

**EL DISEÑO DE CARTELES
DURANTE LA GUERRA CIVIL ESPAÑOLA:
EL CASO DE JOSÉ BARDASANO
EN EL BANDO REPUBLICANO**

LAURA GONZÁLEZ-DÍEZ

Universidad CEU San Pablo
design@ceu.es

PABLO GÓMEZ HERNÁNDEZ

Doctor en Periodismo y redactor en el diario *La Razón*
pablogomez@larazon.es

PEDRO PÉREZ CUADRADO

Universidad Rey Juan Carlos
pedro.perez@urjc.es

Laura González Díez es Profesora Titular en la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación de la Universidad CEU San Pablo. Investigadora principal del grupo ICOIDI (Investigación en Comunicación a través de la Imagen y el Diseño). Directora del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la USP-CEU (2015-2019), secretaria académica del mismo (2007-2015), directora de la sección Gráfica Informativa (2007-2015) y directora del Servicio de Apoyo a la Investigación SAI-CA (2015-2017). Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, sus investigaciones giran en torno al diseño de publicaciones periódicas y la evolución tipográfica de los diarios y revistas.

Pablo Gómez Hernández es Doctor en Periodismo por la Universidad CEU San Pablo. Actualmente, trabaja en el diario La Razón como Jefe de la sección 'Madrid'. Con anterioridad, ha formado parte de los equipos de Opinión, Madrid y España de este diario, en donde ha sido responsable, en diferentes etapas, de la información relativa al Gobierno de la Comunidad de Madrid (2011-2015), el Ayuntamiento de la capital (2015-2018), el Congreso de los Diputados y el partido político Podemos (2018-2020). Sus investigaciones giran en torno al cartel político, más concretamente de la Guerra Civil española y la figura de José Bardasano. Ha participado en diferentes Congresos Internacionales y Jornadas con investigaciones en torno a este tema.

Pablo Pérez Cuadrado es Profesor Titular Honorífico de la Facultad de Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos (Madrid). Con anterioridad (1995-2007), profesor adjunto de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación de la Universidad CEU San Pablo y profesor asociado de Periodismo en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense (1995-2003). Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense.

RESUMEN: Durante la Guerra Civil española el cartel político en general y el de guerra, en particular, experimentó una evolución sin precedentes en nuestro país debido a la confluencia de una serie de factores políticos, culturales y sociales que lo convirtieron en un referente para el estudio de este soporte gráfico esencial como medio de propaganda. El presente artículo se centra en el cartel del bando republicano, un cartel absolutamente ideologizado en el que los artistas ponen su talento al servicio de las ideas, destacando el caso de José Bardasano, cuya producción gráfica durante los años de la contienda, de una calidad excepcional y altamente representativa del momento histórico del que fue testigo, así como su influencia sobre el resto de artistas del momento, le convierten en una referencia obligada al abordar este periodo de la historia de nuestro país. El artículo propone una revisión del centenar de carteles realizados por este autor –entre 1936 y 1939– representativos del momento histórico del que fue testigo.

PALABRAS CLAVE: Bardasano – Guerra Civil española – cartel – diseño gráfico – bando republicano – La Gallofa

POSTER DESIGN DURING THE SPANISH CIVIL WAR: THE CASE OF JOSÉ BARDASANO IN THE REPUBLICAN SIDE

ABSTRACT: During the Spanish Civil War the political poster in general and the war poster in particular experienced an unprecedented evolution in our country due to the confluence of a series of political, cultural and social factors that made it a reference for the study of this essential graphic support as a means of propaganda. This article focuses on the poster of the Republican side, an absolutely ideologized poster in which the artists put their talent at the service of ideas, highlighting the case of José Bardasano, whose graphic production during the years of the war, of exceptional quality and highly representative of the historical moment he witnessed, as well as his influence on the rest of the artists of the time, make him an obligatory reference when approaching this period of our country's history. The article proposes a review of almost one hundred posters made by this author –between 1936 and 1939 – representative of the historical moment he witnessed.

KEY WORDS: Bardasano – Spanish Civil War – poster – graphic design – Republican side – La Gallofa

INTRODUCCIÓN

La Guerra Civil española marca el punto más álgido para el cartel político y bélico en España, y constituye uno de los referentes obligados para el estudio de la propaganda gráfica del siglo XX en el mundo. La complejidad de la situa-

ción política y social que España arrastraba desde el siglo XIX desemboca en un enfrentamiento armado entre ciudadanos que servirá como laboratorio de pruebas de la inmediata II Guerra Mundial. En este contexto de radicalización de las posturas políticas, no es de extrañar que la propaganda viviera momentos de esplendor. Al mismo tiempo, la modernización del cartel comercial y la incorporación a este soporte de elementos propios de movimientos artísticos como las vanguardias y el expresionismo contribuyeron a la profesionalización del sector.

Tanto los cartelistas del bando republicano como los del nacional –en menor medida – ponen su talento y sus aptitudes al servicio de sus convicciones ideológicas, de una verdad, “su” verdad, por la que lucharon y, en algunos casos, por la que perdieron la libertad e incluso la vida. Dentro del complicado enjambre de autores experimentados, semiprofesionales y *amateurs* que integran la ilustre nómina de cartelistas de este periodo histórico, José Bardasano ocupa un lugar predominante. Si la defensa de las posiciones republicanas durante el conflicto se debía cimentar en torno a la resistencia de sus tres ciudades clave –Barcelona, Valencia y Madrid– también es necesario destacar el hecho de que la propaganda de los partidos y sindicatos de izquierda tenía en estos tres núcleos urbanos su centro de operaciones. Y en cada una de ellas, como líderes y maestros a un mismo tiempo, emergía la figura de un cartelista por encima del resto: Carles Fontseré en Barcelona, Josep Renau en Valencia y Bardasano en Madrid.

OBJETIVOS E HIPÓTESIS

El objetivo primordial de este trabajo es abordar el diseño y el contenido de los carteles realizados por el pintor José Bardasano durante la Guerra Civil española. Un estudio sin precedentes, ya que, pese a haberse realizado diversos análisis sobre el conjunto de los carteles elaborados en este periodo y, en concreto, de los realizados por el bando republicano, y a pesar de que también existen publicaciones sobre la totalidad de la obra pictórica de Bardasano, no hay un estudio que se detenga a analizar pormenorizadamente los carteles que este artista madrileño realizó entre 1936 y 1939. Centramos la investigación en este autor por estar considerado uno de los mayores representantes de la propaganda gráfica gubernamental desarrollada durante la guerra, tanto por la calidad y belleza de sus obras como por el número de carteles que salieron del taller que él mismo fundó –La Gallofa– y dirigió, y que se convirtieron en un referente, no sólo para los ciudadanos de la zona republicana a los que iban dirigidos sus mensajes, sino también, para el resto de cartelistas. Su condición de pintor, de publicista y su vinculación con una de las agrupaciones más activas del movimiento juvenil dentro del Frente Popular, la Juventud Socialista Unificada de Madrid, le sitúan en un lugar privilegiado a la hora de elaborar

un cartel altamente representativo del momento histórico del que es testigo y de una calidad extraordinariamente alta.

Como hipótesis de nuestra investigación tenemos, de un lado, que el cartel político y de guerra sufre durante la Guerra Civil española una evolución sin precedentes debido a la confluencia de una serie de factores políticos, culturales y sociales que lo convierten en un referente para el estudio de este soporte propagandístico, siendo el cartel del bando republicano el que tiene dentro de este contexto un mayor protagonismo. De otro lado, pondremos de manifiesto que se trata de un cartel extraordinariamente ideologizado en el que los artistas ponen su talento al servicio de unas ideas. Dejaremos constancia de que José Bardasano es uno de los cartelistas más destacados del periodo. Su producción durante estos tres años, así como su influencia sobre el resto de artistas, le convierten en una referencia de obligado estudio. Y su formación como pintor influirá de una forma directa en sus creaciones y en las temáticas abordadas, a las que superpondrá los distintos elementos gráficos, tipográficos y cromáticos que componen sus carteles.

EL CARTEL EN LA II REPÚBLICA

Carmen Grimau establece como punto referencial clave para el desarrollo del cartel durante la Guerra Civil la labor gráfica efectuada para las campañas electorales de la II República. En estos años hay un intento decidido por “despojar al cartel de los elementos cursilones propios del siglo XIX”¹ para convertirlo en el vehículo que manifieste la consolidación de la clase obrera. A la hora de estudiar el cartel de la II República distinguimos dos fases:

– 1931-1934. Es un periodo de afianzamiento de los valores de la República, a través de la representación de sus símbolos: el gorro frigio, la bandera tricolor, Marianne y la balanza de la justicia. También existen carteles con los retratos de los principales políticos republicanos, y otros en los que se anuncia la celebración de exposiciones y conferencias, la inauguración de obras públicas o la apertura de escuelas. En estos primeros años nos encontramos, por tanto, ante una obra de propaganda ejercida desde el poder con la intención de hacer llegar al pueblo los avances de la República en políticas sociales.

– 1934-1936. La victoria de los partidos de derechas en las elecciones de 1934, los episodios revolucionarios de Cataluña y Asturias y los crecientes rumores en torno a la posibilidad de que se produjera una intervención militar provocan que la tensión política que protagonizan los dos últimos años de la República se traslade a la estética del cartel con el empleo de un lenguaje bélico y con obras prácticamente idénticas a las producidas durante la guerra. Las formaciones políticas de derechas identifican a la izquierda con una calavera,

¹ Carmen GRIMAU, *El cartel republicano en la Guerra Civil*, Madrid: Cátedra, 1979, p. 11.

símbolo de la muerte, la represión y el hambre que ya ha invadido Rusia y que amenaza con atenazar a España. Para estos autores, la izquierda es “el monstruo rojo” destructor de valores como la familia y que conducirá a la destrucción de España, situación que exige del voto a las derechas y a los monárquicos. Por su parte, el Frente Popular, que agrupaba a los partidos de izquierdas, se presenta a sí mismo en sus carteles electorales como el único defensor de la libertad, la justicia, la paz y la cultura, frente al creciente fascismo europeo, sinónimo de represión y caciquismo. En las elecciones de febrero de 1936, la radicalización de algunas formaciones de izquierdas provoca que en sus carteles se introduzcan nuevas consignas como las referidas a la promesa de amnistía para los presos.

Un factor esencial que explica la mayor importancia que se concede a la propaganda en la zona republicana radica en la creación de un auténtico “frente cultural”², compuesto de un complejo entramado de asociaciones de intelectuales, sindicatos de artistas, talleres, partidos políticos y organismos oficiales, que concibieron el arte como un ámbito que debía contribuir con su aportación a la victoria final.

- **Organismos oficiales de propaganda.** Después del desconcierto inicial tras el golpe militar, el gobierno de Largo Caballero crea el Ministerio de Propaganda en septiembre de 1936, que será sustituido por una Subsecretaría de Propaganda en mayo del año siguiente al convertirse Negrín en el nuevo primer ministro. En Cataluña, la Generalitat crea un Comisariado de Prensa y Propaganda en octubre de 1936.
- **Movimiento intelectual.** En 1933, y por influencia francesa, se crea en España la Asociación de Escritores y Artistas Revolucionarios (AEAR), presidida por Rafael Alberti y María Teresa León, que contará con la revista *Octubre* como órgano de difusión de sus ideas revolucionarias. Se crearán, a partir de ésta, otras revistas como *Nueva Cultura*, *Cruz y Raya* y *Azor*, portavoces todas ellas del sector artístico español más progresista³. En 1935 se celebra en París el I Congreso Internacional de Escritores Antifascistas en el que se crea la Alianza de Intelectuales Antifascistas, que contará en España con la revista *El Mono Azul* para la transmisión de sus ideas. El II Congreso de la Alianza se celebra en plena Guerra Civil en Valencia, con la presencia de importantes intelectuales europeos de izquierdas y del presidente del Gobierno, Juan Negrín⁴. Como difusora de las ideas del mundo cultural ruso encontramos a la Asociación de Amigos de la Unión Soviética.
- **Sindicatos de artistas.** El Sindicato de Dibujantes Profesionales (SDP) de Barcelona fue el que agrupó a un mayor número de dibujantes e

² *Ibidem*, p. 27.

³ *Ibidem*, p. 30.

