
ARTÍCULOS

**SÍMBOLOS DEL EUROCOMUNISMO. REPRESENTACIONES E
IMAGINARIO EN LA CARTELERÍA DEL PCI Y EL PCE (1975-1978)**
*SYMBOLS OF EUROCOMMUNISM. REPRESENTATIONS AND IMAGINARY
IN THE POSTERS OF THE PCI AND THE PCE (1975-1978)*

Andrea Donofrio

Universidad Complutense de Madrid

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-4921-060X>

adonofri@ucm.es

José Carlos Rueda Laffond (†)

Universidad Complutense de Madrid

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-6138-2968>

RESUMEN: El artículo aborda las claves iconográficas y simbólicas presentes en la cartelería del Partido Comunista Italiano (PCI) y el Partido Comunista de España (PCE) de mediados de los años setenta. Dicho contexto se caracterizó por el tránsito de la clandestinidad a la legalización y la concurrencia del PCE a las elecciones de 1977, en España, y, en Italia, por el *compromesso storico* y el creciente respaldo social y electoral al PCI (comicios regionales y comunales de 1975, generales de 1976). El texto destaca las particularidades de los respectivos mensajes gráficos, sus paralelismos o la influencia de ciertas representaciones italianas en España. También considera que el cartel sirvió de soporte para un amplio imaginario que dio forma visual al eurocomunismo, un implícito eje integrador que permitió articular la identidad visual de ambos partidos.

PALABRAS CLAVE: España; Italia; eurocomunismo; propaganda; simbología política.

ABSTRACT: The article analyses the iconographic and symbolic keys used in the posters of the Italian Communist Party (PCI) and the Communist Party of Spain (PCE) in the mid-seventies. The context was marked by the transition from clandestinity to legalization, and the PCE's participation in the 1977 elections and, in Italy, by the *compromesso storico* and growing support for the PCI (regional and communal elections of 1975, general elections of 1976). The text highlights the particularities of their respective messages, similarities, and the influence of certain Italian representations in Spain. Posters are also considered to provide visual imaginary for Eurocommunism, an implicit integrating axis that gave form to the visual identity of both parties.

KEYWORDS: Spain, Italy; Eurocommunism; political symbology; propaganda.

Recibido: 29 de diciembre de 2022. Aceptado: 7 de febrero de 2024. Publicado: 22 de noviembre de 2024

Cómo citar este artículo / Citation: Donofrio, Andrea y José Carlos Rueda Laffond. 2024. "Símbolos del eurocomunismo. Representaciones e imaginario en la cartelería del PCI y el PCE (1975-1978)", *Hispania* 84 (276): e025. <https://doi.org/10.3989/hispania.2024.025>.

En memoria de José Carlos Rueda Laffond, estimado y querido compañero y amigo. Su brillo como investigador y su excelencia como profesor dejaron una huella profunda en todos nosotros. José Carlos será siempre recordado por el inquebrantable compromiso con la calidad académica, la integridad personal, el compañerismo y la pasión por la enseñanza. Su legado intelectual en la historia de los símbolos, la relación entre memoria e historia y sus estudios sobre el comunismo, la cultura popular y los medios de comunicación, así como sus investigaciones en la historia sociocultural, conforman un patrimonio inestimable para la comunidad científica, estudiantes e investigadores/as de estas áreas. Su ausencia deja un vacío enorme e irremplazable, pero su legado vive en la memoria y en el corazón de quienes tuvimos el privilegio de conocerlo, de compartir su saber y de aprender de su gran sabiduría.

