta verdad ha sido válida durante un largo periodo histórico que puede identificarse como su Edad de Oro) a ese atributo propio de las artes fotoquímicas (o electrónicas) que es la reproducción mimética de las apariencias para sustituirla por el toque mágico de la mano del artista.

Por tanto, el cartel de cine no puede confundirse con otro instrumento con el que ha venido compartiendo su inserción en el territorio de la publicidad cinematográfica, la foto-anuncio, esa que publicada en una revista o colocada en la entrada del cine servía (y sirve todavía) para proporcionar al futuro espectador algo del *sabor* ya que no del *saber* del film por venir. Ahí donde las fotos-anuncio utilizan todo el supuesto poder de la cita directa del material icónico (los cuerpos concretos de los actores, el valor preciso de las localizaciones o los decorados) movilizado por la película a la que sirven (y poco importa que, en la gran mayoría de los casos, se trate de *fotos de plató* que no



Extasis

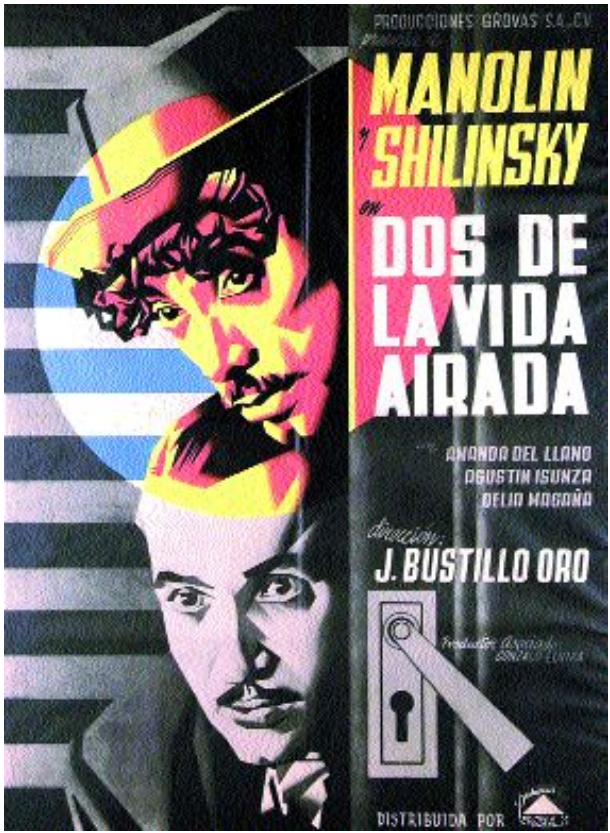
1935

36,5 x 45cm

se corresponden exactamente con lo que luego se verá en la gran pantalla) y limitan su alcance a retratar un momento (todo lo privilegiado que se quiera) de un film, el cartel de cine, aún cuando, como ha sucedido no pocas veces, se limite a transcribir manualmente (hablamos lógicamente de la obra original que soporta la posterior multiplicación cromolitográfica) un instante del film al que sirve de *pantalla,* desbordará con creces, precisamente en función de su singularidad y de su carácter de obra que renuncia al mimetismo, los límites de aquella para alcanzar territorios más abstractos y genéricos.

Es, precisamente, en este contexto, donde hay que inscribir el trabajo de Josep Renau como cartelista cinematográfico. Y tanto en su doble vertiente comercial y política, como en las dos épocas divididas por la partida hacia el exilio mejicano tras nuestra Guerra Civil. Desde este punto de vista conviene recordar que el Renau cartelista de cine se inscribe, con acentos personalísimos, en una tradición nacional bien provista de nombres de reconocida enjundia en este campo particular como pueden ser los de Joaquín García, César Fernández Ardavín "Vinfer", Rafael Raga "Ramón", Emilio Chapí, Josep Soligó, López Reiz, Macario Gómez "Mac", Francisco Fernández Zarza "Jano" o, más recientemente y por citar sólo un nombre, Iván Zulueta.

