

# JOSEP RENAU Y LA FUNCIÓN SOCIAL DEL ARTE

La voz del pueblo en el espacio cultural europeo:  
El pueblo y su identidad.

Jaime García-Fayos Marqués  
Universidad Politécnica de Valencia, Facultad de Bellas Artes de San Carlos  
Profesor: Facundo Tomás Ferre

## JOSEP RENAU Y LA FUNCIÓN SOCIAL DEL ARTE

*¿Qué nos importa el arte si no podemos participar todos de él?*

William Morris

¿Por qué escojo a Josep Renau (1907-1982) como la voz del pueblo? Porque dentro de la Guerra Civil Española (1936-1939), fue el más avanzado, el más consciente del carácter y la importancia de las artes plásticas. Un artista en quien las búsquedas formales tienen como fundamento una actitud ética; su compromiso político le condujo a una permanente investigación formal, a una valoración perfilada de las renovaciones técnico-estéticas, seriamente relacionada con la función social que les sirve de base.

Renau fue cartelista e investigador plástico. No buscó un estilo propio, huyó de él. Consciente del papel socio-visual que debe cumplir el arte, lo elaboró siempre a partir de una hipótesis de relación con el espectador.

Buscó siempre la claridad del mensaje, la contundencia de la comunicación, y dadas las urgentes necesidades de la guerra, el tono "pedagógico" del contenido.

Cuando estalló la Guerra Civil, Renau era un intelectual y un artista conocido en España. El gobierno de Largo Caballero lo nombró director general de Bellas Artes en septiembre de 1936 y duró hasta principio de 1938, pasando a ser director de propaganda gráfica del Comisario General del Estado Mayor Central.

A Josep Renau, se le reconocen dos claras influencias: John Heartfield, fotomontador alemán y del *Constructivismo Soviético*, Lissitski, Moor y Lébedev. Dónde la concepción del arte y la filosofía había cambiado desde las teorías marxistas, por ejemplo de mano de la escuela de Frankfurt, en la que Theodor Adorno (1903-1969) y Max Horkheimer (1895-1973) afirmaban que el arte debía tener claramente una función social

En 1936 la lucha en defensa de la República no tenía todavía, en ninguno de los frentes, un carácter de ofensiva. El ejército capitaneado por Franco, preparado, con un buen número de mandos profesionales, había avanzado con avidez, y los republicanos apenas tuvieron tiempo para organizarse. Sólo en la ciudad de Madrid pasaron al ataque, y eso a costa de terribles esfuerzos de los ciudadanos madrileños y de la utilización de las pocas tropas de élite con que contaban los republicanos. El cometido republicano consistió en lograr construir un ejército popular bien disciplinado y adiestrado, que a la vez detuviese a toda costa la embestida del enemigo.



En este contexto Renau elaboró varios carteles extraordinarios, destacando uno en especial : *El comisario, nervio de nuestro ejercito popular* (1936).

Josep Renau, 70 x 102 cm.

*El comisario* es un cartel de llamamiento a la resistencia contra el ataque del ejército de Francisco Franco. Al plantearse la composición, Renau hizo una elección valiente y arriesgada: formato apaisado, afirmación total de las horizontales, no hay ni una sola vertical. Organización sencilla: un fondo en el que una línea de horizonte separa la tienda sombría de un cielo tormentoso. En primer plano, recortándose sobre el fondo, un bosque de bayonetas paralelas, firmemente ancladas en el borde derecho del papel, entre las cuales aparece, decidido y largo, el brazo de estirado con el puño cerrado de un comisario de guerra. Las bayonetas y el puño ocupan casi toda la superficie, dejando libre a penas una estrecha franja a la izquierda.