Andrea Donofrio

INTRODUCCIÓN

En junio de 1976, Enrico Berlinguer explicó el eurocomunismo como “vía nacional al socialismo en países que tienen muchos puntos en común”¹. Casi simultáneamente, en Berlín Este, Santiago Carrillo rechazaba el término, aunque acentuó el hecho de las “problemáticas [nacionales]” y el peso de una historia común. “Los comunistas nacieron y crecieron”, afirmó, como “los primitivos cristianos”. “Crucificados (...), resistieron asidos a su fe, a sus creencias y símbolos, hasta que rompieron el cerco social que les excluía”². El “momento eurocomunista” —sus expectativas, ambigüedades, tacticismos y controversias— ha sido valorado como una respuesta singular a los retos de los setenta³. En él se acoplaron orientaciones circunstanciales, renuncias e idealizaciones, especificidades nacionales, el intento por renovar el viejo tropo del internacionalismo o una disímil comprensión de Europa Occidental como peculiaridad política, socioeconómica y cultural⁴. De ahí las potencialidades que ofrece su análisis desde un enfoque comparado⁵, un ángulo poco explorado frente al interés por las escalas nacionales⁶.

Otros aspectos no han sido objeto de especial atención. Así ocurre con el plano simbólico mencionado por Carrillo, un asunto, por otra parte, soslayado en la publicística comunista, en paralelo a la marginación que sufrieron las reflexiones sobre propaganda o representaciones visuales⁷. Este artículo desea situarse en ese terreno. A partir del análisis de contenido de materiales gráficos, propondrá un inventario temático, iconográfico y simbólico de los motivos que poblaron la cartelería del PCI y el PCE. El primero era una organización con sólida implantación que acarició el *sorpasso* a la Democracia Cristiana. En el PCE, la narrativa eurocomunista coincidió, en cambio, con el complejo tránsito desde el activismo antifranquista y la estrategia de ruptura democrática a los comicios de 1977 y la partici-

pación en las políticas de consenso. La relativa descentralización del PCE justifica también que abordemos ciertos rasgos de la cartelería del Partit Socialista Unificat de Catalunya (PSUC) o del Partit Comunista del País Valencià (PCPV). Se excluye del análisis, por el límite de espacio, al tercer referente eurocomunista, el Partido Comunista Francés (PCF), aunque nos preguntaremos si pueden hacerse extensivas ciertas claves de representación presentes en el cartel italiano o español.

Este trabajo maneja la hipótesis de que la simbología asumida por el PCE y el PCI debe interpretarse como sistema coherente que, en su conjunto, dio forma visual al eurocomunismo, un significante nunca empleado expresamente en el cartel, pero que estimamos que resultó funcional para articular la imagen pública de ambos partidos. Aun conviviendo con elementos de la tradición comunista, los dos partidos renovaron su iconografía y representación acorde a los planteamientos eurocomunistas, cuyas propuestas y discursos supusieron una modernización simbólica para ambas formaciones. Desde ese supuesto, se valorará cómo se representaron la identidad política y orgánica o los sujetos individuales y colectivos. Asimismo, subrayaremos el papel del cartel en la síntesis y difusión de imaginarios en el espacio público. Desde tal perspectiva, nos interesaremos por la interacción entre imaginaria política, usos de la imagen y comunicación visual. No deseamos repasar el discurso eurocomunista, sino destacar su codificación alegórica. El símbolo, como el cartel político, se fundamenta en la legibilidad potencial. Opera en las coordenadas de ciertas tradiciones iconográficas, en culturas del reconocimiento y con determinados recursos estilísticos y retóricos. Frente a una concepción abstracta de las funciones ideológicas del discurso, las construcciones simbólicas le dan forma y visibilidad mediante diferentes herramientas persuasivas y emotivas. El símbolo otorga claridad a fenómenos complejos gracias a “simples imágenes”, y su uso es inseparable de las prácticas de articulación y mantenimiento de las comunidades políticas⁸. No obstante, como “contracción lingüística” y “abreviatura ideológica”, también está abierto a la resignificación, a lecturas polisémicas o a inversiones de sentido⁹.