⁴ Jordi CARULLA, *La Guerra Civil en 2000 carteles*, Barcelona: Postermil, 1996, p. 38.

ilustradores, pues contó con cerca de 1.800 miembros⁵. Fundado en 1933, se adhirió a la UGT al comenzar la Guerra y contaba entre sus filas con cartelistas ya famosos como Fontseré y Helios Gómez. El Comisariado de Propaganda de la Generalitat y la mayoría de los partidos catalanes abastecían de trabajo al sindicato. Su actividad no estuvo limitada a la producción de carteles y sus miembros decoraron al estilo soviético el exterior de los trenes que recorrían Cataluña y Aragón, elaboraron dibujos, postales y periódicos de guerra, y editaron un buen número de revistas incautadas como la satírica *L'Esquella de la Torratxa*⁶. Otros sindicatos relevantes fueron la Célula de Dibujantes del PSUC de Barcelona, el Sindicato de Profesionales de Bellas Artes, la Asociación de Obreros Litógrafos de Madrid y el Taller de Propaganda de la Sección de Artes Plásticas de la JSU, La Gallofa, dirigido por José Bardasano⁷.

• **Otras agrupaciones.** Además de los ya señalados, un número importante de asociaciones de distinta índole y procedencia se sintieron comprometidos con el arte y la propaganda. En primer lugar, señalaremos a los partidos políticos de Madrid y Barcelona (PSOE, Partido Comunista, Partido Socialista Unificado de Cataluña, Esquerra Republicana, Partido Obrero de Unificación Marxista) y a los sindicatos (UGT, CNT, FAI, AIT) como los principales suministradores de encargos a las agrupaciones de dibujantes y talleres de artistas. Por último, destacan entidades como las Milicias de Cultura que tenía su propia publicación (*Armas y Letras*)⁸, *El Quinto Regimiento*, *El Altavoz del Frente* o las agrupaciones de mujeres⁹.

CARACTERÍSTICAS DEL CARTEL REPUBLICANO

Los distintos autores que han estudiado la producción de los artistas republicanos durante la Guerra Civil estiman que el número total de carteles dibujados por éstos se sitúa por encima de los 1.500¹⁰. Como señala Rodríguez Gallego, “el cartel abundó en el bando republicano a través de sus artistas, pero el nacional apenas dejó legado publicitario”¹¹. Las peculiaridades de cada uno

5 Miguel SARRÓ, *Pinturas de Guerra. Dibujantes antifascistas en la Guerra Civil española*, Madrid: Clismón Ediciones, 2005, p. 34.

6 Inmaculada JULIÁN GONZÁLEZ, *El cartel republicano en la Guerra Civil*, Madrid: Ministerio de Cultura, 1994, p. 103.

7 *Ibidem*, p. 55.

8 Carmen GRIMAU, *El cartel republicano...*, *op. cit.*, p. 34.

9 Jordi CARULLA, *La Guerra Civil...*, *op. cit.*, p. 52.

10 Carmen GRIMAU, *El cartel republicano...*, *op. cit.*, p. 15.

11 María Jesús RODRÍGUEZ GALLEGO, “Los carteles en la Guerra Civil” en Alfonso BULLÓN DE MENDOZA, Luis Eugenio TOGORES (coord.), *Revisión de la Guerra Civil Española*, Madrid: Actas, 2002, p. 629.

de los cartelistas vendrán determinadas por la ciudad en la que vivan, el sindicato al que estén afiliados, sus inquietudes pictóricas y otra serie de factores que explican la variedad y riqueza de este fenómeno artístico. Sin embargo, podemos señalar una serie de características comunes que nos ayuden a comprender mejor el cartel republicano en su conjunto:

I. Arte de urgencia. El transcurso de la guerra determina la manera de trabajar del artista republicano. Es necesario elaborar un arte agresivo y funcional¹², en el que la perfección técnica deja de tener una importancia radical en beneficio de la inmediatez en la transmisión de la consigna. Estamos, por tanto, ante un cartel efímero cuya validez temporal está determinada por su operatividad en el frente o en la retaguardia. La urgencia modifica también la consideración del artista, que pasa a ser un miliciano más, con un sueldo de diez pesetas a la semana¹³.

II. Globalidad. El cartel republicano abarca todas las necesidades de la guerra, desde el reclutamiento, al homenaje a los héroes caídos, pasando por el cartel de información, protección, seguridad y solidaridad, ya esté dirigido a la población civil, al soldado o al trabajador¹⁴. Evidencia todas las realidades de la vida diaria, desde lo importante a lo más anodino. Podemos dividir los carteles republicanos en dos grandes áreas temáticas atendiendo al tipo de receptor al que va dirigido:

a) Carteles bélicos: Se refieren exclusivamente a los movimientos de los soldados y a las consignas emitidas desde las instituciones y partidos políticos con el fin de aumentar la moral de las tropas, a través de la exaltación de las victorias propias y la ridiculización del ejército nacional.

b) Carteles de retaguardia: Son aquellos que se centran en cuestiones cotidianas que acaecen lejos del frente, aunque en muchos casos en ciudades asediadas y sometidas al fuego enemigo. Abordan el papel de la mujer y del niño, la necesidad de mantener la normalidad en las instituciones educativas, culturales y sanitarias, y el incremento de la producción, entre otras.

III. La tendencia realista. La influencia del poder ideológico en el proceso de elaboración del cartel fue crucial a la hora de determinar la tendencia realista como la más adecuada para las necesidades del momento. Tal y como afirma Carulla “no era momento de experimentar con las nuevas tendencias artísticas surrealistas y abstractas”¹⁵. Se trataba de fomentar una movilización en defensa de la República y el realismo era el único medio de otorgar al pueblo

¹² *Ibidem*, p. 18.

¹³ *Ibidem*, p. 38.

¹⁴ Javier GÓMEZ LÓPEZ, *Catálogo de carteles de la República y la Guerra Civil en la Biblioteca Nacional*, Madrid: Ministerio de Cultura, 1990, p. 26.

¹⁵ Jordi CARULLA, *La Guerra Civil...*, *op. cit.*, p. 71.

unos elementos de “trabajo, lectura y análisis”¹⁶ que le permitieran identificar en el cartel la realidad que le circunda para, de esta forma, verse impulsado a la acción. El cartelista Josep Renau sostuvo que “el cartel podía y debía ser la palanca del nuevo realismo para la creación de una nueva España”¹⁷. Además, el realismo socialista se había convertido, desde 1934, en la única forma válida de expresión artística en la Unión Soviética de Stalin, medida que tuvo una repercusión directa en España por la influencia que la III Internacional poseía sobre los partidos y sindicatos de izquierdas de toda Europa. A pesar de esta unidad en torno al realismo, son diversas las ópticas¹⁸ desde las que se enfoca esta plasmación fiel de la realidad:

1. Óptica dibujística. Representa un cartel cercano al cuadro de caballete, en el que el cartelista se siente, ante todo, pintor.
2. Óptica con tendencias expresionistas. Se representa la realidad extrayendo su lado más dramático y angustioso, para lo que se recurre al uso de colores discordantes y a la deformación de objetos, de las manos y de los rostros con el fin de acentuar la expresión¹⁹.
3. Óptica con tendencias postcubistas y cubofuturistas. Símbolos como el saludo con el puño en alto, el casco y las formaciones de soldados se representan mediante trazos definidos, geometrizarantes y concisos aportando a la imagen un gran poder de choque²⁰.
4. Caricatura. La representada en la Guerra Civil es una caricatura inspirada en los carteles rusos de la ROSTA (Agencia Telegráfica rusa), que trata de ridiculizar al enemigo mediante la creación de arquetipos (el generalísimo, los nacionales, etc.).
5. Fotomontaje. Su uso estuvo muy limitado en la contienda española debido al rechazo soviético de esta técnica. Los ejemplos con los que contamos, influidos por los carteles de Heartfield²¹, nos muestran imágenes de ciudades bombardeadas, milicianos en el frente, obreros trabajando o niños desconsolados por el bombardeo, acompañadas de una tipografía que expresa las consignas habituales del resto de carteles.
6. Carteles textuales. El elemento textual gana protagonismo ante una imagen que aparece borrosa y en un segundo plano. Suelen ser carteles en los que en los que se reproduce un extracto de un discurso oficial de algún representante político relevante como los dedicados a Manuel Azaña²².

16 Inmaculada Julián González, *El cartel republicano ...*, op. cit., p. 136.

17 Josep Renau, *Función social del cartel*, Valencia: Fernando Torres, 1975, p. 43.

18 Carmen Grima, *El cartel republicano...*, op. cit., p. 120.

19 Inmaculada Julián González, *El cartel republicano ...*, op. cit., p. 136.

20 Carmen Grima, *El cartel republicano...*, op. cit., p. 120.

21 Jordi Carulla, *La Guerra Civil...*, op. cit., p. 73.

22 Carmen Grima, *El cartel republicano...*, op. cit., p. 125.

IV. La técnica. Durante la Guerra Civil la mayoría de los carteles fueron impresos utilizando la tricromía. En ocasiones, y a causa de las urgencias que la guerra imponía, el dibujante realizaba su creación directamente sobre la plancha de zinc, a pesar de lo cual, “casi todos los carteles fueron dibujados en los talleres de dibujo, lejos del taller litográfico”²³.

V. Formato. El formato de 70 cm x 100 cm fue el más utilizado, ya que corresponde con las dimensiones de las planchas de zinc que poseían la mayoría de los talleres litográficos españoles. Tan sólo el taller valenciano Ortega poseía planchas que permitía la producción de carteles de hasta 100 cm x 140 cm en una sola hoja²⁴.

PRINCIPALES AUTORES

En Barcelona, los principales cartelistas se agrupan en torno al SDP (Sindicato de Dibujantes Profesionales), de entre los que destacamos tres nombres: Carles Fontseré, Lorenzo Goñi y Helios Gómez. Fontseré inició su carrera como cartelista a los 16 años y fue miembro fundador del SDP. Su obra durante la guerra combina la simpleza en el trazo con la eficacia en el mensaje. En 1937 se alistó en las Brigadas Internacionales, participando en la Batalla del Ebro. El andaluz Goñi, sin filiación política antes de la guerra, se incorporó pronto al SDP, en donde pudo desarrollar un estilo singular que tenía en la fantasía su principal atractivo. Durante la posguerra se vio obligado, bajo amenazas, a realizar carteles para el Frente de Juventudes de la Falange²⁵. Gómez fue el inspirador del SDP y su secretario general durante la guerra. Su estilo constituyó una de las pocas excepciones al realismo imperante, ya que enfocó las temáticas republicanas habituales desde una estética futurista²⁶. Otros artistas relevantes que realizaron carteles en la capital catalana fueron Martí Bas, Josep Morell, Josep Subirats, Jaime Solá, Frederic Lewy y José Luis Rey Vila.

En Madrid, el cartelista más prolífico fue José Bardasano. Junto a él, debemos reseñar los nombres de Ramón Puyol, Luis Quintanilla, Mauricio Amster y José Espert. En Valencia se situó el último foco artístico importante, con cartelistas de la talla de los hermanos Ballester, Manuel Monleón, Ramón Gaya y, por encima de todos, Josep Renau, considerado junto a Bardasano, como el autor más completo durante la Guerra Civil²⁷. Renau, además de cartelista, tuvo que desempeñar desde 1936 el cargo de director general de Bellas Artes. Desde este cargo, para el que fue designado por Largo

23 Jordi CARULLA, *La Guerra Civil...*, *op. cit.*, 71.

24 *Ibidem*, p. 73.

25 Miguel SARRÓ, *Pinturas de Guerra...*, *op. cit.*, p. 42.

26 Jordi CARULLA, *La Guerra Civil...*, *op. cit.*, p. 61.

27 *Ibidem*, p. 57.

Caballero, fue el responsable de la salvaguarda del patrimonio artístico de la República y de entre sus decisiones destacó la de trasladar las obras del Museo del Prado a Valencia.

LOS CARTELES DE JOSÉ BARDASANO DURANTE LA REPÚBLICA

José Bardasano Baos nace el 25 de marzo de 1910 en Madrid, y demuestra desde muy pequeño una gran habilidad para el dibujo. Sus dotes pictóricas llaman la atención del pintor Marcelino Santamaría, cuando éste observa a un joven Bardasano pintando en la calle. Gracias a la influencia de Santamaría, Bardasano ingresa en 1922 en la Escuela de Artes y Oficios, en la que obtiene todos los premios extraordinarios a su alcance. Tras el éxito de estos primeros años, en 1926 sufre “uno de los golpes más duros de su vida, ya que venía a destrozar todos sus sueños juveniles”²⁸. En el examen de acceso a la Escuela de Bellas Artes de San Fernando recibía la calificación de “no apto” por parte de tribunal de admisión.