Renau conocía muy bien las reglas de la contemplación: la primera de ellas, es que la mirada tiende a una direccionalidad izquierda-derecha. Así, ni las bayonetas ni el brazo dan la sensación de avanzar. Aparecen firmes e inmóviles ante los ojos del espectador. Su actitud es de seguro defensa. Cualquier enemigo que llegue desde la izquierda se verá detenido por ellas. Fortaleza en la defensa; ese es el principal mensaje que transmite visualmente. Renau asumió coherentemente la función propagandística que le correspondía. Cuando le tocó hacer publicidad del papel de los

comisarios políticos en el seno del ejército -y más exactamente de los comunistas en el comisariado-, tomó como base el sentimiento general de resistencia, e inscribió en él el fuerte, largo, potente y decidido brazo del comisario, haciéndolo aparecer como el alma del dique de contención formado por las bayonetas. El ambiente definido por el paisaje de fondo no es apacible ni alegre: nubes de tormenta, coloreadas de un verde amenazante, sobre la tierra con poca luz. Paisaje simbólico al que se han transferido las características del combate de los republicanos.

El cartel es una composición de fotomontaje. Las bayonetas y los fusiles están dibujados y el resto de material visual son fotos. Por lo tanto el resultado es un fotomontaje coloreado y retocado, que por la propia "apariencia de realidad" que tiene cumple doblemente su función imaginativo-visual.

La inscripción textual en la parte inferior (*El comisario, nervio de nuestro ejército popular*) enfatiza la horizontalidad del conjunto. Curiosamente, el nombre del Partido Comunista ocupa el lugar del cañón de un fusil y tiene el mismo color que la manga del uniforme del comisario, con lo cual, subrepticamente, se apropia de todos los predicados que corresponde a ambos. Así lo que se presenta como la firma de la entidad editora, aparece en realidad como sujeto protagonista, poseedor de la decisión del comisario y la fuerza de las bayonetas, encarnación del espíritu de resistencia ante el enemigo.

Pocas pero contundentes imágenes, estricta economía semántica y formal: composición avanzada, valiente y agresiva; nítida y rotunda transmisión del mensaje; parece un programa completo de cómo Renau elaboraba sus carteles.

Pero Renau no sólo hacía carteles, era un artista con muchas facetas y sus práctica le llevó a reflexiones ancladas en los problemas más apremiantes que la propia producción artística provoca; ello lo llevó a adoptar posiciones admirablemente avanzadas y novedosas, ligadas íntimamente a la vanguardia internacional del momento. Y es por eso que escribió "*Función Social del Cartel*" un hito en la historia española de la teoría del arte, y pionero de la histografía internacional sobre la cartelística.

Para cimentar sus opiniones Renau, interviene a menudo sobre la historia del cartel de manera acertada y contundente posición. El libro se estructura en capítulos en los que, aunque a veces algo contradictorio, analiza tanto formal como teóricamente los carteles comerciales y su función.

En el capítulo *Función y sentido del cartel comercial* (1976) hace una crítica militante del mismo. Lleno de lugares comunes del pensamiento comunista de aquellos años, no duda en denigrar la práctica publicitaria y las intenciones del conjunto del capítulo quedan suficientemente definidas en el último párrafo (1976, p.43):

Los fines últimos del capitalismo no son más objetos de la publicidad. Y el artista sirve, en la mayoría de los casos, como instrumentos de una gran estafa social.

Pero en el capítulo siguiente dedicado a la *Edad de oro del cartel comercial*, tras asentar la importancia del desarrollo técnico, reconoce atribuciones sociales y estéticas al cartel comercial que cambian la visión negativa que acabamos de ver (1976, pág. 44):

El cartel publicitario, por la condición dinámica de su función, por su sagaz sentido de lo inmediato y ductilidad para captar los matices más fugaces de la vida moderna, se erige en expresión indiscutible y genuina de un época. Sus caracteres dominantes, a pesar de la ofiosidad de su papel y de su profunda unilateralidad, reflejan hasta cierto punto los problemas económicos y sociales que preocupan al mundo.