1 Donofrio 2018, 21.

2 Carrillo 1977, 104 y 111.

3 Lazar 2011, 60-62.

4 Forner y Senante 2020, 137-165.

5 Balampanidis 2019 y los trabajos de Donofrio 2018 y Lazar 2011.

6 Por ejemplo, Pons 2006 o Andrade 2015.

7 Las excepciones son Novelli 2000 y Rondolino 2021. Sobre España, Ruiz Collantes 1990, Owens 1994 y García 2015, 269-281.

8 Gill y Angosto-Ferrándiz 2018, 429-430.

9 Korff 1993, 105-106.

Un rasgo distintivo del eurocomunismo fue marcar distancias frente a la matriz y el paradigma soviético, lo cual debe relacionarse con la renovación o renuncia a viejos ascendentes simbólicos, iconográficos y de memoria, o bien con la distancia —estética y temática— frente a la propaganda de Estado del socialismo real. En todo caso, tal consideración requiere matizaciones. No deben olvidarse los espacios diferenciados en la circulación de imágenes. Así, en las fiestas de *L'Unità* o del PCE no faltó el añejo imaginario afín al realismo socialista. El diseño gráfico del PCI o el PCE asumió técnicas de comunicación publicitaria y algunos nombres señeros, como Albe Steiner, se movieron cómodamente entre la publicidad comercial y la propaganda política. Y tampoco la propaganda en Europa del Este constituyó un todo unívoco, como refleja la diversidad gráfica en la República Democrática Alemana (RDA) durante los años setenta u ochenta.

Este trabajo abordará una diversidad de ejemplos. No obstante, creemos que muchos materiales evidenciaron una suerte de nacionalización simbólica, aunque expresada de distintos modos. Paralelamente, respecto a su factura formal, contenidos e intencionalidades, consideraremos que el material seleccionado debe relacionarse con las experiencias estéticas del “realismo político”, el “prop-art” o el “diseño activista”¹⁰. Aplicadas al imaginario comunista, tales categorías incluyeron la figuración y la aspiración a una información diáfana, el didactismo y la máxima comprensibilidad, con un tono a veces contestatario y crítico, o bien emotivo y ensoñador. Sus representaciones buscaron impactar mediante el atractivo visual. Y asumieron diversas influencias conceptuales o estilísticas (tradición agit-prop, imagen radical de los años sesenta, diseño publicitario o editorial), así como influjos del arte académico, la cultura popular, los medios de masas y la tradición del cartel político. El constante recurso al figurativismo no obvió tampoco otros ascendentes —informalismo o abstracción—. El resultado fue una producción plural, pero siempre fundada en el utilitarismo coyuntural del cartel, en su naturaleza efímera o en pretender unas significaciones unívocas y cerradas.

ESTRATEGIA, IMAGINARIO E ICONOGRAFÍA EN EL PCI

Desde que Berlinguer asumió la secretaría en 1972, el PCI buscó equilibrar el deseo de continuidad y la exigencia de cambio, la defensa de la tradición y la necesidad de rejuvenecer sus propuestas. Las fórmulas adoptadas fueron “renovación en la continuidad” o “cambio dentro de la continuidad”¹¹. El partido abordó una relectura de su historia, un ajuste de los mitos fundacionales. En esa línea, la cartelería de 1975-78 asumió una serie de rasgos dirigidos a aumentar el peso electoral y convertir al PCI en partido de gobierno, muchas veces asumiendo estrategias de nacionalización simbólica. Se recurrió a rostros carismáticos de antaño (Antonio Gramsci y Palmiro Togliatti *in primis*) y abundaron las citas a la Liberación —como en el carnet de afiliación de 1975, conmemorativo de su trigésimo aniversario— o a la tradición antifascista, junto a los colores nacionales fundidos con la bandera roja. Paralelamente, se asimilaron temas situados más allá de las tradicionales columnas de Hércules de la cultura comunista. En su auto-narrativa, el PCI subrayó su autonomía y peso dentro del movimiento comunista internacional. Al tiempo, siguió apostando por una identidad orgánica sólida definida mediante la formación (escuelas del partido) y la socialización (*Festa de L'Unità*, cuyos principales atractivos se centraban en la diversión y la comida¹²).