La verdad es que, además, Renau estaba especialmente bien preparado para abordar este trabajo, incluso desde el punto de vista meramente comercial. No sólo por su sólida formación artística sino, sobre todo, porque su inquietud política le llevó a preguntarse por el rol que estaba llamado a jugar



Dos de la vida airada

1947

96 x 70,5cm

"el cinema en el campo general de las artes plásticas"[1]. Para alguien para el que el cine (muy en consonancia con las ideas del momento) se definía sobre todo como "la captación técnica del movimiento como nuevo recurso de expresión plástica" y que insistía en el carácter *sintético* del arte, caía de su peso el que el cartelismo cinematográfico, más allá de sus coerciones comerciales, era un terreno privilegiado para explorar de manera sistemática la relación dialéctica entre "la necesidad primordial y motriz de representar o interpretar plásticamente tal o cual hecho o idea, y el recurso técnico de que se sirve a este fin"[2].

Todo parece indicar que la incorporación de Renau al campo del cartelismo cinematográfico fue tan temprana como el año 1926 (había nacido en 1907) recién terminados su estudios en la valenciana Academia de Bellas Artes San Carlos. Pero, sin duda, los años más productivos en este terreno se sitúan de lleno en la primera mitad de la década de los treinta, coincidiendo con su intervención en la fundación de la revista *Nueva Cultura*, sus colaboraciones en *Nuestro Cinema* y su trabajo como profesor (entre 1932 y 1935) en el centro en el que se había formado. Son años que coinciden con la aparición en el mundo cinematográfico (concretamente en 1932) de la *Compañía Industrial Film Español, S.A.*, más conocida por sus siglas CIFESA y que, primero, como distribuidora y, luego, como productora, iba a convertirse rápidamente en una de las empresas puntales del cine nacional. De hecho, buena parte del trabajo como cartelista cinematográfico de *renau* (así, con minúsculas, era como firmaba) estará ligado al de los grandes éxitos de la preguerra

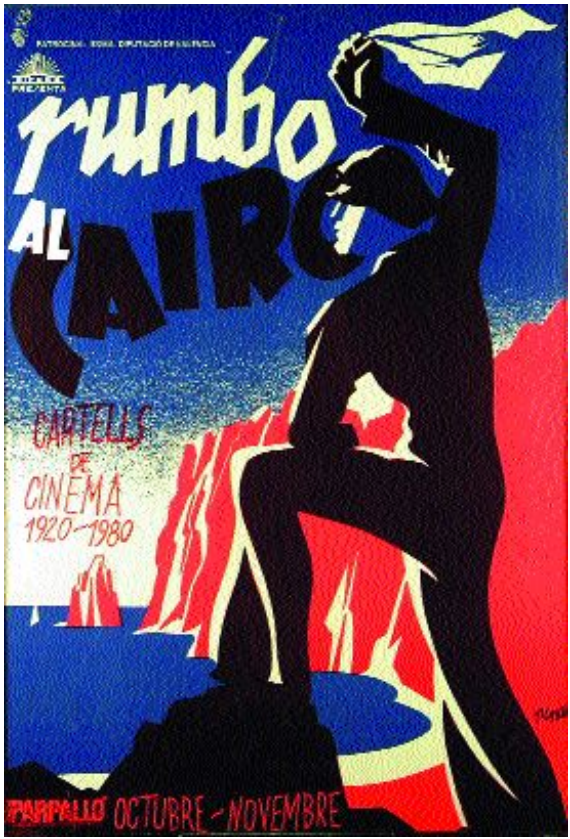
Currito de la cruz

s.f.

de CIFESA, éxitos que marcan el despegue de la citada empresa en el terreno de la producción, como testimonian, por ejemplo, los diseños del maestro levantino para *"La hermana San Sulpicio"* (Florián Rey, 1934), *"Rumbo al Cairo"* (Benito Perojo, 1935), *"La verbena de la Paloma"* (Benito Perojo, 1935) o *"La reina mora"* (Eusebio Fernández Ardavín, 1937).