Seguidamente Renau habla de la publicidad norteamericana y como su exportación a Europa junto a los productos industriales norteamericanos estimularon el desarrollo de la publicidad europea. A la cual le corresponde el avance plástico decisivo, <<Es Europa, en última instancia, dónde se realiza la personalidad plena del cartel comercial>> (1976 pág. 45),

Y es en este punto entonces donde pasa a analizar el cartel europeo, concretamente, determinando dos puntos de partida sobre los que apoya el conjunto general. El primero es la publicidad alemana y el segundo,- que para Renau se inspira en el primero y lo modifica- es la publicidad francesa (1976 p.47):

Si Alemania construyó los basamentos racionales del cartel, la columnata estructural de su equilibrio, Francia pone encima de ella el mar Mediterráneo con sus efluvios salados y su cielo azul. La osamenta estructural alemana es llenada con valores nuevos y de espíritu y de humanidad, remozada con las coloraciones sensuales y fragantes del impresionismo francés y con los valores más vivos y jugosos de la experiencia cubista y surrealista.

Y es entonces cuando el cartel comercial, superadas sus expresiones particulares y asociadas en síntesis vital y orgánica, adquirirá el valor más universal de su personalidad.

Para terminar su repaso sobre la joven reciente historia de los carteles, coloca un apartado final para mantener la argumentación de su posición sobre la modernidad de los carteles europeos -imprescindible para su discurso formal- pero a la vez condena al capitalismo que los ha producido (1976, p.48):

La experiencia histórica nos demuestra que el desarrollo de la técnica se rige con leyes propias especiales, independientes, en su sentido biológico, de las formas circunstanciales de su servidumbre social. Y es esta ley la que nos demuestra que la experiencia del cartel comercial no debe ser letra muerta para nosotros. La que determina y fundamenta nuestra afirmación de que cualquier cambio o revolución que sufra el cartel tendrá fatalmente que apoyar su desarrollo en las experiencias últimas, incorporando a su función los valores, ya históricos para nosotros, de la técnica publicista capitalista.

Como podemos ver, la lucidez que tiene en el tratamiento de la historia se ve empañada por la presencia de una militancia comunista -del comunismo de entonces- que inscribe en su discurso posiciones afines a las del *Realismo Socialista*<sup>1</sup>. A lo largo de todo el libro aparecen tales posiciones. Y es en éstas donde queremos hacer hincapié, pero no sin antes señalar la llamada que hace al resto de artistas para buscar en la historia de la pintura española, las raíces del *realismo humanista* que preconiza.

Para ello antes debemos contar el giro que estaba dando la política de la Segunda República Española en el momento que escribió el ensayo.

Al principio la guerra se planteó como un enfrentamiento de los oprimidos contra los opresores; la revolución se enfrentaba a las fuerzas de reacción, rebeldes contra la voluntad popular. Pero los hechos marcaron un cambio en el carácter de la contienda: por un lado, los refuerzos internacionales que recibió el General Franco supusieron una ayuda significativa para el desarrollo de la guerra a su favor. Por otro lado, en la zona republicana, se fue imponiendo poco a poco la necesidad de organizar la sociedad de acuerdo a un modelo progresivo avanzado, pero postergando sus posibles aspectos revolucionarios hasta que el conflicto se resolviera favorablemente. Desde antes de 1937 el Partido Comunista iba propagando dos consignas principales: aplazar la revolución hasta ganar la guerra y hacer entender al pueblo que el carácter de la guerra había cambiado en un aspecto fundamental: se trataba de un enfrentamiento de la nación española contra el imperio italo-germano invasor. Así pues, la consigna *Independencia Nacional* ocupó un lugar privilegiado, y la propaganda tendió a remarcarla.

Por lo que el llamamiento que hizo Renau a los otros artistas para buscar en nuestras raíces pictóricas nacionales es la versión en el terreno artístico de la *independencia nacional* que se imponía en el político (1976, p.71):

El camino de nuestra plástica realista debe apoyarse en el sentido universalista y humano de su contenido, y por otra parte, en lo más genuinamente nacional y particular de sus formas de expresión.

Así, encontramos en nuestro siglo XVII las esencias puras del realismo: (1976, pp. 73-75):

Es en Velázquez dónde el realismo español alcanza la meta superior de su expresión humana.(...)