A partir de 1970, la Sección de Prensa y Propaganda editó anualmente un *Almanaque* para suscriptores y simpatizantes, retomando una costumbre del Partido Socialista Italiano (PSI) de inicios de siglo. Los almanaques respondían a la necesidad de formar e informar sobre la historia del partido y la actualidad nacional e internacional. En la portada del de 1976, realizada por la Oficina Gráfica, figuraron fotografías del XIV Congreso, de movilizaciones femeninas o de trabajadores junto al logo y la bandera. Los almanaques de 1977 y 1978 no presentaron fotografías en sus portadas, caracterizándose por el dominio cromático del rojo. En el primero, se recordaron tres aniversarios: el sexagésimo de la Revolución de Octubre, el cuadragésimo de la muerte

10 Sarriugarte 2007. Villuendas 2015, 24-49. Haro 2010, 313-320.

11 Magri 2009, 26. Di Giacomo y Di Nunzio 2017, 443.

12 Tonelli 2012, 31.

de Gramsci y los treinta años de la Constitución italiana.

En los años setenta, la estrategia del PCI asumió un nítido nexo bidireccional entre acción nacional y perspectivas internacionales. El resultado fue una duplicidad simbólica e iconográfica: políticamente se fundaba en el binomio eurocomunismo/compromiso histórico, aunque desde el punto de vista escénico, las referencias al primero fueron muy escasas. La doble apuesta —interna y externa— constituyó una de las principales dificultades y ambigüedades retóricas y visuales. Frente a la URSS, la postura del PCI se resumía en la frase de Gian Carlo Pajetta “no queremos evitar las diferencias, sí queremos evitar las rupturas”¹³. Entre 1975 y 1981, Berlinguer certificó el alejamiento ante la Unión Soviética. Un distanciamiento que se trasladó al imaginario del partido, aunque el mito de la URSS sobrevivió dentro de la simbología del PCI, sin la pretérita importancia. Era una vinculación más emotiva que estratégica y, por eso se mantuvo con el grafismo más que con las acciones. Por otro lado, la exaltación de la libertad y la democracia reforzaron una legitimidad electoral ganada desde hacía décadas. Esos elementos tuvieron especial relevancia tras el golpe en Chile, ocasión que favoreció la publicación de tres artículos de Berlinguer en *Rinascita*, en los que se presentó la nueva estrategia del partido¹⁴. Abogaba por un “nuevo, gran compromiso histórico entre las fuerzas que reúnen y representan a la gran mayoría del pueblo italiano”, en forma de alternativa democrática. Aunque adolecía del “límite del politicismo”¹⁵, la nueva estrategia fue más claramente detallada en *La proposta comunista* (1975): su portada presentaba un diseño geométrico, sobrio y minimalista. Sobre fondo blanco, figuraba únicamente un pequeño cuadrado rojo¹⁶.

Los carteles de mediados de los setenta presentaron al partido como un sujeto político fiable que contribuiría a renovar Italia. El objetivo no solo era superar la fase de implícito veto gubernamental —*conventio ad excludendum*— que el PCI padecía desde la posguerra, sino ofrecer una

alternativa a los problemas sistémicos. Así, la producción gráfica criticó duramente a la Democracia Cristiana (DC), al tiempo que se la presentaba como indispensable interlocutor para la nueva fase. El entendimiento con el enemigo histórico resultaba contradictorio para muchos electores y para parte de las bases comunistas, a la par que era difícil de escenificar más allá de fórmulas ambiguas. En lo que concierne a la cartelería, el PCI pretendió jugar con un lenguaje y un estilo originales, unidos a un mayor cuidado en la estética y el grafismo, para reforzar una identidad visual reconocible. Sus carteles se definieron por la sencillez en el mensaje, las imágenes llamativas o los eslóganes fácilmente comprensibles. Al tiempo, se recurrió a la discreción cromática y a un estilismo funcional más moderno. En las campañas de 1975-76, los rostros y nombres de los candidatos comunistas no figuraron en la propaganda, siguiendo la tradición de otorgar todo el protagonismo visual al partido. Sin embargo, con el paso del tiempo se asistirá a una mayor personalización, sobre todo mediante la apelación al secretario general.