En 1927 comienza a trabajar en la Casa Maumejean, un taller que producía cerámicas y vidrieras artísticas, ocupación que compatibilizaba con colaboraciones en distintas revistas y semanarios, destacando sus primeros dibujos en *El Socialista*. Un año más tarde es elegido para ocupar la dirección artística de la agencia de publicidad Rex y en 1930 el jurado de la Exposición Nacional de Bellas Artes le concede una distinción que reconoce sus méritos como pintor y dibujante, y le concede una bolsa de viaje para ampliar sus estudios. Esto le permite viajar y conocer la Andalucía más popular, a la que retratará en varias obras. A partir de este momento, la popularidad de Bardasano en los círculos artísticos se consolida a raíz de los premios que recibe y de las exposiciones que protagoniza. De 1931 a 1936 colgará sus obras en salas de la relevancia del Círculo de Bellas Artes de Madrid o en la Asociación de Pintores y Escultores de Buenos Aires.

En 1934 se celebra su primera exposición individual, en los salones de la Sociedad de Amigos del Arte, con un “envidiable éxito de crítica y ventas”²⁹, y logra la Segunda Medalla de la Exposición Nacional por un retrato de su mujer, la también pintora Juana Francisca Rubio, con la que había contraído matrimonio ese mismo año. Nada más cumplir veinticinco años recibe la beca “Conde de Cartagena” que le permite viajar por primera vez al extranjero. Recorre Francia, Holanda, Bélgica e Inglaterra, mientras pinta un número elevado de obras que vende en los mismos países que recorre.

28 Mario Antolín PAZ, Joaquín DE LA PUENTE, Antonio ORBEGOZO, Carolina PEÑA BARDASANO, *José Bardasano*, Madrid: Centro Cultural Conde Duque, 1987, p. 21.

29 *Ibidem*, p. 22.

Cuatro meses antes de que comience la Guerra Civil, regresa a España, y obtiene ese mismo año la Primera Medalla de la Exposición Nacional por un cuadro, “La Retirada”, en el que recrea una escena de la I Guerra Mundial. Tras el alzamiento militar del 18 de julio de 1936, Bardasano funda el taller La Gallofa en Madrid, convertido en la sección de Artes Plásticas de las Juventudes Socialistas Unificadas del Partido Comunista³⁰. La Gallofa se convertirá en uno de los centros de propaganda más activos durante el conflicto. También durante la guerra realiza exposiciones en Valencia (1937) y en Barcelona (1938) y colabora con revistas como *Tremp*, *Moments*, *El Miliciano Rojo* y *Octubre*. En 1939, con la victoria de las tropas de Franco, Bardasano abandona España, y tras pasar un breve periodo en los campos de concentración de Arras y Argelés en Francia, inicia sus años de exilio en México, acompañado de su mujer y de su hija Maruja.

En 1960 regresa a España y un año más tarde recibe la Primera Medalla del Salón de Otoño en Madrid. Su reinserción en la vida cultural española es rápida y poco traumática. Prueba de ello es el número de exposiciones que realiza hasta su muerte en 1979. Francia reconocerá también su calidad pictórica y le condecora en 1964 con la Medalla de Oro de las Artes, las Ciencias y las Letras, y en 1965 con la Cruz Oficial al Mérito. En 1966, recibe, de nuevo, una Medalla de Honor en el Salón de Otoño, y un año después recibe el premio Internacional del Cartel Turístico en Ginebra por sus carteles promocionales de RENFE. El 30 de junio de 1979 muere en Madrid.

José Bardasano funda al iniciar la Guerra Civil el taller La Gallofa en Madrid, del que saldrán las mejores creaciones cartelísticas gubernamentales³¹. El taller se convirtió en la sección de Artes Plásticas de las Juventudes Socialistas Unificadas del Partido Comunista, y trabajó para el Gobierno durante los tres años de guerra³². En La Gallofa se realizaron folletos, pancartas, ilustraciones y carteles, y sus miembros procedían del mundo de la pintura, la escultura, la publicidad y de la Escuela de Bellas Artes. En los primeros meses, se instalaron en los locales de la agencia de noticias Rex, ubicada en el número 7 de la avenida de Pi y Margall, actualmente la Gran Vía. Posteriormente, trasladaron su actividad al incautado palacio de Juan March en pleno barrio de Salamanca³³. Finalmente, se trasladará a la localidad de Paterna en el momento en el que el Gobierno decidió trasladarse a Valencia por el asedio de las tropas nacionales, permaneciendo en esta ciudad hasta 1939.

La actividad en La Gallofa fue frenética ya que se calcula que de este taller salió un cartel al día durante toda la guerra, se trabajaba día y noche mientras

30 Inmaculada JULIÁN GONZÁLEZ, *El cartel republicano ...*, *op. cit.*, p. 176.

31 Jordi CARULLA, *La Guerra Civil...*, *op. cit.*, p. 176.

32 Miguel SARRÓ, *Pinturas de Guerra ...*, *op. cit.*, p. 53.

33 *Ídem*.

se escuchaba la caída de las bombas en el exterior³⁴. En 1937, Bardasano consiguió el primer premio de la exposición de carteles “Homenaje a las milicias”, que organizó la Cámara Oficial del Libro. El premio de esta exposición, en la que participaron todos los grandes cartelistas del momento, incluido Renau, se decidió por votación popular, ya que todos los que se acercaban hasta la Plaza Mayor de Madrid tuvieron la posibilidad de expresar sus preferencias en urnas situadas delante de cada cartel³⁵. Este reconocimiento de la ciudad de Madrid fue considerado por el propio Bardasano como uno de sus mayores logros³⁶.

ANÁLISIS DE SUS CARTELES

La investigación realizada nos ha permitido agrupar los 98 carteles identificados como obra de Bardasano en tres grandes bloques temáticos. Al primero lo hemos denominado “JSU, PCE y otros partidos de izquierda” y se subdivide en cuatro series: “Ocho condiciones para ganar la guerra”; “Las Juventudes Socialistas Unificadas”; “Llamamientos a la unidad. Otros partidos” y “Diez reivindicaciones de la juventud”. El segundo bloque se denomina “Carteles de guerra” y se subdivide en “Servicio militar obligatorio”; “Alistamiento, batallones y voluntarios”; “Efemérides: julio y 1º de mayo”; “Fascismo e invasores extranjeros”; “El referente de Goya: ¡Fuera el invasor!; “Brigadas Internacionales y la URSS” y “Discursos de Azaña”. El tercer y último bloque es “Carteles sobre la retaguardia”, que se subdivide en “Peligros en la retaguardia”; “Producción y campo”; “Campañas”; “Mujeres”; “Niños”; “Arte y cultura” y “Publicaciones”.

Bloque 1: JSU, PCE y otros partidos de izquierda **Serie “Ocho condiciones para ganar la guerra” (carteles 1 a 9)**

Al contrario de lo que sucedió en la zona nacional, el bando republicano no gozó de una unidad ideológica y de acción que le permitieran centrar sus esfuerzos bélicos en derrotar al enemigo. Desde el verano de 1936 las fuerzas políticas de izquierdas se dividieron entre aquellas partidarias de hacer la revolución como paso previo a la victoria en el frente (anarquistas y Partido Obrero de Unificación Marxista) y aquellas que apoyaban al Gobierno de Largo Caballero en su idea de ganar la guerra como objetivo prioritario (PSOE y Partido Comunista). El 18 de diciembre de 1936 el Comité Central del Partido Comunista hacía público un manifiesto en el que expresaba cuáles eran las ocho condiciones necesarias para ganar la guerra, que serían ilustradas semanas

³⁴ *Ídem*.

³⁵ Carmen GRIMAU, *El cartel republicano...*, *op. cit.*, p. 38.

³⁶ Jordi CARULLA, *La Guerra Civil...*, *op. cit.*, p. 176.

más tarde por Bardasano en esta serie de 9 carteles, editada por la Secretaría de Agitación y Propaganda del PCE e impresa en la Unión Polígrafa de Madrid (figura 1).

Figura 1. Serie “8 condiciones para ganar la guerra”.



La serie cuenta con un cartel principal en el que se enumeran las “Condiciones para ganar la guerra”, es eminentemente textual y utiliza una tipografía de palo seco para el título y una romana moderna para “condiciones”. El resto de la serie no incorpora ningún elemento textual, concediéndose todo el protagonismo al elemento gráfico. Es interesante analizar esta serie de carteles porque en ella está reunida la práctica totalidad de la simbología empleada por la propaganda republicana, y así comprender el significado de cada uno de estos símbolos en el resto de carteles.

Desde el punto de vista del diseño, lo más destacable de la serie es la superposición de planos que pretende dar una sensación de profundidad. La estructura es la misma en todos: un primer plano, que ocupa una pequeña franja inferior, representado como una silueta o una sombra (fábrica, campo, conjunto de personas), y que cede todo el protagonismo al plano central en el que se expresa el símbolo que da argumento al cartel. Por detrás de éste, el tercer plano actúa como fondo en el que se adivinan motivos secundarios siempre dibujados mediante la combinación de distintos tonos de amarillo.

En cuanto al aspecto cromático de la serie, debemos señalar, precisamente, la utilización del amarillo como color de fondo, lo que permite al plano central acaparar la atención, donde el rojo es el color dominante en los carteles impares y el verde en los pares. En ambos casos, Bardasano escogió tonos vivos y brillantes con intención de estimular al receptor y grabar con fuerza el mensaje transmitido.

Serie “Juventudes Socialistas Unificadas (JSU)” (carteles 10 a 18)

En la zona republicana fueron muy numerosas las organizaciones juveniles que permanecieron adscritas a los distintos partidos políticos que formaban el Frente Popular. Destacaron la Juventud Comunista Ibérica (JCI), las Juventuts Socialistes Unificades de Catalunya (JSUC) y la Federación Ibérica de Juventudes Libertarias (JLLC). Pero, sin duda, la organización juvenil más activa fue las Juventudes Socialistas Unificadas, formadas a raíz de la fusión, en abril de 1936, de las Juventudes Socialistas y las Juventudes Comunistas, a iniciativa del que será durante la guerra su secretario general, Santiago Carrillo. A pesar de que en este epígrafe incluimos solo nueve carteles (figura 2), un total de 47 de los 98 que hemos identificado en esta investigación llevan el sello de la JSU. No obstante, incluimos en este apartado los nueve que giran en torno a la propia organización y no a reivindicaciones externas que se lanzan desde la misma. Todos ellos son de 1937, y están impresos en Valencia (Gráficas Valencia: números 10, 14, 16 y 18, 7 y 10; y Durá: 6) y Madrid (Unión Polígrafa: 11, 12, 13, 15 y 17).

Figura 2. Serie “Juventudes Socialistas Unificadas (JSU)”.



El elemento más característico de estas obras es el protagonismo del rojo como color dominante en la práctica totalidad de los elementos integrantes de los carteles: banderas (11, 12, 14, 15, 17, 18), rostros (12,13,14,18), alineaciones de

soldados (14, 18), silueta de ciudad (13), fondo (10, 17), tipografía (12, 15, 17, 18). Especialmente significativa es la presencia de la bandera roja con el logotipo de las Juventudes Socialistas Unificadas como principal reclamo al ser carteles realizados para la propia formación juvenil que tienen el objetivo de movilizar a sus afiliados en torno a sus principios, valores y reivindicaciones. La bandera roja es el símbolo universal de la revolución y, como tal, ha presidido momentos clave de la historia europea –como las barricadas de 1848– y española, como la huelga general de Barcelona de 1855³⁷. La II Internacional la adoptó como propia, extendiéndose, de esta forma, a los partidos comunistas de todo el mundo.