Pero Renau también realizó carteles para toda una amplia serie de films al margen de CIFESA y es entre estos, precisamente, donde se encuentran algunos de los mejores ejemplos de su arte. En especial me parece destacable su múltiple interpretación del film de Fernando Delgado, *"Currito de la Cruz"* (1935), sobre todo en la versión en la que construye la profundidad del espacio superponiendo, a modo de un sencillo recortable, un primer término inferior oscuro sobre el que se apoya el maletilla que salta al ruedo, un espacio intermedio (el de la corrida) definido por la presencia de la figura monócroma del toro y las esquemáticas representaciones de los toreros y esa ominosa presencia de los capirotes rojos de los penitentes que parecen inclinarse sobre un espectáculo que escrutan a través de unos ojos sin rostro mientras cierran, a modo de simbólica barrera infranqueable, el horizonte.

También forman parte de sus más inspirados trabajos carteles destinados a servir de reclamo de films extranjeros estrenados en España durante la década de los treinta. Éste es el caso del dedicado a *"Y el mundo marcha"* (*The Crowd*, King Vidor, 1928), con su inconfundible regusto a un esquemático cubismo que hubiese sido filtrado por el tamiz del constructivismo. Y de



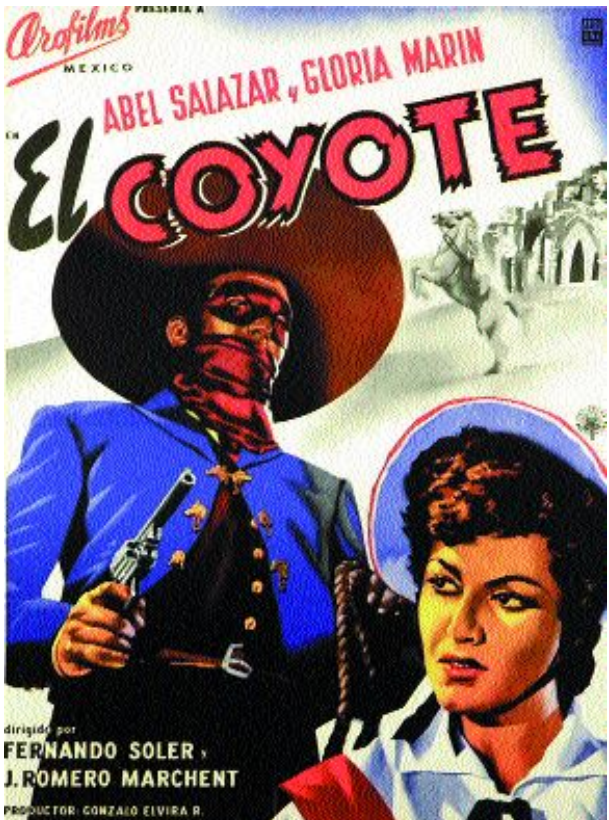
Rumbo al Cairo: cartells de cinema

1920-1980

70,5 x 50,5cm

manera muy particular el que realizó para anunciar el celebérrimo film de Gustav Machaty, *"Éxtasis"* (*Ekstase/Eum spieva,* 1932), de señalado marchamo simbolista, en el que la fuerza del deseo sexual se expresa a través de esos cuatro equinos que parecen alzarse hacia una luna creciente en la que habita el desnudo cuerpo femenino.

Buena parte de estas técnicas y posiciones estéticas fueron trasplantadas al exilio mexicano en el que Renau prodigó sus trabajos en este campo aunque, hay que señalarlo, con resultados globalmente menos intensos que en su primera etapa española. Si bien buena parte de sus trabajos aztecas dejan una sensación de "trabajo de taller", con el consiguiente adelgazamiento de la calidad media[3], sería injusto no reconocer los numerosos hallazgos que se atesoran en estos años de duro trabajo. Si se quieren destacar algunos ejemplos más que notables, propondría seleccionar dos bien distintos: el primero remite al simple pero contundente cartel diseñado para la coproducción hispanomexicana *"La justicia del Coyote"* (Joaquín Romero Marchent, 1955), muy superior, dicho sea de paso, al que el mismo Renau destinó a la película anterior de esta serie *("El Coyote"*, Joaquín Romero Marchent, 1955). El segundo, a la espléndida estampa trazada para la película *"Simón Bolivar"* y que contiene un acierto icónico notable: el caballo encabritado de Bolivar se apoya sobre el inseguro pedestal que le ofrece el subcontinente americano significando, en un único trazo visual, la inestabilidad de la apuesta política del Libertador.