El cartel del PCI se adscribe al “diseño activista” o al “realismo intencional” antes mencionados. Su tono dominante —moderno y muchas veces empático— se alejaba del figurativismo más crudo de la década anterior, introduciendo una serie de cambios: mayor peso de los materiales fotográficos sobre la ilustración, sustitución de imágenes épicas o dramáticas por otras emocionales más serenas y optimistas, o inclusión de textos argumentativos. La apuesta era clara. Se pretendía reforzar la capacidad seductora o sentimental, asumiendo grandes temáticas como el trabajo, la paz, el riesgo de la energía nuclear o el futuro de mujeres y jóvenes mediante alegorías fácilmente reconocibles por el electorado potencial. También se incluyeron caricaturas de oponentes políticos o preguntas retóricas frente a los adversarios electorales. Respecto al pasado, no abundó la iconografía clásica de la bandera roja ni, menos aún, la añeja representación de obreros y campesinos. Se mantuvieron los símbolos tradicionales —la hoz y el martillo, el clavel o el trabajador—, aunque renovados estilísticamente. El objetivo era alternar elementos recurrentes, como el rojo y la bandera tricolor, junto a unos caracteres tipográficos y compositivos fijos y otros variables con sentido coyuntural.

13 Reunión del 18/VII/1977, Archivo del Partito Comunista Italiano, Roma (AHPICI), Dirección, inventario 299, 128 y ss.

14 *Rinascita*, Roma, 28/09 y 5-9/10/1973.

15 Liguori 2014, 75.

16 Berlinguer 1975.

En la mayoría de los casos, los carteles son anónimos y su autoría se esconde bajo la referencia colectiva a la Oficina Gráfica del partido. Un espacio en el que colaboraron los diseñadores Bruno Magno, Luciano Prati, Gianni Trozzi, Luigi Veronesi o Albe Steiner. Eran militantes, pero también profesionales que construyeron un imaginario eficaz por su capacidad expresiva. Encarnaron un cambio de enfoque no exento de lecturas traumáticas. Como recordó Trozzi, que colaboró en el PCI entre 1973-79, tuvieron que enfrentarse a la burocracia del partido y a la nostalgia por una retórica visual con fuertes anclajes en el pasado. Por el contrario, la nueva generación de diseñadores se miraba, con curiosidad e interés, en artistas como Paul Rand, Max Bill, Saul Bass, Bob Gill o en los nuevos gráficos cubanos, promoviendo un estilo más actual y heterogéneo¹⁷.

Entre los citados destaca Albe Steiner —“grafista y militante del partido”¹⁸—, autor de obras frecuentemente inspiradas en las vanguardias¹⁹. Mantuvo contactos con artistas abstractos, de Klee a Mondrian. Sus trabajos estuvieron igualmente influenciados por el constructivismo, la Bauhaus o la investigación fotográfica de Moholy-Nagy. Junto a él, colaboraron en el partido otros diseñadores que compaginaron la actividad política con la publicidad comercial, si bien ninguno tuvo su influencia, mantenida más allá de su muerte en 1974. Además de su trabajo como cartelista, Steiner se ocupó del diseño de muchas revistas de la izquierda: *Movimento Operaio*, *Rivista storica del socialismo*, *Studi Storici*, *Tempi Moderni*, *Problemi del Socialismo*, *L'erba Voglio*, *Mondo Operaio* o *Italia Contemporanea*. Al igual que otros artistas-militantes, como Renato Guttuso, la actividad de Steiner aunó finalidades estéticas y educativas, desde una concepción “firmemente apoyada en el conocimiento de la interdependencia entre la actividad artística y la político-social”²⁰.