En lo que hace referencia a la ilustración advertimos una mayor definición en los rasgos faciales de los jóvenes retratados (11, 13, 15, 16, 17) que en el caso de los soldados dibujados en el apartado anterior. Es muy habitual que el cartel se estructure a partir de la presentación de un motivo icónico central, que ocupa la mayor parte del área impresa, y que se eleva sobre una franja inferior en la que aparecen como sombras o siluetas formaciones de soldados, tanques y armamento, fábricas o alambres de espinos. Además, son carteles cuya principal misión, en la mayoría de los casos, es la de convocar a sus afiliados a un congreso, una exposición o una conferencia. En estos casos no hay ningún tipo de mensaje ideológico, y los elementos textuales están dedicados a informar de la ciudad, el mes, e incluso los días en los que tendrá lugar dicho acontecimiento.

En los elementos textuales, hay una preferencia por la tipografía rotulada de palo seco, a la que se aplica, en ocasiones, algún toque de fantasía en los remates de determinadas letras. Es habitual que estos títulos sin remate se vean complementados por la utilización de una letra caligráfica para los nexos existentes entre distintas líneas de texto, o entre varias ideas (13, 16, 17), en casos aislados, a remates muy poco pronunciados (15), o a efectos de relieve (18).

Mención aparte merece el último cartel de esta serie, pues nos ofrece una faceta distinta de Bardasano, la de autor de retratos, en este caso, el del secretario general de las JSU de Madrid, Felipe Muñoz Arconada. El cartel incluye, además de la imagen, su nombre y su cargo, acompañados de la palabra “opina”, lo que nos lleva a pensar que dicho retrato fue empleado de forma recurrente por los órganos de propaganda de las JSU, incluyendo en cada caso fragmentos de distintos discursos pronunciados por el dirigente.

Serie “Llamamiento a la unidad” (carteles 19 a 23)

Junto a los dedicados a las Juventudes Socialistas Unificadas, Bardasano realiza carteles para otras formaciones políticas, eso sí, siempre dentro de la órbita del Frente Popular. Aunque esta cuestión será objeto de posterior análisis, cabe des-

37 Inmaculada JULIÁN GONZÁLEZ, *El cartel republicano ...*, *op. cit.*, p. 64.

tacar que 36 de las obras que integran esta formación podemos asignarlas directamente a las JSU, muchas de ellas en coordinación con la Secretaría de Agitación y Propaganda del Partido Comunista. Al margen de éstas, este trabajo recoge otros 17 carteles del PCE. El reparto del resto, respecto del total editados por partidos políticos, es el siguiente: 7 del Frente Popular; 2 del Front Popular de Catalunya; 3 del Partit Socialista Unificat de Catalunya; 2 de las Joventuts Socialistes Unificades de Catalunya y 1 del PSOE. En este apartado analizaremos los cinco carteles que, editados desde algunas de estas formaciones, inciden en el llamamiento a la unidad de las fuerzas de izquierdas (figura 3).

Figura 3. Serie “Llamamiento a la unidad”.



Se trata de carteles que expresan ese deseo de unidad, pero van más allá al señalar al partido y a las siglas que están detrás de cada obra como el verdadero –y más útil– motor de esa unidad. En todos ellos se produce esa traslación del

elemento ideológico y político –la necesidad de que las fuerzas de izquierdas del Frente Popular asuman un mando único– al campo de batalla mediante la incorporación de soldados como el elemento gráfico principal. Soldados que, en ocasiones, como en los carteles 19 y 20, los encontramos en el frente, o también presentados de forma aislada –sin un fondo o más dibujo que les sitúe en un escenario concreto– y sin más referencia que las banderas del partido que edita cada cartel.

En este sentido, cabe destacar en estas obras la utilización del color. Tal y como ocurre en el lenguaje publicitario, se busca aquí que el receptor identifique la obra que está contemplando con el emblema, símbolo o bandera del partido que está detrás de ese cartel. Los carteles de este grupo son un claro ejemplo de cómo, pese al contexto de guerra en el que se encontraban sus autores, el color se mantiene como un “factor expresivo de primera magnitud” en la comunicación persuasiva, precisamente por su valor connotativo³⁸.

Serie “Diez reivindicaciones de la juventud (JSU)” (carteles 24 a 34)

El 24 de junio de 1937, apenas unos días antes de la inauguración del Congreso Internacional de Escritores e Intelectuales Antifascistas en Valencia, las Juventudes Socialistas Unificadas (JSU) daban a conocer “Las 10 reivindicaciones de la Juventud”, como muestra de la preocupación y el compromiso de esta organización en el desarrollo de la guerra. Esta serie de once carteles (figura 4) ilustra las mencionadas reivindicaciones, y fue impresa en la litográfica Durá de Valencia, controlada por la Unión General de Trabajadores (UGT) y la Confederación Nacional del Trabajo (CNT).

El último cartel (34) constituye un resumen de la serie al integrar las diez reivindicaciones en un trabajo eminentemente tipográfico. Está impreso también en Valencia, aunque en este caso en Gráficas Valencia. Carrillo justificó el lanzamiento de estas diez reivindicaciones en el evidente cambio que el estallido de la guerra provocó entre los jóvenes españoles y sus aspiraciones: “Esta juventud nueva, con nuevas necesidades, precisa que el Gobierno del Frente Popular le dé todas las posibilidades de desarrollarse y de desenvolverse al máximo sus energías y su capacidad”³⁹. En este contexto, cobran sentido estos reclamos que conciernen a muy diferentes ámbitos de la vida de los jóvenes españoles del momento, aunque especialmente referidas a su posición dentro de los cuadros militares.

³⁸ José Javier MUÑOZ, *Nuevo diccionario de publicidad, relaciones públicas y comunicación*, Buenos Aires: Libros en red, 2004, p. 67.

³⁹ *Ahora* (Madrid) (27 de junio de 1937), p. 4-5.

Figura 4. Serie “Diez reivindicaciones de la juventud (JSU)”.



Las otras seis reivindicaciones, aunque también estrechamente relacionadas con el contexto de guerra que vive el país, conciernen a aspectos no militares de la vida de los jóvenes.

En todos estos carteles, el elemento gráfico pasa a un segundo plano en beneficio del elemento textual que expresa la consigna. Están divididos en dos áreas verticales. La izquierda está dedicada íntegramente a cada uno de los números, ocupando la práctica totalidad de la altura del cartel. El área derecha se divide, a su vez, en dos zonas horizontales: la superior dedicada a la reivindicación, y la inferior a la ilustración.

Desde el punto de vista de los elementos textuales destaca la utilización de una tipografía condensada y de palo seco en los números, alrededor de los cuales se percibe un halo o sombra difuminada que los realza. El título de las reivindicaciones utiliza una letra con remate basada en el romano moderno, condensada, versales, en líneas centradas. Por último, el texto en el que se explican las consignas está justificado, con un interlineado generoso, mayor entre cada uno de los párrafos, sin sangría de primera línea, y con una tipografía de palo seco.

Cromáticamente, los carteles utilizan únicamente el color rojo combinado con el blanco. Su utilización no es casual. Además de ser el color identificativo de la Juventud Socialista Unificada, su carácter polisémico nos remite a valores como la lucha, la revolución y el sacrificio, necesarios para llevar a la práctica las reivindicaciones planteadas. La ausencia de otros colores, así como la utilización de los blancos alrededor de cada uno de los elementos dan a la obra un aspecto armónico, necesario en todo cartel en el que la parte textual es la central.

El elemento gráfico muestra una ilustración esquemática y simbólica que pretende recoger de forma simplificada el mensaje al que acompaña. Su originalidad se encuentra en el hecho de estar contenida en una mancha o contorno irregular, a modo de ventana, y que parcialmente se encuentra bajo el número. Una buena parte de los símbolos empleados son los ya comentados en la serie anterior. Sin embargo, también encontramos otros símbolos significativos de la propaganda republicana que es necesario enumerar:

Los republicanos incorporan la Justicia a su obra gráfica a través de sus tres símbolos tradicionales: el libro como emblema de la ley (la legalidad republicana atacada con el levantamiento militar de julio de 1936), la balanza, representativa del equilibrio en su administración, y la espada simbolizando el castigo aplicable a todo aquel que no cumpla su deber, como podemos ver en el cartel número 24.

Durante toda la guerra se otorga una importancia radical en la zona republicana a la lucha contra el analfabetismo. El fomento de la educación de los ciudadanos que integran la retaguardia es un elemento recurrente en muchos carteles. De ahí, la asociación que Bardasano realiza en la ilustración que aparece en el cartel número 31, entre elementos representativos del campo (tractor y hoz) y un libro en el que se adivinan las primeras letras del alfabeto.

Bloque 2: Guerra y Movilización

Serie “Servicio militar obligatorio” (35 y 36)

Ya en diciembre de 1936, el Partido Comunista había dejado clara su apuesta por la implantación de un servicio militar obligatorio en el documento “El camino de la victoria”, que Bardasano convirtió en la serie de carteles titulada

“Condiciones para ganar la guerra”. El segundo de esos preceptos que, a juicio del Comité Central del PCE, eran necesarios para cosechar buenos resultados en el campo de batalla era precisamente la instrucción militar obligatoria como paso previo al posterior enrolamiento de las personas que recibieran esta formación en el Ejército popular.

La caída de Málaga del lado nacional, ante el empuje de las fuerzas expedicionarias italianas⁴⁰, el 6 de febrero de 1937, reafirma aún más a los dirigentes del PCE en su exigencia a Largo Caballero para que instaurase el servicio militar obligatorio. La derrota en Málaga constató la incapacidad del ejército republicano a la hora de “organizar una defensa mínimamente sólida”⁴¹. La movilización de voluntarios –temática a la que Bardasano dedicó un número importante de carteles– no logró dotar al bando republicano de los medios humanos necesarios en muchas regiones de España. La demanda del PCE de un reclutamiento obligatorio era rechazada por el jefe del Ejecutivo para, al margen de sus convicciones personales, mantener el apoyo de los anarquistas. Periódicos muy próximos a la figura de Largo Caballero –como *Adelante*⁴²– apoyaban en ese momento la posición del Gobierno, aunque abrían la puerta a alguna clase de reclutamiento: “No pedimos el servicio militar, pero debemos acudir cuando seamos llamados”⁴³. La propuesta del PCE, sin embargo, contaba con argumentos de peso en su contra que iban más allá del rechazo social que suscitaba la idea del reclutamiento forzoso. Esos reparos tenían su fundamento, según el análisis de quienes se oponían, en que “no había armas ni oficiales bastantes para armar o instruir a esas reservas”⁴⁴. Aun así, las circunstancias de la guerra en algunos momentos puntuales y las necesidades de más medios humanos en determinados puntos de la península, obligaron a Largo Caballero a llamar, tanto en octubre de 1936 como en febrero de 1937, a algunos grupos reservistas⁴⁵. Pero más allá del debate en torno a la conveniencia de articular vías para reclutar a más personas en el bando republicano, no fue éste un asunto menor en el posterior desarrollo de los acontecimientos bélicos si se tienen presentes los análisis de algunos historiadores en torno a cómo la ventaja numérica del bando nacional, motivada por la instrucción militar obligatoria en las zonas controladas por Franco, ayudó a decantar la balanza final. Esto se hizo especialmente patente conforme fue avanzando 1937. En junio, ya con Juan Negrín como presidente del Consejo de Ministros de la República, las

40 Josep María FIGUERES, *Madrid en guerra*, Barcelona: Destino, 2004, p. 735.

41 Gabriele RANZATO, *El eclipse de la democracia: la Guerra Civil española y sus orígenes, 1931-1939*, Madrid: Siglo XXI de España Editores, 2007, p. 479.

42 Editado por la Federación Socialista Valenciana únicamente durante algunos meses de 1937.

43 *Adelante* (Valencia) (13 de febrero de 1937), p. 3.

44 Michael ALPERT, *El ejército republicano en la Guerra Civil*, Madrid: Siglo XXI de España Editores, 1998, p. 221.

45 Gabriele RANZATO, *El eclipse de la democracia... op. cit.*, p. 480.

tropas franquistas se hicieron con Bilbao. Inmediatamente después, cayeron Santander, Gijón y Avilés. En octubre de 1937 el bando nacional controlaba ya todo el norte industrial.

Los dos carteles de Bardasano que –además del número 2, encuadrado éste en la serie de Condiciones para ganar la guerra– planteaban la necesidad del reclutamiento forzoso están editados en Madrid (figura 5). Ambos salieron de la imprenta Gráficas Reunidas por encargo del Partido Comunista. Ambos buscan transmitir un mensaje claro mediante la combinación de una formación de soldados con un título como único elemento textual, y el rojo y el negro como colores básicos.