El Coyote

1954

47 x 34cm

Pero ya que hacemos referencia a la política es necesario volver unos años atrás, más en concreto a los que rodean nuestra contienda civil, para encontrar lo más granado de la producción cartelística, en el campo del cinema, de Renau, en obras que combinan los criterios estéticos más depurados con una inequívoca posición política al servicio del proyecto emancipatorio del proletariado. A la hora de la verdad las obras maestras del Renau cartelista cinematográfico se encuentran en este campo bien acotado y de manera muy especial en el memorable cartel destinado a publicitar la exhibición en España, de la mano del Ministerio de Instrucción Pública y Bellas Artes, del film soviético *"Los marinos de Cronstadt"* (*Mi iz Kronstadta*, 1936). En este cartel se combinan de manera admirable la metálica geometría de los cañones de los acorazados con la musculosa humanidad de ese brazo rojo terminado en un puño cerrado y que hace eco cromático a la gigantesca estrella roja que emerge al fondo de la escena. La contundencia estética de la obra y su extraordinaria simplicidad conceptual forman, de hecho, pareja con la manifestada en ese celebérrimo fotomontaje (fotografías coloreadas a mano, recortadas y pegadas sobre cartón), también de 1936, que lleva por título *"El comisario, nervio de nuestro ejército popular"*, y en el que se utilizan semejantes estilemas y figuras (aquí bayonetas una la manga uniformada) que en el cartel cinematográfico, con la única diferencia de la inversión del movimiento representado, que ahora va de derecha a izquierda mientras en el cartel iba de izquierda a derecha.

Obras como esta última sitúan el arte del cartelismo cinematográfico

Pepita Jiménez

1945

96 x 71cm

en un nivel que nada tiene que envidiar a las más tradicionales manifestaciones plásticas. Y, sin duda, para que esta cota haya sido alcanzada, la aportación de Renau supone uno de los elementos decisivos. Que esto se lograse con un cartel de abierta discursividad política no deja de hacer justicia póstuma a un artista que siempre pensó su trabajo en relación directa con el servicio *a la inmensa mayoría.*

1 Josep Renau: El cinema y el arte futuro, Nuestro Cinema, nº 8 y 9, Enero-Febrero 1933 (recogido en Carlos y David Pérez Merinero, El cinema como arma de clase. Antología de Nuestro Cinema 1932-1935, Valencia, Fernando Torres, 1975).

2 Todos los entrecomillados provienen del artículo de Renau citado en la nota anterior.

3 Una comparación entre dos obras de similar talente, una del periodo republicano y otra del mexicano, puede aclarar esta idea. Basta comparar el cartel realizado para el film El 113 (Raphael J. Sevilla y Ernesto Vilches, 1935) con el que anunciaba El moderno Barba Azul (Jaime Salvador, 1946) para caer en la cuenta de lo que aquí se plantea.

El moderno Barba Azul

1946

97 x 70,5cm

Pragmatisme i estetica al cartell publicitari.

Miquel Porter i Moix.

Per a qualsevol persona interessada en el fet cinematogràfic, no hi ha cap dubte que la publicitat de les pel.lícules Ii resulta consubstancial, fins al punt que resulta difícil imaginar que una cinta pugi estrenar-se sense generar un material de llençament. Entre aquest, el cartell o cartells acompanyarán l'obra en la majoria dels seus avatars públics. No és aquí el moment ni i el lloc més adequats per a fer una mena de llístat tipològic del cartellisme cinematográfic puig allò que ens interessa és cenyir-nos a alguns aspectes del que, en aquest camp, va realitzar Josep Renau però val la pena de tenir-ho en compte ja que factors de ben diversa índole poden intervenir a l'hora de triar o d'inventar uns modeis precisos. Es evident, per exemple, que en els principis de la publicitat cinematogràfica, prevalia el model essecialment tipografic que fins aleshores s'havia aplicat als espectacles d'origen teatral per bé que, de manera excepcional, apareguessin els dos famosíssims exemples de propaganda de 'La Cinématographe Lumiére", tantes vegades reproduits posteriorment. Ben aviat però, amb l'afermament d'empreses productores, apareix el cartellisme cinematogra'fic propiament dit i que tindrá una evolució estilística i programàtica d'acord amb els gustos lles caraterístiques culturais de cada lloc geográfic i de cada moment històric.