Dentro de la Oficina Gráfica destacaron tres nombres más: Oriano Niccolai —“el creativo rojo”, según Luciano De Majo, periodista de *Tirreno*—, Gino Galli y Bruno Magno. El pri-

mero, con formación pictórica y cinematográfica, se caracterizó por el equilibrio “entre información del mensaje y subrayado expresivo del mismo”. Sus carteles con frecuencia estuvieron desprovistos de imágenes, cargando “todo el factor emocional [en] la escritura”²¹. Galli (GAL), cáustico columnista de *L'Unità* y responsable de la Sección de Prensa y Propaganda del PCI, realizó carteles de sátira política. Finalmente, Magno apostó por un mensaje más esencial, basado sobre todo en los eslóganes estratégicos y en el logo del partido como principal elemento gráfico.

El PCI igualmente utilizó varios trabajos de Renato Guttuso, Premio Lenin por la Paz y senador en dos legislaturas. Relacionado con el expresionismo, su actividad siempre mostró un fuerte compromiso social, entremezclando la pasión por el arte y el interés político. Además de numerosas ilustraciones para *L'Unità*, realizó tres obras especialmente importantes en el universo simbólico comunista: el diseño del carnet de 1945, de un partido aún clandestino que en abril alcanzaba los cuatrocientos mil inscritos y en el que la hoz y el martillo se alzaban en un estandarte junto a la bandera roja triunfante; el *funeral de Togliatti* (1972, Museo d'Arte Moderna de Bolonia), un lienzo monumental protagonizado por la enfática presencia de los claveles en el féretro del líder comunista y la efigie de Lenin. Y el *Comizio di quartiere* (1975), autorretrato en un mitin en el mercado de Vucciria en Palermo, junto con Leonardo Sciascia. La obra incluye personajes de distinta procedencia, de Marilyn a Picasso, obreros o campesinos que recuerdan a su Sicilia natal o citas a artistas diversos (Delacroix, El Lissitzky o Andy Warhol). Se caracteriza por la luz frontal y la vivacidad de sus colores acrílicos —verde y naranja, fundamentalmente—, con una tonalidad que irradia una intensidad luminosa. De este “cuadro coral” se ha dicho que su “escenario no está separado del pueblo, sino que está en medio de la multitud que dialoga, con una energía misteriosamente alegre”²². Guttuso siempre deseó dotar a su trabajo de una carga pedagógica, incisiva y comprensible. Líneas claras, contornos limpios y definidos, a veces casi agresivos, caracterizan su imagería, al tiempo que incluye objetos de raíz campesina y símbolos vinculados a la tradición comunista.

17 Magno 1991, 21.

18 Rauch 2017, 357.

19 Dadà y Tozzi 2016, 365.

20 Dorles 1977.

21 Staino 2013, 9.

22 *L'Unità*, Roma, 10/11/1977: 3.



Imagen 1. “Comizio di quartiere”, Renato Guttuso. Fuente: Galleria d’Arte Maggiore, Bolonia, 1975.

A Guttuso se le atribuye la autoría del logotipo del PCI (1953), aunque pudo ser un trabajo colectivo de la Oficina Gráfica. En él, la representación tipográfica de los colores apostó por el sombreado (rojo=horizontal, verde=inclinado hacia la derecha) para evitar el efecto de “bandera negra” del rojo. El diseño impresionó tanto a Warhol que inspiró la serie *Hammer and Sickle* (1972-76). Inicialmente, las banderas —la roja junto a la tricolor, así como la estrella, que podía leerse como referencia a la República Italiana— aparecían sobre un fondo amarillo, en 1963 sustituido a blanco para evitar el exceso cromático. Desde una perspectiva alegórica, la composición reivindicaba el orgullo nacional, en una síntesis visual de la fórmula togliattiana de “vía nacional al socialismo”. No obstante, Steiner lamentó el exceso de elementos dentro de un círculo de dos centímetros de diámetro: “dos astas, una hoz, un martillo, una estrella, dos banderas, tres letras, demasiadas cosas”²³.