El valor humano de nuestra plástica realista XVII tiene tal potencialidad que su influjo rebasa la decadencia vital de los siglos subsiguientes y resucita en nosotros, artistas de la nueva historia, el atavismo ancestral de nuestra propia condición re descubierta. Y en

<sup>1</sup> El Realismo Socialista fue una corriente estética cuyo propósito es expandir el conocimiento de los problemas sociales y las vivencias de las personas por medio del arte, (pintura, escultura, literatura, teatro, cine, etc.



esta hora de la verdad, en que los destinos de España están gravemente amenazados, los genios de nuestro realismo emergen del pasado, y, como si quisieran estimular la lucha en que también su destino se ventila, nos ofrecen la cantera inmensa de nuestra tradición nacional. (...)

El cartel de la nueva España, al conquistar su herencia histórica y desarrollar los valores tradicionales por los cauces del nuevo realismo, alcanzará la categoría indiscutible de creación artística con la dignidad que implica el pleno ejercicio de una misión social e históricamente necesaria.

Es esta idea del *nuevo realismo* lo que más me interesa de este ensayo, pues hace un llamamiento, -que bien podríamos volver a hacerle a los artista de hoy en día- defendiendo lo que es para él el realismo (1976, p. 52):

La significación actual de la palabra (realismo) -excluyendo todo extremo formalista o normativo- implica esencialmente una posición nueva ante el mundo. (...) El hombre en su presencia humana y activa, al margen de toda mitología o metafísica, es el protagonista absoluto, indiscutible y consiente de la nueva historia.

Entonces Renau nos dice qué implica el *nuevo realismo* (1976, p.59):

La necesaria transformación de los valores en el camino del arte hacia el nuevo realismo, implica para el artista, como individuo, a demás de su incorporación a la sociedad, la conquista definitiva de su libertad sobre un grado de conciencia en su misión social e histórica jamás alcanzado ni previsto.

Todo esto podríamos condensarlo en la frase que hace al principio del texto <<La necesidad de humanizar el arte, de llenarlo de contenido social, de volver otra vez a la vida>> (1976, p.24).

Este mensaje es el que lo artistas de hoy en día (cuando digo artistas nos referimos a artistas plásticos, músicos, escritores, actores, cineastas, etc.) deberían de interiorizar, porque el arte hace tiempo que entró en la corriente principal del capitalismo; donde más que nunca, su valor de cambio importa más que su valor de uso: su valor para la conciencia, la emoción, la subjetividad y más ampliamente la cultura.

Como dijo en su día (y valdría para el día de hoy) Jean Baudillard en su libro *De la seducción* (1989, p.100) hablando de la sociedad de entonces:



Asistimos hoy a la erosión lenta de todas las estructuras polares a la vez, hacia un universo en trance de perder el relieve mismo del sentido. Desimbuido, desencatado, desafectado; terminando el mundo con la voluntad y la representación.

Es por todo esto por lo que creemos que es necesaria una vuelta a la visión de *Realismo Social* de la que nos habla Renau, porque en la historia de las revoluciones políticas y sociales, el hecho de forzar lo imposible ha sido catalizador a menudo por algo tan aparentemente frágil como un cartel o una pintada en la pared -el motivo adecuado, en la pared adecuada, en el momento adecuado-. Y lo milagroso no sólo es el diseño gráfico que utiliza el impacto o la provocación, es que el ingenio y la claridad que surgen de la necesidad, puedan incitar a la acción, a actos de valentía y sacrificio más allá de las costumbres y el miedo. Pero no hay que perder de vista algo que Donald Kuspit explica muy bien en una entrevista con Ana María Guasch: (2012, p.205)

El arte solo puede cambiar la percepción de los seres individuales, no la sociedad en su totalidad. El arte activista puede ser, (o no), política y socialmente correcto, pero debe tener una calidad estética si quiere ser tomado en serio como arte y no como una bandera ondeando en una guerra de propaganda.

Debemos por lo tanto considerar el arte como un instrumento de vida, valorándolo en sí mismo, en su exacta superficie; entendiendo que las formas de la expresión son el verdadero contenido de toda relación estética.