Prenent com a base les realitzacions de Josep Renau durant el seu exili mexicà, del 1939 al 1958, i comparant-les amb d'altres, tant anteriors

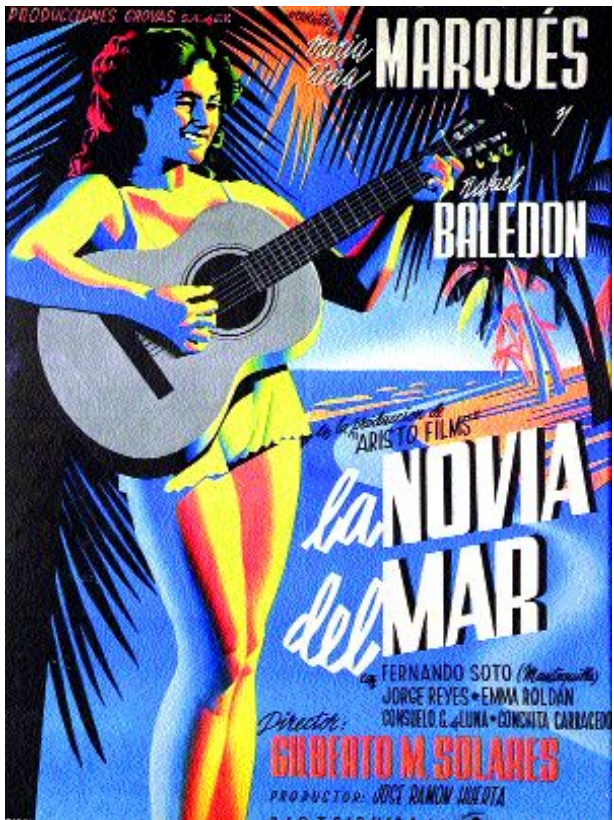
Amor en 4 tiempos

1955

47 x 34cm

com posteriors, s'hi observa, per sobre de qualsevulga altra consideració, una posició eminentment pragmàtica, més enllà o més ençà de gustos estètics o de preferències personals. Per bé que quan Renau arribà a Mèxic i ben aviat hi trobà amistats i complicitats i que hi pogué realitzar obra gràfica d'alta volada, el cert és que els seus treballs per al cartellisme cinematogràfic mexicà han de considerar-se obra ben feta i plena d'ofici però no especialment innovadora.

D'altra banda, precisament aquest periode pot ser considerat un deIs més brillants del cinema mexicà, no tant sols en el nombre de produccions sinó també en les instal.lacions tècniques i, aduc, en el favor del públic autòcton i en la sempre difícil qüestió de les exporta- cions. No és doncs d'extranyar que fos també en aquesta década que es produissin també alguns dels majors encerts artístics. Una certa voluntat política, per part del govern, en establir ajudes i mides de protecció, lograren de manera indubtable defensarse del totpoderós competidor del Nord. Però al mateix temps, en aquest moment, hi ajudà també -i molt decisivament- els qui hi treballaven, des dels fusters i electricistes dels platós, fins a les estrelles més admirades del moment, amb l' actor Jorge Negrete al capdevant. El *Sindicato Mexicano de los Trabajadores del Cine* arribà a tenir força política més enllà del seu pròpi àmbit i, en aquest sentit, influí sempre en favor dels exiliats republicans espanyols. La forta càrrega ideològica de tipus progressista -amb referències concretes al marxisme- es manifestà per tot, fins al punt de protegir o de vetar determinades persones. Tal fou el cas, per exemple, del rebuig o el boicot a



La novia del mar

1946

90 x 67,5cm

personatges com Francisco Elías Riquelme (1890-1977), l'introductor del cinema sonor a l'Estat Espanyol i que s'havia exiliat més per motius econòmics més que polítics. Elias ja havia treballat a Mèxic ocasionalment -a les seves Memorias afirma haver filmat a Pacho Villa- però quan a Mèxic, en iniciar-se la seva nova estada, va saber-se que, durant els anys de la Guerra Civil, havia estat un agent de Falange Española, emboscat a la producció barcelonina, se li va fer el buid.