Figura 5. Serie “Servicio militar obligatorio”.



Serie “Alistamiento, batallones y voluntarios (carteles 37 a 53)

La exigencia de que todos los hombres útiles acudieran al frente se convirtió en una de las prioridades de los distintos órganos de propaganda dependientes del Gobierno republicano. Las campañas de alistamiento y movilización tuvieron especial incidencia durante los primeros meses de guerra. Los partidos y organizaciones que integraban el Frente Popular crearon sus propias milicias, que configuraron el ejército republicano desde el mismo 18 de julio.

Destacaron las Milicias Antifascistas Obreras y Campesinas (MAOC) y el 5º Regimiento, asociado al PCE, y cuyo líder, Enrique Líster, se convirtió en una de las figuras más emblemáticas de la guerra. También se le dio gran importancia a la movilización de voluntarios para la fortificación y el atrincheramiento (carteles 44, 46, 47, 48 y 49) de las ciudades mediante la construcción de “zanjas, alambradas, barricadas y pasos subterráneos”⁴⁶. A pesar de que parecería lógico que los carteles con mensajes relativos al día a día del frente fueran los más numerosos, no ocurre así, y la temática de combate será sólo una más dentro del amplio abanico abordado por la propaganda republicana⁴⁷.

Además de invitar a la movilización de los voluntarios, son carteles que hacen hincapié en la necesidad de unidad frente al enemigo, que invitan a la ofensiva, para lo que recurren a valores como la dignidad, la fortaleza o la independencia de la patria (figura 6). A medida que las fuerzas republicanas van retrocediendo terreno y perdiendo ciudades importantes estos carteles se centran en la única idea de resistir⁴⁸.

La temática de alistamiento y voluntariado es una de las que mejor se adapta al concepto de “arte de urgencia”, como consecuencia de las circunstancias que imponía la guerra y de la necesidad de movilizar al mayor número posible de personas en poco tiempo. Dentro de los carteles reproducidos en este epígrafe, distinguiremos dos categorías en función, precisamente, de esa “urgencia” en su composición y tratamiento:

Los carteles del 37 al 45, con la excepción del 44, presentan un mayor detalle y elaboración. En el elemento textual existe una importante combinación de todos los efectos que posibilita la tipografía: empleo de diferentes colores para cada uno de los mensajes (amarillo, rojo, negro, verde, texto en negativo); contraste entre tipografía redonda y cursiva (39); introducción en algunos casos de tipografía caligráfica (42, 43 y 45) combinación en el uso de la alineación centrada y a la izquierda (37 y 38); interlineados reducidos; empleo de signos de admiración con un cuerpo superior al del texto al que acompaña con la intención de llamar la atención y ser coherente con el mensaje de urgencia que se lanza al receptor (37, 38, 39, 43 y 45); inclinación y efectos de contorno en las líneas base que proporcionan sensación de movimiento; efectos de relieve y movimiento en alguno de los textos (38) e, incluso, de pequeños toques de fantasía en determinadas palabras (37).

46 Jordi CARULLA, *La Guerra Civil...*, *op. cit.*, p. 329.

47 *Ibidem*, p. 268.

48 Javier GÓMEZ LÓPEZ, *Catálogo de carteles...*, *op. cit.*, p. 39.

Figura 6. Serie “Alistamiento, batallones y voluntarios”.



Precisamente, el cartel 37 nos presenta una de las consignas más repetidas para llamar a la movilización: “Ni un brazo joven sin fusil”: “Suman muchos miles los campesinos que abandonaron la azada y la esteva para empuñar el fusil, instrumento de trabajo que ha de empuñar cada brazo joven en estas horas decisivas para la independencia y libertad de nuestro pueblo”, recoge un extracto de un artículo de *Frente Rojo*⁴⁹ publicado en junio de 1937 que plantea el mismo argumento que el cartel. Tal y como sucede con el nº 41, esta obra no se puede analizar en los mismos términos que el resto, al menos en lo que se refiere a su contenido cromático, ya que las copias existentes de ambos en el Archivo General de la Administración del Ministerio de Cultura se conservan en blanco y negro. Nos presenta un brazo empuñando un fúsil en un único plano que, combinado con una tipografía rotulada, genera una sensación de movimiento que invita a la acción. En el cartel nº 38, el color que domina el fondo y el elemento textual de primer plano es el amarillo, lo que contribuye a aunar la connotación cultural de este color, que lo asocia al mundo de la tierra, y su connotación más psicológica, que lo relaciona con el valor del dinamismo, esencial en el tema planteado. El fondo de este cartel, en el que están representadas las espigas, símbolo del trabajo en el campo, otorga profundidad al conjunto.

De entre todos los carteles, sin embargo, es necesario resaltar la fuerza y el dramatismo de los combatientes dibujados en el cartel nº 45. Bardasano recurre en esta obra a la superposición de dos planos para destacar la heroicidad de las fuerzas armadas leales a la República, capaces de preferir la “muerte” (simbolizada por el soldado en verde, al que, por su expresión de dolor, le ha alcanzado el fuego enemigo) que la humillación que supondrían la derrota o la rendición (representada por el hombre dibujado en primer plano arrodillado y con cadenas en las muñecas). Los otros cuatro carteles, que nos presentan batallones concretos a los que poder alistarse –Mariana Pineda (40), Alpino (41), del Bruc (42) y de la Llibertat (43)– comparten el mismo esquema más allá de una tipografía y un contenido cromático distinto en cada caso: dos planos –en el caso del número 42, son tres planos– en los que se combina la presencia de un soldado con un elemento simbólico que identifica al batallón en cuestión. Estos elementos identificativos serán un retrato de Mariana Pineda (40), la silueta de una montaña nevada (41); la silueta de las montañas de Montserrat vistas desde la localidad del Bruc (42) y la señora (43).

En el bando republicano, el paralelismo entre la Guerra Civil y la Guerra de la Independencia será constante, ya que la propaganda del Frente Popular insiste en la necesidad de volver a hacer lo que se hizo entonces: expulsar al extranjero, en referencia al apoyo al bando nacional por parte de los ejércitos de Alemania e Italia.

Cinco de estos carteles están impresos en Madrid, repartidos entre las Artes Gráficas Helios, la litografía Martín y la litografía Arte. Los carteles 42, 43 y 45 fueron impresos en Barcelona, todos ellos en Gráficas Ultra.

⁴⁹ *Frente Rojo* (Valencia) (17 de junio de 1937), p. 5.

Los carteles nº 44, 46, 47, 48 y 49 –impresos en Barcelona, también en Gráficas Ultra– se caracterizan por una utilización más simple de los elementos textuales, gráficos y cromáticos. La estructura en los carteles nº 46, 47, 48 y 49 es idéntica y se resume en una división en dos áreas horizontales, que en alguno de los casos se superponen puntualmente, estando dedicada la superior a la ilustración y la inferior al elemento textual, a excepción del número 46 en el que parte de este último se ubica en la franja superior. La tipografía empleada es rotulada sin remate, cursiva, condensada, sin prácticamente interlineado, y pretende dar la sensación de estar realizada con un pincel ancho. No hay una alineación definida y su distribución por toda la mitad inferior del cartel es anárquica. Cromáticamente sólo se emplea un color (rojo, verde o negro), tanto para la parte textual como para la gráfica. Al contrario de lo que sucede en los carteles del apartado anterior (37, 38, 39, 40, 41, 42, 43 y 45), el rasgo en las ilustraciones no es definido y tiene una cierta abstracción en el dibujo de las figuras, indicativa de la rapidez con que fueron elaborados. El cartel número 44 es el que posee una mayor complejidad. Al igual que los anteriores está dividido en dos áreas horizontales (superior: ilustración y título, inferior: elemento textual). Hay una mayor combinación de colores al incluir junto al negro y el beige del fondo, un tono de azul celeste para el título, que emplea también para el dibujo de un halo difuminado sobre la formación de hombres trabajando. La tipografía es rotulada, inspirada en el palo seco, que alterna la alineación centrada con la justificación del texto secundario (“en peu de guerra...”), al que no aplica sangría en la primera línea. Estos cinco carteles están impresos en Barcelona por el Front Popular de Catalunya.

Temáticamente, estos carteles plantean la urgencia del reclutamiento, en un momento –todos son ya de 1938– en el que la balanza del conflicto comienza a decantarse del bando nacional. El célebre llamamiento para intentar reclutar a “100.000 voluntarios” para la defensa de Cataluña se convierte en una urgencia a partir de marzo de 1938.

Fruto de esa necesidad, el Frente Popular Antifascista de Cataluña redacta un manifiesto en el que reiteran que “es preciso movilizar urgentemente a 100.000 voluntarios correspondiendo a la llamada del presidente Negrín para defender la República y las libertades de Cataluña”⁵⁰.

Paralelamente –tal y como señala el cartel número 44– el Gobierno también reclamó la necesidad de 50.000 fortificadores. Esta demanda fue asumida por el Frente Popular y, muy especialmente, por sus organizaciones juveniles como la Alianza Juvenil Antifascista⁵¹ mediante unos llamamientos en los que se subraya la vital importancia de este cuerpo, equiparándolos incluso con el propio ejército: “Fortificad: hoy más que nunca, la fortificación es la base de

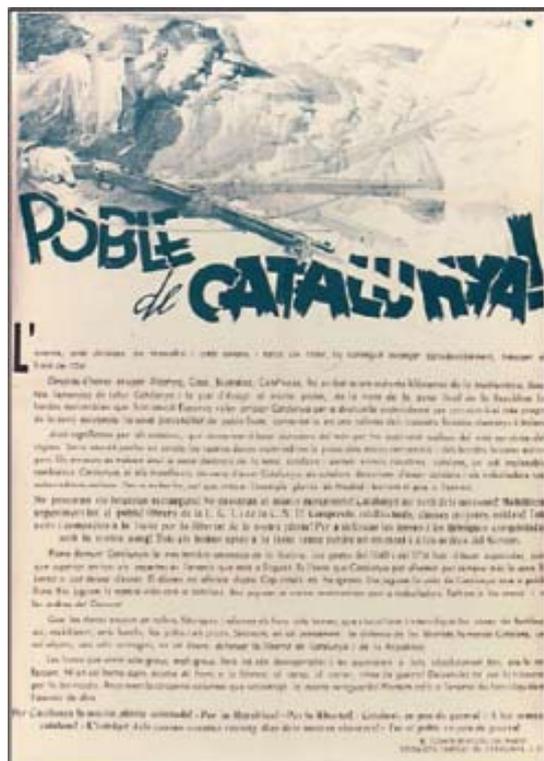
50 *Solidaridad Obrera* (Barcelona) (1 de abril de 1938), p. 1.

51 *La Hora* (Valencia) (10 de mayo de 1938), p. 1.

la resistencia. Mientras se envían a los frentes miles de fortificadores, vosotros soldados, convertid cada palmo de terreno en una muralla”⁵².

Mientras los carteles 51, 52, y 54 reiteran temas ya abordados en el análisis del contexto de guerra de algunas de las obras anteriores, el cartel número 53 (figura 7) sí nos presenta una temática nueva al acompañar la ilustración al texto del manifiesto del Comité Ejecutivo del Partit Socialista Unificat de Catalunya. Pese a esta consideración, hemos incluido su análisis en este apartado al constituir, entre las obras de temática exclusivamente bélica, una excepción dentro del conjunto de carteles de Bardasano, por no haber una integración entre el elemento textual y el gráfico. Bardasano es el autor de la ilustración y ocupa un espacio reservado en la maquetación de la obra, pero el texto y el dibujo no interaccionan: el elemento gráfico está delimitado en un recuadro con amplios márgenes, concediendo el protagonismo del resto de la obra al mensaje textual. Los tres primeros tienen en común unas dimensiones en torno a los 70 cm x 100 cm, si bien el número 53 mide 100 cm x 140 cm, y se observa en él una separación total entre el elemento textual y la ilustración que representa a soldados en actitud de combate.

Figura 7. Cartel nº 53 “Poble da Catalunya”.