Esta manera de pensar se vio bien reflejada en el Mayo francés de 1968, donde el nivel de capacidad e ingenio de los carteles y las pintadas del momento convirtieron las ciudades de Francia en verdaderos poemas vivientes, en los que un gesto tan cotidiano y banal como ir a la compra se



convertía en todo un acontecimiento cultural e intelectual; en una fiesta visual llena de humor y denuncia que invitaba más a cambiar la vida y a soñar un futuro mejor, que la repetición absurda de las tareas cotidianas.

Cartel del mayo del 68 que representa a un antidisturbios con las SS en el escudo.

En este ambiente del Mayo del 68 surgió un movimiento llamado *La Internacional Situacionista*, fundado en julio de 1957 en la ciudad italiana de Cosio d'Arroscia, cuyo máximo representante fue Guy Debord (1931-1994), que no se limitó a presagiar la subversión del proletariado, sino que salió a su encuentro. Este movimiento pasó a convertirse en una

organización revolucionaria original. Una originalidad que radicaba en sus ideas críticas y sus técnicas usadas para ponerlas en marcha.

Propusieron actuar de forma consciente tanto sobre el entorno (especialmente urbano) como sobre los comportamientos cotidianos. El arte no era, ni es, una actividad separada de la vida, no es una isla de arte rodeada de realidad. El arte debía y debe, al contrario, subordinar todas las otras actividades a la *construcción de situaciones*.

Había que poner la revolución al servicio de la creación y no a la inversa, superando la categoría misma de la política, ya que la pintura era, y es, probablemente, el modelo de expresión más social, visible y de fácil acceso.

Como sentencia Facundo Tomás<sup>2</sup>, en su libro *Formas artísticas y sociedad de masas* (2001, p.257)

Seguimos atendiendo el problema de <<las artes de masas vs. las artes de élite>> como síntoma de las profundas transformaciones en curso en el campo de la cultura.

Es por eso que hago un llamamiento a que las artes de masas tomen las calles, que los artistas se olviden de su ego y hagan un favor a las personas y llenen las calles de gritos pegados o pintados en las paredes, que los *graffiteros* den una vuelta de tuerca a sus pintadas, ya sabemos que existen y cómo se llaman, ahora necesitamos que los que mandan (pertenecen a la clase con poder o gobiernos) sepan que existimos los demás, que la gente dormida y acomodada vea, lo quiera o no la realidad en la que viven, porque no hay sitio más directo e imposible de no mirar que las paredes de las ciudades.

Como bien dijo el grupo artístico formado por Gilles Aillaud, Eduardo Arroyo y Antonio Recalcati en el escrito que acompañaba la serie de lienzos titulada: *Vivre et laisser mourir, la fin tragique de Marcel Duchamp*: (1965)

(...) no se trata, pues, de inventar o descubrir nuevas formas de expresión, sino de hacer pensar más.

<sup>2</sup> Profesor catedrático de historia del arte de la facultad de Bellas Artes de San Carlos, Valencia.

## Bibliografía

Badenes, Patricia. *La estética en las barricadas, Mayo del 68 y la creación estética*. Castellón. Universidad Jaime I, 2006

Baudrillard, Jean. *De la seducción*, Ed. Cátedra 5ª edición 2005

Guach, Ana María. *La crítica discrepante, Entrevistas sobre arte y pensamiento (2000-2011)*. Madrid, Ed. Cátedra, 2012

Renau, Josep. *Función social del cartel*, Valencia, Fernando Torres, 1976

Tomás, Facundo. *Los carteles valencianos en la Guerra Civil española*. Valencia. Ayuntamiento de Valencia. 1986

Tomás, Facundo. *Formas artísticas y sociedad de masas: Elementos para una genealogía del gusto, el entresiglos XIX.XX*. Madrid, La balsa de la Medusa. 2001

W.A.A. Glaser, Milton y Ilíc, Mirko. *Diseño de protesta*. Barcelona. Ed. Gustavo Gili, 2006.