En aquest contexte, no es d'extranyar que amb Josep Renau, precedit per el crèdit que li otorgava la seva ingent tasca en favor de la República, succeis tot el contran. Muralista, pogué treballar en col.laboració amb personatges tant significats com Slqueiros i, en el món del cinema, realitzà fins i tot alguns decorats de films. Influí -i molt- a Mèxic fins que els avatars de la Guerra Freda el conduiren cap a una nova etapa, al Berlín oriental.

Si s'observen aquests cartells cinematogràfics de l'època mexicana, no és difícil de col.legir que, en la seva gran majoria, corresponen a produccions de tipus mitjà, destinats a públics majoritaris: melodrames més o menys lligats al costumisme o comedietes sainetesques i sentimentals i interpretades per grans figures acreditades, com els germas Soler, el ja esmentat Jorge Negrete o l'aleshores popularíssim cómic Tin Tan, al costat de noms nous, com una molt jove Maria Félix, als inicis de la seva carrera. En la pruija de conectar amb la terra pròpia, els mexicans s'atreviren a inventar una mena de subgènere, el cine de los charros, el qual, es vulgui o no, obtingué una popu-

Los tres mosqueteros

1946

65 x 88cm

laritat certa a més d'un país, per exemple el nostre. I d'altra banda, allò que es buscava era un cinema que lligués amb els gustos dels espectadors i Renau no se'n está de participar en el mateix joc quan prepara uns cartelis que puguin adrecar-se a qual-sevol tipus de públic.

Els agosarats coneixements artístics o les molt avançades teories estètiques, demostrades durant anys a les seves tresqueres valencianes i als treballs, de tota índole, al servei de la República, no han estat oblidats ni, tampoc, deixats de costat. Es més, els coneixement de les "finestres Rosta" té aquí unes utilitats concretes; el mateix podirem dir de les utilitzacions de les tècniques del "collage" o de les lnclusions -per aquest mateix procediment d'elements fotogràfics que no resulten pas aquí elements atzarosos si no més aviat el resultat de posar al servei del productors i dels seus possibles espectadors les armes que han provat la seva eficàcia en d'altres lluites.

En cartells d' altres èpoques, tant anterios com futures, hi podem observar els amplis coneixements del constructivisme o del futurisme, tant rus com alemany però al mateix temps hi podem col.legir elements del surrealisme o del gust "decó". En els d'època mexicana això sembla oblíidar-se però, en realitat, tant per les línies d'encaix dels subjectes com per l'ús plenament constructivista de la llum, el que es fá és un esforç de pragmatisme perfectament conscient. I no seria de més recordar que en aquells anys els partits comunistes eren aferrissats defensors de l'anomenat realisme socialista fet que, sense massa esforc i amb una mica de demagogia, podria fer-se passar