52 Frente Rojo (Valencia) (7 de abril de 1938), p. 12.

Serie “Efemérides: julio y 1º de mayo” (carteles 54 a 57)

Dentro de la propaganda republicana son muy frecuentes también los carteles que no tienen un contenido temático concreto o un mensaje dirigido a un colectivo específico de la sociedad. Se trata de obras que conmemoran una fecha. En este caso, en lo que afecta a los cuatro carteles de este apartado (figura 8), nos encontramos ante tres efemérides claves para la imaginería republicana a la hora de suscitar en el receptor una respuesta: julio de 1936 (55), el mes de julio de 1937 –los días 18 y 31– como primer aniversario del comienzo de la guerra (54 y 56), y el 1º de mayo (57).

Figura 8. Serie “Efemérides: julio y 1º de mayo”.



Es necesario resaltar la fuerza y el dramatismo de las escenas que protagonizan los soldados en este grupo de carteles. El 54 inmortaliza el momento de mayor tensión y peligro que se puede dar en la guerra, como es la lucha cuerpo a cuerpo. El soldado “enemigo” (identificable por la esvástica dibujada en un brazalete) está a punto de ser golpeado con la culata de la escopeta del soldado republicano. La sensación de movimiento viene proporcionada por la propia escopeta, por la situación de tensión de las piernas de ambos, por la mano izquierda del atacado, que nos muestra su intención de resistir, y por el casco que éste último ha perdido en el instante anterior al que recoge el cartel. El 55 nos muestra a un miliciano rompiendo el yugo y las flechas, emblema⁵³ que Falange adoptó al rescatarlo del escudo heráldico de los Reyes

53 El emblema de Falange está constituido por un haz de cinco flechas y por un yugo. Dicho emblema tiene su origen en el reinado de los Reyes Católicos, pues, como expresión de mutuo cariño, Fernando eligió como símbolo el yugo, cuya letra inicial hace alusión a la Y de Isabel, y ésta eligió las flechas por ser la F la primera letra del nombre de su marido. Como instrumento, la flecha es un arma ofensiva que la Falange adoptó para expresar así su espíritu de lucha. El yugo, en cambio, es un instrumento de trabajo destinado, tal y como sostenía la propaganda de Falange, a unir esfuerzos para lograr ciertos fines, en Antonio ÁLVAREZ PÉREZ, *Enciclopedia Álvarez*, Madrid: Edaf, 1998, p. 467.

Católicos⁵⁴. En el 56 podemos ver a un grupo de tres soldados de cada uno de los tres ejércitos en actitud confiada de cara a la victoria y, finalmente, el 57 nos presenta a dos soldados reptando en el campo de batalla a la espera de iniciar la ofensiva. En este caso se conmemora el 1º de mayo, una fecha a la que Bardasano dedicó una serie de tres carteles editados por la Secretaría de Agit-Prop del PCE e impresos en 1937 en el taller de Gráficas Reunidas, en la capital del país.

De este grupo de cuatro carteles es, sin embargo, el 55 el que tendrá una mayor trascendencia para la trayectoria y notoriedad de Bardasano como figura clave de este soporte propagandístico durante la guerra. Presentó este trabajo al concurso de carteles “Homenaje a las milicias” organizado por la Junta Directiva del Frente Popular de la Cámara del Libro de Madrid y logró hacerse con el primer premio (figura 9). La elección del ganador fue el resultado de una votación popular, ya que se instalaron urnas en la Plaza Mayor junto a una exposición con todas las obras presentadas al certamen. Al concurso se presentaron muchos de los cartelistas más relevantes del momento, como Puyol, Parrilla, Peinador, Hortelano o Penagos.

Figura 9.



Antes incluso de conocerse el fallo de la votación popular, la prensa destaca el buen trabajo de Bardasano en el cartel titulado “Julio 1936”.

En lo que tiene que ver con el diseño de estas cuatro obras, cabe destacar que en dos de ellas (54 y 57) contemplamos una ilustración con un único plano mien-

⁵⁴ José Manuel HUIDOBRO, *Numismática y Heráldica de España*, Liber Factory (edición Ebook), 2015, p. 118.

tras que en los carteles 55 y 56, Bardasano opta por superponer hasta tres niveles en los que se integran los elementos textuales, de forma que en estas últimas observamos una mayor sensación de profundidad Cromáticamente, nos encontramos con el rojo (55 y 57) y el marrón (54 y 56) como colores principales en el dibujo y la incorporación del blanco y el beige, además del rojo, como los elegidos para los elementos textuales. Precisamente en lo que tiene que ver con el contenido tipográfico, debemos señalar que tres de estos carteles únicamente tienen un título, prescindiendo de los elementos textuales secundarios. Respecto a la tipología de estos elementos textuales, Bardasano vuelve a combinar aquí la tipografía rotulada con la de palo seco en el cartel número 57. En el 55 opta por una letra rotulada a la que incorpora un efecto de pintura. En los carteles 54 y 56 combina dos clases de tipografías de palo seco y ambos casos comparten criterio: una tipografía más estilizada para los días y los y, por el contrario, una más gruesa para los años.

El cartel 55 es el único de esta serie editado en 1936, misión de la que se encargó la Cámara del Libro de Madrid, a través de la litografía Cromo. Los otros tres están fechados en 1937 y representan mejor que ningún otro apartado de esta investigación la penetración que la obra cartelística de este pintor tuvo en las tres principales ciudades del bando republicano: el 54 fue editado en Barcelona, en los Talleres Guerri a cargo de Ediciones Artes Plásticas; el 56, en Valencia, salido de los talleres de Gráficas Valencia (UGT); mientras que el 57 fue impreso en Madrid, en Gráficas Reunidas, por encargo del PCE.

Serie “Fascismo e invasores extranjeros” (carteles 58 a 60)

Una parte primordial de la propaganda se centró en el ataque al enemigo. En la “zona roja”, el enemigo se identificó con el fascismo en Europa, cuyo reflejo en España se percibió en los militares sublevados, así como en el apoyo de Alemania e Italia. Uno de los primeros objetivos era crear “una motivación para la lucha: ¿por qué luchar? ¿Contra qué y contra quiénes? ¿Quiénes eran y qué pretendían los sublevados?”⁵⁵. La agitación ideológica del momento imposibilitaba argumentaciones sosegadas y objetivas, siendo las consignas más empleadas aquellas que reclaman la expulsión del invasor y la derrota del fascismo como fórmula de restablecer la legalidad republicana. En dos de los carteles de esta serie (58 y 59), Bardasano incluye una esvástica (figura 10). En el 58 constituye el elemento principal de la ilustración. Los carteles que incorporan el símbolo nazi buscan siempre transmitir al receptor las consecuencias que tendría una eventual derrota en la guerra: “El fascismo es la explotación”, apunta Bardasano en su obra. Carteles de otros autores inciden en este lenguaje: “Esto es el fascismo”; “Este es vuestro porvenir si triunfa el fascismo”.

⁵⁵ Inmaculada JULIÁN GONZÁLEZ, *El cartel republicano ...*, op. cit., p. 119.

Figura 10. Serie “Fascismo e invasores extranjeros”.



En los tres carteles, el elemento textual pasa a un segundo plano al ser una mera descripción o complemento de los motivos representados en la parte gráfica, que acapara todo el protagonismo. El cartel 58 presenta una estructura dividida en dos áreas horizontales independientes. En la superior, la ilustración encarna a un trabajador atado a una esvástica, mediante la que se intenta trasladar las ideas de “explotación” y “esclavitud” a las que conduciría el triunfo del fascismo. La figura humana dibujada tiene una gran fuerza ya que la tensión muscular de su cuerpo nos transmite el deseo del trabajador de escapar de la atadura que le retiene. El rostro ensombrecido del individuo le otorga un carácter universal, que posibilita que el mensaje sea extensible a la totalidad de los trabajadores.

En los carteles 59 y 60 la estructura es muy similar ya que en ambos la ilustración se distribuye a través de un eje diagonal que parte de la esquina inferior de salida y llega a la esquina superior de entrada. En el 59, los cañones representativos de la fuerza militar republicana expulsan a un soldado adornado con esvásticas. En el 60, la presencia de un soldado que yace en el suelo, dibujado desde una óptica expresionista que pretende realzar su lado más dramático, invita a la venganza y al “aplastamiento” del enemigo. Los tres carteles recurren a tipografías rotuladas sin remates, condensada y con un interlineado mínimo, con el fin de trasladar el mensaje en el menor espacio posible. El 58 recurre a distintas gamas de marrón (trabajo y tierra), desde el más oscuro al beige, consiguiendo un resultado armónico por tratarse de “un color que combina bien consigo mismo”⁵⁶. El 59 recurre al amarillo para destacar al soldado, y al azul

⁵⁶ Laura GONZÁLEZ DÍEZ, Pedro PÉREZ CUADRADO, *Principios básicos de diseño periodístico*, Madrid: Editorial Universitas, 2001, p. 180.

del fondo para expresar la libertad y serenidad que llegará con la victoria. El número 60 recurre al rojo, y a sus connotaciones de sangre y revolución.

El referente de Goya: ¡Fuera el invasor! (61)

El cartel 61 (figura 11) es el más conocido y emblemático de todos los que Bardasano pintó durante la Guerra Civil. Esta obra se entiende a partir de una doble consideración: el paralelismo que Bardasano busca transmitir, de nuevo, entre la Guerra Civil y la Guerra de la Independencia y la profunda admiración que siente hacia Goya. Y es que Bardasano siempre se consideró pintor, y sólo circunstancialmente cartelista⁵⁷. Desde esta reflexión, reivindica “un cartel político netamente español, sin precedentes en la tradición europea”⁵⁸ a pesar de las influencias que recibe de la propaganda continental del primer tercio de siglo. Además de una aptitud artística puesta al servicio de una causa, los carteles de Bardasano reflejan su vocación como cronista del momento histórico que vivió, del mismo modo que lo fue Francisco de Goya en la Guerra de la Independencia a través de sus grabados. Y es, precisamente, este cartel el que manifiesta de una manera más clara el paralelismo entre Goya y Bardasano.

Figura 11. Cartel *¡Fuera el invasor!*



⁵⁷ Carmen GRIMAU, *El cartel republicano...*, *op. cit.*, p. 38.

⁵⁸ Hugh THOMAS, *La Guerra Civil española*, Madrid: *Diario 16*. Información y prensa, 1976, p. 678.

Su estructura se basa en la superposición de dos planos, en cada uno de los cuales encontramos a un soldado en actitud combativa. En primer plano, la figura se identifica con la de un majo de estética goyesca ataviado con capa y navaja, arquetipo de la resistencia que el pueblo de Madrid ofreció a las tropas de Napoleón en 1808. En segundo plano, observamos a un soldado republicano con fusil y el uniforme del Ejército Popular. Bardasano intenta con ello trasladar la idea de la continuidad histórica existente entre las dos guerras, ya que el autor identifica en ambas al soldado representado con la causa de la defensa de España, y al enemigo (franceses y nacionales, respectivamente) con el invasor. La influencia de Goya sobre Bardasano también es evidente desde el punto de vista estético, como lo demuestran los rasgos o el colorido del protagonista⁵⁹.

El cartel fue impreso en 1937 para conmemorar el primer año de guerra en la litográfica Gráficas Valencia, intervenida por UGT y CNT. Se compone de un área única en la que la parte gráfica acapara el protagonismo con respecto a los elementos textuales, superpuestos al dibujo y que ocupan la esquina superior de salida y la franja inferior. La tipografía del texto principal (“¡Fuera el invasor!”) es rotulada, de palo seco, muy condensada y cursiva. El texto secundario, alusivo al primer aniversario (“18 julio...”) juega con tres tamaños de cuerpo, con distintos interletrajes y con un interlineado reducido, todo lo cual le confiere un aspecto ordenado. Cromáticamente, destaca el rojo de la capa del soldado que aparece en primer término, cuyo significado supera el que le relaciona con valores ideológicos de la izquierda, para remitirnos a su significación como color portador de la esencia española. Para el fondo emplea distintos tonos de negro, gris y plateado que resaltan el primer plano y aportan elegancia y seriedad.