Imagen 2. Logotipo del PCI. Fuente: <https://catalogo.beniculturali.it/detail/HistoricOrArtisticProperty/0500671201>.

DE FALCE E MARTELLO A FALCE E PENNELLO

Mujeres, jóvenes, trabajadores

En los años setenta el PCI editó, a escala nacional, casi un millón de carteles con el logo y el lema “Vota comunista” y más de 600.000 temáticos, a los que se sumaban los realizados por las federaciones locales. También 5,7 millones de ejemplares con textos de propaganda electoral, entre los que destacaron los 750.000 de la fotonovela gráfica *Il cammino della speranza* y casi 10 millones de inserciones en *L’Unità*, el principal instrumento de difusión del partido²⁴. Se ha calculado que en 1968-78 el PCI imprimía un cartel cada quince días, con tiradas de 20.000 a 60.000 copias, que se repartían de forma rápida por el país²⁵. En la cartelería se invitaba a votar, pero también a afiliarse. Un cartel de Reza Olia exhor-

23 Archivio, Fulvio, “Bandiere, volti e agit-prop: in quelle immagini il sogno del riscatto”, *Il Riformista*, Roma, 21/1/2021.

24 Novelli 2018, 77.

25 Dadà y Tozzi 2016, 390.

taba a no detenerse en el voto (“Non fermarti al voto. Diventa comunista. Iscriviti al P.C.I.”, 1975)²⁶. Y la estrategia dio sus frutos. Entre 1971 y 1977 aumentaron los militantes, sobre todo jóvenes, así como el número de secciones²⁷. El PCI alcanzó en aquella década el punto álgido de su atracción social, pero igualmente fue entonces cuando inició su ciclo descendente.

Los carteles giraron alrededor de diversos ejes temáticos y simbólicos. Destaca, en primer lugar, la representación de la mujer. Considerada un componente socio-político clave, asumió en estos años creciente importancia. El PCI se erigió firme defensor de sus reivindicaciones, en el referéndum por el divorcio (1974), la demanda de un nuevo derecho de familia (1975), la legalización del aborto (1978) o unas mayores garantías jurídicas. En la evocación de la mujer, y frente al arquetipo tradicional de “ángel del hogar”, se propuso una imagen que la hiciese “protagonista de su propia liberación” y proyectase un modelo de subjetividad autónoma. No obstante, los carteles mostraron una clara dicotomía. En los de temática internacional, aparecía como luchadora —las guerrilleras vietnamitas, por ejemplo— o como adalid de derechos, como figura en un célebre cartel de Luciano Prati (1970), con una fotografía de Angela Davis esposada junto al lema: “No al razzismo”²⁸.

Frente a esa representación, marcada por una cierta distancia geográfica e incluso cultural, el PCI apostó en su relato nacional por el protagonismo del rostro de mujeres anónimas, normalmente jóvenes, que proyectasen empatía o sensación de proximidad. Sus referentes estéticos y compositivos fueron el fotoperiodismo y, en menor grado, el estilismo publicitario. Destacan así las expresiones firmes y la mirada a un horizonte lejano. La mujer no aparecía en poses antinaturales o forzadas. El recurso a términos como “mañana” o “futuro”, la simbología feminista en diferentes formas, ciertos colores (morado, rosa o azul), el dinamismo tipográfico y el uso de fotografías: todo ello caracterizó este tratamiento. Entre los carteles más representativos sobresale

la imagen de una joven con el eslogan “Ancora protagonista. Cambia la tua condizione. Cambia l’Italia con il PCI” (1974)²⁹. O una fotografía para la campaña de 1975 con la frase “Con il vostro voto cambiate la società”³⁰. Otro semblante joven, serio e impositivo, acompañaba al eslogan “Voto comunista perché il domani sia anche mio” (1976). A ello se suman los conocidos eslóganes “Donna, entra nel PCI”, “Donna! Diventa comunista”; o los carteles alusivos al 8 de marzo que presentaban al PCI como referente natural del feminismo. En idénticas coordenadas se situó la celebración del Festival Nacional de *L’Unità* dedicado a las mujeres (1976).