Necesito dinero

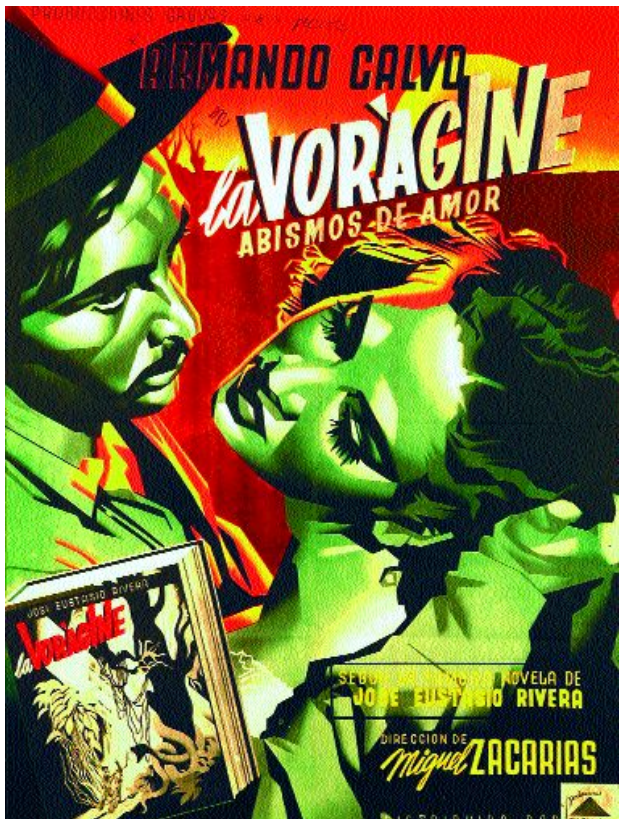
1955

96,5 x 71cm

per una forma del populisme. Avui, quan fins i tot els films de ciéncia-ficció són presentats amb una aflictiva manca d'imaginació i quan el cartell de qualsevol cinta distribuida per una multinacional tipificada, contribuira a una globalirzació unificadora dels gustos, un no pot menys d' enyorar una època en la qual ja s' establien mides tipogràfiques per a valorar els principals actors i el director de la cinta però encara erem ben lluny d' aquesta dictadura mecanicista i eixorca en la que ara vivim i en la qual s'admet, quasi com qui no fa res, la situació de les aculturacions.

Si de tota l'obra cartellística feta per Renau per al cinema he triat parlar d'aquest periode ha estat, preisament, com a exemple de com el realisme i el pragmatisme respecten els fets sense cap necessitat de traïr els gustos populars.

Miquel Porter i Moix.
Universitat de Barcelona.



La Vorágine: abismos del amor

1948

94 x 68,5cm

Museo de la Universidad de Alicante

PATRONAT O

Presidente
D. SALVADOR ORDOÑEZ DELGADO
Rector Magnifico de la Universidad de Alicante en funciones

Vicepresidente
D. ANTONIO RAMOS HIDALGO
Vicerrector de Extensión Universitaria

Secretario
D. GABINO PONCE HERRERO
Director del Secretariado de Cultura

Vocales
Juan Manuel Bonet Planes
Juan Angel Blasco Carrascosa
Arcadio Blasco Pastor
Daniel Canogar Mckenzie
Andrés Carretero Pérez
Román de la Calle de la Calle
José Díaz Azorín
Emilio Feliu García
Ángela García Blanco
Claudia Gianneftí
José Ramón Giner Mallol
Mauro Hernández Pérez
Gaspar Jaén i Urban
José Antonio Martínez Bernicola
Carlos Mateo Martínez
Miquel Molins Nubiola
Josep Vícent Monzó Huertas
Alfredo Payá Benedito
Kevin Power
Roberto Velázquez Martín

EXPOSICIÓN

Comisarios
Aramis López Juan
José Luis Martínez Meseguer

Diseño del montaje
Aramis López Juan

Ejecución del montaje
Servicio de Mantenimiento de la UA

CATÁLOGO

Diseño y maquetación
Bernabé Gómez Moreno

Coordinación
Aramis López Juan

Textos
Emilio Feliu García
Profesor de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Alicante
Román Gubern Garriga-Nogues
Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad Autónoma de Barcelona
Santos Zunzunegui Diez
Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad del País Vasco
Miquel Porter i Moix
Profesor Emérito de la Universidad de Barcelona

Fotografías MUA
Bernabé Gómez Moreno
Alessandro Cavaliere

Impresión
Gráficas ANTAR, Alicante

Agradecimientos
El Museo de la Universidad de Alicante quiere expresar su agradecimientos aquellas personas y entidades que han colaborado en la realización de esta exposición, en especial a David Alpañez Serrano, Lorena Cantó Mira, Alessandro Cavaliere, Victor Manuel López Juan, Sofía Martín Escribano, Javier Mora Guijarro, Remedios Navarro Mondéjar, Stefano Beltrán Bonella, Cecilia García Díaz, Graciela Salazar Diaz, José Miguel Saez Barceló, Miguel Angel Paredes Molina, María José Valera Morán de la Universidad de Alicante. Eliseu Climent y Emili Payà de la Fundación Josep Renau. Manuela Lema, Jaime Jaimes Piñón y Luz del Amo de la Embajada de Méjico y a Televisa (Televisión de Méjico).

ISBN: xxxxxxxxxx Depósito legal: xxxxxxxxxx