Brigadas Internacionales y la URSS (carteles 62 a 64)

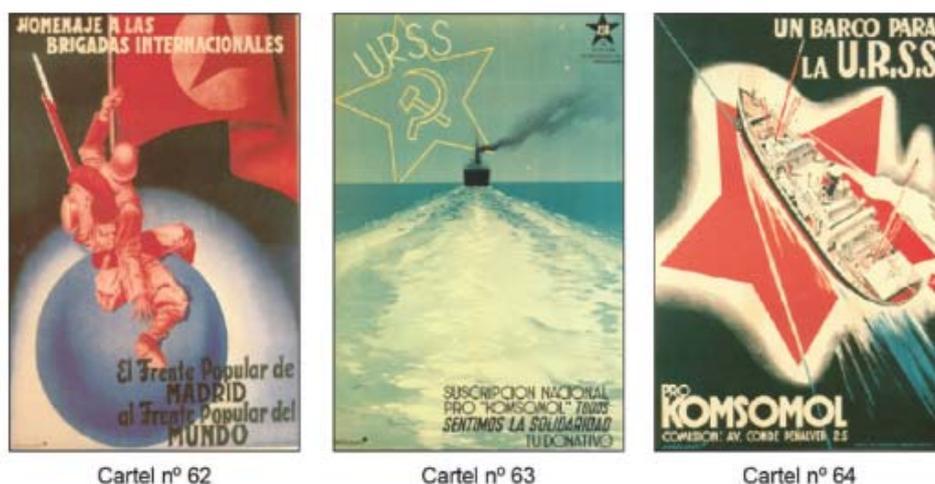
Entre 1936 y 1939, la Unión Soviética destinó en España más presupuesto a la propaganda que el propio Gobierno español⁶⁰. Este dato explica la enorme influencia que Moscú tendrá en la elaboración de consignas en el frente y en la retaguardia republicanas. Los carteles de Bardasano reproducidos en la figura 12, son la muestra de dos de los contenidos más repetidos entre las obras que apuntan a esa estrecha colaboración entre el Gobierno republicano y el régimen soviético. En primer lugar (cartel 62), el homenaje y agradecimiento a las Brigadas Internacionales por su participación en el conflicto en defensa de la República será una constante utilizada por un buen número de cartelistas. Veinte mil brigadistas de más de 20 países, aunque mayoritariamente france-

⁵⁹ *Ibidem*, p. 678.

⁶⁰ Jordi CARULLA, *La Guerra Civil...*, *op. cit.*, p. 226.

ses, italianos, alemanes y polacos, conformaban el 7 por ciento de las tropas republicanas⁶¹. Este cartel obtuvo el primer premio en el concurso de carteles de homenaje a la Columna Internacional, organizado por el Frente Popular⁶². No es el único trabajo que Bardasano realiza como homenaje a las Brigadas Internacionales.

Figura 12. Brigadas Internacionales y la URSS.



Los carteles 63 y 64 se refieren a las campañas puestas en marcha para reponer el barco soviético Komsomol, hundido por el crucero nacional Canarias el 15 de diciembre de 1936. Había llegado el 12 de octubre de ese mismo año al puerto de Cartagena portando tanques rusos T-26 y 51 instructores militares⁶³, convirtiéndose en el primer barco soviético en llegar a suelo español con armamento⁶⁴. Con el fin de financiar un “nuevo Komsomol” se hicieron homenajes y campañas de recaudación⁶⁵.

En los tres carteles, el mayor protagonismo lo acapara el emblema que da sentido a su contenido y su consigna. En el 62, la bandera con el logotipo de las Brigadas Internacionales es el punto inicial del eje vertical que vertebra el cartel. Lo mismo ocurre con los carteles 63 y 64, en los que los ejes (vertical en el 63, diagonal en el 64) tienen como elemento de partida la estrella de

61 VV. AA., *Las Brigadas Internacionales: el contexto internacional, los medios de propaganda, literatura y memorias*, Toledo: Universidad de Castilla-La Mancha, 2003, p. 67.

62 *El Sol* (27 de agosto de 1937), p. 3.

63 Hugh THOMAS, *La Guerra Civil española...*, op. cit., p. 169.

64 Magí CRUSELLS VALETA, *Las Brigadas Internacionales en la pantalla*, Toledo: Universidad de Castilla-La Mancha, 2001, p. 78.

65 VV. AA., *Valencia 1931-1939: guía Urbana, la ciudad en la Segunda República*, Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de Valencia, 2007, p. 299.

cinco puntas, símbolo de la URSS, y en sentido universal manifestación de las “metas a cumplir”⁶⁶. Son carteles que reparten sus elementos textuales en las esquinas de entrada y de salida, lo que permite que el protagonismo lo acapare el elemento icónico. La tipografía sin remate predominante en todos ellos se ve enriquecida por la utilización de ciertos toques de fantasía en el serif de algunas letras (texto principal del 62: “Homenaje a las...”), por la alternancia de la redonda y la cursiva (texto secundario del 63: “Suscripción nacional...”), y por la inspiración caligráfica con la que cuentan algunos textos secundarios (número 62: “El Frente Popular...”). Son carteles de estética y estructura sobria, y cromáticamente equilibrados por la combinación, fundamentalmente, del rojo, por las evidentes referencias al universo comunista y soviético, y del azul, en elementos como el mar sobre el que se desplaza el Komsomol (63 y 64) o el globo sobre el que permanece sentado el brigadista (62), color éste que aporta armonía, a la vez que amistad y cercanía, dos de los elementos reclamados como claves para el triunfo del comunismo proletario internacional.

Discursos de Manuel Azaña (carteles 65 a 68)

A lo largo de la guerra, los órganos de propaganda dependientes de partidos políticos y sindicatos republicanos recurrieron al periódico-mural o al cartel-discurso para lograr una difusión ideológica que fuera un poco más allá de las consignas breves y directas que permitían los carteles tradicionales, eminentemente gráficos. Así, es habitual encontrar carteles que contengan los *Trece Puntos de la Victoria* enunciados por Negrín, fragmentos de discursos de Dolores Ibárruri o las condiciones de Largo Caballero para un triunfo rápido. El 18 de julio de 1937, Manuel Azaña pronunció en la Universidad de Valencia un discurso que será reproducido por multitud de cartelistas en sus obras, tal y como hizo Bardasano en los cuatro carteles que figuran en esta serie (figura 13).

Figura 13. Serie “Discursos de Manuel Azaña”.



⁶⁶ Inmaculada JULIÁN GONZÁLEZ, *El cartel republicano ...*, op. cit., p. 64.

Los carteles 65, 67 y 68 tienen en común la peculiaridad de que la ilustración actúa únicamente como complemento del extracto del discurso. El 65, en formato vertical, está encabezado por el título genérico (“Su excelencia el presidente de la República ha dicho:”) en letra versal y hueca, sobre contorno marrón. A continuación, encontramos un retrato de Manuel Azaña, que ilustra el dominio que José Bardasano poseía en esta suerte pictórica. El último tercio del cartel está ocupado por el texto del discurso, para el que se escogió una tipografía romana antigua, versal y cursiva, justificada y sin sangría en la primera línea. Los carteles 67 y 68 tienen una estructura idéntica y sólo les diferencia el color escogido para el fondo (verde y rosa). En ambos la ilustración nos muestra a la República, personificada en el rostro que porta el gorro frigio, que protege la marcha de los soldados de la parte inferior. Tipográficamente, hemos de señalar que combina en el título el palo seco con una letra en la que se aprecia en sus remates la influencia de una egipcia. En el texto secundario recurre a una tipografía egipcia, justificada, con sangría primera y con un espaciado mayor entre párrafos.

En el cartel 66 se procede al planteamiento inverso: el extracto del discurso reproducido (esquina inferior de entrada) es la excusa para la elaboración de esta obra en la que el protagonismo corresponde al elemento gráfico. La ilustración representa a un león, emblema de la República, sobre el fondo, con la bandera tricolor, y el título (“España”), todo lo cual pretende subrayar la identificación del régimen republicano con la causa patriótica española, lo que, a su vez, reduce a la categoría de mero “invasor” al enemigo. La tipografía es de inspiración egipcia. La superposición de elementos y planos otorga profundidad al conjunto.

Bloque 3: Carteles sobre la retaguardia (carteles 69 a 98)

La necesidad de mantener en las ciudades y pueblos una vida lo más normal posible hace que la propaganda centre parte de su difusión en mensajes dirigidos a la retaguardia. Además de transmitir unas determinadas consignas, el objetivo no es otro que el de evitar que se extendiera el derrotismo entre los ciudadanos de estas localidades bajo el control de la República. El devenir de los acontecimientos y las derrotas militares fueron minimizando la capacidad del aparato propagandístico a la hora de mantener el optimismo entre sus bases y, en este deterioro, 1938 marca una fecha de no retorno⁶⁷.

Antes de constatarse esta quiebra del optimismo en el bando republicano, los mensajes lanzados a través de los carteles y la prensa próxima al Gobierno

⁶⁷ Francisco ALÍA MIRANDA, *La Guerra Civil en la retaguardia*, Ciudad Real: Diputación de Ciudad Real, 2005, p. 285.

de la República habían mantenido los mismos parámetros. En el mensaje, se presentan siempre exigencias para mantener determinadas actitudes en torno a cuestiones como la limpieza, la lectura o la vigilancia frente a eventuales espías. Por otro lado, en lo que concierne a la estética de los carteles se perciben dos actitudes: la idealización de la vida en la retaguardia de las ciudades republicanas y la alerta ante las consecuencias que podría desencadenar la victoria del bando nacional.

Esta circunstancia queda constatada al analizar las fechas en las que Bardasano realizó la treintena de carteles de esta investigación en la que se abordan cuestiones vinculadas directamente con la situación en la retaguardia (figuras 14 y 15). De estos 30 carteles, un total de 23⁶⁸ están fechados en 1937, precisamente el año en el que, según los mandos del Ejército de la República, era posible la victoria. Sólo una de estas obras está fechada en 1936 (el cartel 72) y otros cuatro carteles fueron realizados en 1938 (79, 80, 84 y 89). Por ciudades, son precisamente los editados en 1938 los que salieron de algún taller de Barcelona. El resto de obras fueron impresas en Madrid y Valencia. En la capital, el taller La Gallofa editó once obras (carteles 72, 73, 74, 76, 82, 83, 85, 87, 88, 96 y 97). Los 15 restantes, fueron impresos por talleres de Valencia: 69, 70, 71, 75, 77, 78, 81, 86, 90, 91, 92, 93, 94, 95 y 98. El empleo de un trazo definido y una óptica realista en el dibujo es la nota dominante en todos ellos. Tan sólo en los carteles 97 y 98 se advierte en el rostro del soldado-vendedor rasgos expresionistas, del mismo modo que en el cartel número 89 las caricaturas que Bardasano elabora de Hitler y Mussolini se convierten en los elementos protagonistas.

El lenguaje empleado en estos carteles intenta crear un clima de complicidad e identificación con los hombres, mujeres y niños receptores de las consignas. El empleo de vocativos como “Pionero” (cartel 86), “Soldado” (69) e “Individualistas y colectivistas” (78) pretende llamar la atención de colectivos sociales concretos. También hay un intento de implicar a los integrantes de la retaguardia recurriendo a frases expresadas en segunda persona: “...combatid...” (82); “La vida de campamento te hará...” (86); “el diario tuyo” (97); “...sé limpio” (69); “uníos en nuestras cooperativas” (78); “te hará útil” (94). También, se potencia esa complicidad con la primera persona del plural: “nos gritan las mujeres de la URSS” (82) o “nuestra independencia” (89). Existía en el Gobierno republicano la firme convicción de que la disciplina y fortaleza de la retaguardia habrían de ser elementos de extraordinaria importancia. De ahí que también sean continuas las referencias a la futura victoria final: “triumfo

⁶⁸ No está documentada la fecha clara de edición de los carteles 74 y 85, únicamente una estimación. El número 74 fue realizado entre 1936 y 1937, mientras que para el 85 se calcula una fecha probable entre 1936 y 1938.

definitivo” (82); “hombres del mañana” (87). También se recurre a los valores necesarios para conseguir ese triunfo: “fuerte y limpio de espíritu” (86); “higiene”, “salud” (69); “unidad obrera” (22); “útil y fuerte para la defensa” (94) e “independencia” (89).

Figura 14. Carteles sobre la retaguardia I



Figura 15. Carteles sobre la retaguardia II



La utilización de rasgos faciales definitorios y universales no es tan acusada en estos carteles como en los comentados hasta ahora, excepto cuando los dibujados son soldados (69, 71, 81, 96 y 97). De esta manera, el rostro de las mujeres, los niños y los jóvenes (82, 86, 87, 88 y 94) gozarán de un mayor detalle al no ser miembros de un ejército regular, obteniendo como resultado una mayor humanización de los protagonistas.

Estos carteles ofrecen una mayor variedad cromática. Además del rojo, el blanco y el beige empleados de forma prioritaria en las temáticas anteriores, colores como el morado (72), el amarillo (87 y 96), el marrón (78 y 97) y el verde (71, 80 y 94) cobran protagonismo como colores dominantes, lo que otorga a estos diseños un aire diferenciado respecto a la propaganda de carácter bélico y político.

Los elementos textuales están en muchos casos ubicados en las esquinas de entrada y de salida o en las franjas inferior y superior del cartel con la intención de no interferir con la ilustración. Sólo hay dos casos claros (88 y 72) en los que alguno de los elementos textuales se encuentra en la zona central del cartel. Sí es habitual que se superpongan parcialmente a la ilustración, o que ésta oculte parte de alguna de las letras de los textos, ya sea el principal o los secundarios. Tipográficamente, los carteles recurren en la mayoría de los casos a una letra rotulada, de palo seco, condensada y con interlineado negativo, lo que permite transmitir un mayor número de palabras en poco espacio. Ocasionalmente, emplea un remate apreciable sólo en algunas letras (93) y la tipografía egipcia (80), así como la caligráfica (86, 97, 69, 70, 71, 73, 78, 77, 94 y 89) en aquellos textos que pretendan evocar el tema de la infancia, transmitir indicaciones muy concretas respecto a temas como el trabajo, la producción o la sanidad, o en conjunciones y artículos que enlacen varias líneas de texto. Alternan la cursiva con la redonda para conseguir dinamismo (86, 97, 93 y 78), y es muy frecuente que las letras presenten el efecto de estar dibujadas con una brocha o pincel ancho, obteniendo una sensación de mayor cercanía con el pueblo al que se dirige (88, 96, 93, 71, 72 y 89).

Una de las temáticas más abordadas en los carteles de la retaguardia es la que hace referencia a la situación de las mujeres y los niños durante el conflicto (82, 86, 87, 88). Durante la guerra, políticas como Dolores Ibárruri, Federica Montseny, Margarita Nelken, Victoria Kent y Clara Campoamor tuvieron un protagonismo notable, constituyendo un ejemplo para el resto de mujeres de la zona republicana. Sin embargo, el cartel de guerra no recurrirá a estas grandes líderes, sino a la mujer caracterizada de “madre, trabajadora, revolucionaria y miliciana”⁶⁹. En los primeros meses la mujer apareció al mismo nivel que el

69 Jordi CARULLA, *La Guerra Civil...*, op. cit., p. 451.

hombre, “siendo con él responsable de la defensa, con las armas, de la causa revolucionaria”⁷⁰. Con el paso del tiempo, va quedando relegada al trabajo en la retaguardia, y es dibujada en multitud de actividades como el cuidado de la familia, el trabajo en el campo y en la industria, la evacuación de las ciudades bombardeadas o la celebración del Día de la mujer.

“En el contexto de la guerra, excepto durante las primeras semanas en que los roles tradicionales de la mujer fueron cuestionados por la movilización revolucionaria, las mujeres fueron relegadas a los papeles tradicionales de esposa y madre, aunque las necesidades bélicas hicieron que estos roles adoptaran una dimensión pública. A finales de 1936, los llamamientos a la heroicidad de las mujeres sublimaban estos papeles de manera que estaba claro que las mujeres tenían su lugar en la retaguardia y los hombres en el frente. Las mujeres empezaron a trabajar fuera de casa pero, a menudo, lo hacían como cosa extraordinaria para no paralizar la producción y cubrir las necesidades de una economía de guerra”⁷¹.

Por su parte, la infancia es contemplada por el cartelista republicano desde tres puntos de vista distintos. En primer lugar, tenemos aquellas obras que expresan recomendaciones sobre la sanidad, la higiene, la alimentación y la educación que deben recibir los más pequeños. Hay otro grupo de carteles en los que encontramos a niños jugando con muñecas y caballos de cartón, lo que supone una exaltación de la infancia feliz que ampara la República⁷². Por último, debemos señalar aquellos que nos presentan a niños tristes ante la posibilidad del triunfo nacional en la guerra.

Un número importante de carteles giraba en torno a la necesidad de mantener unos hábitos de higiene y salubridad adecuados, tanto en el frente como en la retaguardia, que impidieran la propagación y el contagio de enfermedades (69, 70), partiendo de la experiencia histórica que sitúa a la sanidad como el elemento clave para ganar o perder las guerras⁷³. Los heridos, mutilados y refugiados contarán con una red asistencial integrada por multitud de instituciones como la Liga Nacional de Mutilados de Guerra o la Asociación de Mutilados y Familiares de los Muertos de la Guerra y de la Revolución.

70 Javier GÓMEZ LÓPEZ, *Catálogo de carteles...*, op. cit., p. 45.

71 Mary Nash, Susanna TAVERA, *Las mujeres y las guerras*, Barcelona: Icaria, 2003, p. 526.

72 Javier GÓMEZ LÓPEZ, *Catálogo de carteles...*, op. cit., p. 44.

73 Jordi CARULLA, *La Guerra Civil...*, op. cit., p. 373.

CONCLUSIONES

La investigación realizada nos permite afirmar que los carteles de José Bardasano se adecuan, tanto por el contenido como por su inmediatez en el proceso de elaboración y su capacidad de adaptación al momento bélico en el que son elaborados, al concepto de “arte de urgencia” con el que se conoce a todas las expresiones artísticas de este periodo que tienen como objetivo esencial contribuir a la victoria final en la guerra.

Desde el punto de vista tipográfico, el empleo prioritario de una letra rotulada sin remate tiene una doble misión. Por un lado, la sencillez derivada de la ausencia de grandes ornamentos en la tipografía es una premisa que identifica a estos carteles con la ideología del Partido Comunista, al que pertenecía José Bardasano, puesto que la tipografía excesivamente cuidada y adornada es representativa de sectores elitistas y conservadores de la sociedad, opuestos a los valores de izquierda defendidos en sus obras. Por otro lado, la tipografía rotulada de palo seco permitía una mejor integración del elemento textual en el contenido gráfico, obteniendo como resultados, en estos casos, un conjunto más armónico. Los pocos casos en los que Bardasano incluye en la tipografía pequeños remates, o recurre a una tipografía egipcia o caligráfica, son explicables a partir de una exigencia concreta de la temática del cartel en cuestión.

La distribución de los elementos textuales en las franjas superior e inferior, así como en las esquinas de salida y, de entrada, en la mayoría de los carteles analizados, junto con el empleo de una tipografía condensada y un interlineado negativo, busca la transmisión de la mayor cantidad de información en el menor espacio posible, además de conceder el espacio prioritario al elemento gráfico. Así, es muy habitual el reparto del texto entre una esquina de entrada y su opuesta de salida con la intención de crear un eje diagonal que atraviese el área total del cartel y que facilite su lectura al receptor.

El trazo definido de sus ilustraciones, la variedad de los motivos representados, así como el empleo de técnicas pictóricas como la búsqueda de la profundidad a través de la superposición de planos, son elementos que sitúan a Bardasano como el mayor representante de la tendencia “dibujística” del cartel de guerra republicano.

Desde el punto de vista cromático, cabe señalar que el rojo es el color más empleado en la obra de Bardasano. Este aspecto obedece, por un lado, a la reivindicación por parte de Bardasano de un cartel netamente español, en el que el empleo de este color nos remite a la esencia más profunda de los valores de la nación y, por otro, a la necesidad de que el receptor identificara sus consignas con los valores de la izquierda y de la formación política a la que él pertenece (Juventudes Socialistas Unificadas).

Desde el punto de vista artístico, la técnica empleada de forma prioritaria por Bardasano es la realista, como fórmula de infundir confianza en la retaguardia y retratar del modo más fiel posible la realidad que le circundaba, consiguiendo así que el receptor pudiera identificarse de un modo más directo con los motivos representados en el cartel y asimilara rápidamente las consignas planteadas. Sobre la base de este realismo, incorporará elementos prestados del expresionismo, con el propósito de potenciar el dramatismo de determinadas obras, y de las Vanguardias, para buscar así un resultado más dinámico y actual.

Más allá de la naturaleza eminentemente política que poseen los carteles estudiados, Bardasano no duda en potenciar su efectividad a través de las reglas y procedimientos retóricos, visuales y persuasivos que habían revolucionado y profesionalizado el cartel comercial en España durante el primer tercio del siglo XX.

BIBLIOGRAFÍA

- Francisco ALÍA MIRANDA, *La Guerra Civil en la retaguardia*, Ciudad Real: Diputación de Ciudad Real, 2005.
- Michael ALPERT, *El ejército republicano en la Guerra Civil*, Madrid: Siglo XXI de España Editores, 1998.
- Jordi CARULLA, *La Guerra Civil en 2000 carteles*, Barcelona: Postermil, 1996.
- Magí CRUSELLS VALETA, *Las Brigadas Internacionales en la pantalla*, Toledo: Universidad de Castilla-La Mancha, 2001.
- Josep María FIGUERES, *Madrid en guerra*, Barcelona: Destino, 2004.
- Javier GÓMEZ LÓPEZ, *Catálogo de carteles de la República y la Guerra Civil en la Biblioteca Nacional*, Madrid: Ministerio de Cultura, 1990.
- Laura GONZÁLEZ DÍEZ, Pedro PÉREZ CUADRADO, *Principios básicos de Diseño Periodístico*, Madrid: Editorial Universitas, 2001.
- Carmen GRIMAU, *El cartel republicano en la Guerra Civil*, Madrid: Cátedra, 1979.
- José Manuel HUIDOBRO, *Numismática y Heráldica de España*, Liber Factory (edición Ebook), 2015.
- Inmaculada JULIÁN GONZÁLEZ, *Cartel republicano en la Guerra Civil española*, Madrid: Ministerio de Cultura, 1994.
- José Javier MUÑOZ, *Nuevo diccionario de publicidad, relaciones públicas y comunicación*, Buenos Aires: Libros en red, 2004.
- Mary NASH, Susanna TAVERA, *Las mujeres y las guerras*, Barcelona: Icaria, 2003.
- Mario Antolín PAZ, Joaquín DE LA PUENTE, Antonio ORBEGOZO, Carolina PEÑA BARDASANO, *José Bardasano*, Madrid: Centro Cultural Conde Duque, 1987.

- Gabriele RANZATO, *El eclipse de la democracia: la Guerra Civil española y sus orígenes, 1931-1939*, Madrid: Siglo XXI de España Editores, 2007.
- Josep RENAU, *Función Social del cartel*, Valencia: Fernando Torres, 1975.
- María Jesús RODRÍGUEZ GALLEGO, “Los carteles en la Guerra Civil” en Alfonso BULLÓN DE MENDOZA, Luis Eugenio TOGORES (coord.), *Revisión de la Guerra Civil Española*, Madrid: Actas, 2002, p. 629-647.
- Miguel SARRÓ, *Pinturas de Guerra. Dibujantes antifascistas en la Guerra Civil española*, Madrid: Clismón Ediciones, 2005.
- Hugh THOMAS, *La Guerra Civil española*, Madrid: Diario 16, 1976.
- VV. AA., *Las Brigadas Internacionales: el contexto internacional, los medios de propaganda, literatura y memorias*, Toledo: Universidad de Castilla-La Mancha, 2003.
- VV. AA., *Valencia 1931-1939: guía Urbana, la ciudad en la Segunda República*, Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València, 2007.

FUENTES HEMEROGRÁFICAS CONSULTADAS EN LA BIBLIOTECA NACIONAL DE ESPAÑA

- *ABC* (30-09-1936)
- *Adelante* (13-02-1937)
- *Ahora* (27-06-1937)
- *Crónica* (8-08-1937)
- *Estampa* (3-10-1936)
- *El Liberal* (25-09-1936; 27-09-1936)
- *El Sol* (19-10-1936; 23-10-1936; 27-08-1937)
- *Frente Rojo* (17-6-1937; 7-04-1938)
- *La Hora* (21-12-1937; 10-05-1938)
- *Solidaridad Obrera* (1-04-1938)

ARTÍCULO RECIBIDO: 29-01-2020, ACEPTADO: 02-05-2020