Imagen 3. “Voto comunista perché il domani sia anche mio”, 1976. Fuente: Fondazione Istituto Piemontese Antonio Gramsci, Turín (FIPAG), Fondo Mario Guidi, signatura R0062253 0.

26 Archivo Franco Pezzino, Catania (AFP), años 1966-1988, documentos inéditos, caja 59.

27 Are 1980, 14-15.

28 University of Michigan, Library Digital Collections, signatura SCLP0477. https://quod.lib.umich.edu/l/lbc2ic/x-sclp0477/sclp_0477.

29 Archivo histórico de la Fundación Lelio y Lisli Basso, Roma (AHFLYLB), Fondo Daniele Turchi (FDT), legajo FDT-CVms111. <https://aiap.it/2000-2020/cdpg/index%E-F%B9%96ID=4257&IDsubarea=169&IDsez=262.html#-top>.

30 Fondazione Gramsci Emilia-Romagna, Bolonia (FGER), inventario 1655, 1975 012.

Los jóvenes y los estudiantes fueron otro eje destacado desde finales de los años sesenta. El objetivo del PCI era doble. Por una parte, cortejar a los menores de 18 años que votaban por primera vez en los comicios de junio de 1976. Y, por otra, atraerse a un sujeto movilizado en la ola de contestación estudiantil posterior a 1968 — momento en que proliferaron las críticas al PCI por su moderantismo—, atraído por formaciones surgidas a la izquierda del partido. En su cartelera, el PCI aparecía como la única fuerza capaz de hacer realidad las aspiraciones de la juventud, incidiendo en la necesidad de un maridaje entre nuevas generaciones y partido (“Una nuova democrazia per rinnovare l’Italia”, 1975)³¹.

Se recurrió a fotografías de manifestaciones estudiantiles e imágenes con estética combativa. La palabra “joven” connotaba una carga metafórica de vigorosa vitalidad para destacar la voluntad regeneradora y renovadora. Un cartel anterior (“Giovane a sinistra. Voto comunista”, 1972), reeditado a lo largo de la década, mostró una pareja diseñada según la estética pop-art que recordaba la figuración de Marilyn de Andy Warhol³². El texto sugería esa consustancialidad juventud/PCI, ambos contrarios al orden social burgués. Y el concepto se reforzaba gracias a la asociación visual, pues Warhol también era un paradigma de ruptura de esquemas y de rechazo a los cánones académicos. En la campaña de 1976 igualmente destacó el eslogan “Nel simbolo comunista, la lotta, la forza, gli ideali dei giovani” y la representación estilizada de la juventud acompañó a otros eslóganes (“I giovani con il PCI per uno Stato diverso, una democrazia più grande, una società più libera” y “Conquista il tuo futuro”).

El papel y la actividad de la Federación Juvenil Comunista Italiana (FGCI) adquirió, en este contexto, especial relevancia. La organización se mostró muy activa desde el punto de vista iconográfico. Un cartel de junio de 1975 incluía la frase de Paul Vaillant-Couturier, uno de los fundadores del PCF, junto a unos jóvenes que, con el puño levantado y rodeados de banderas rojas, celebraban la victoria (“Il comunismo è la giovinezza del mondo. Conquista il tuo avvenire”).



Imagen 4. “Vittoria! Il comunismo è la giovinezza del mondo. Conquista il tuo avvenire”, 1975. Fuente: Fondazione Gramsci Emilia-Romagna, Bologna (FGER), inventario 606, sección 1975, signatura 048.

El carnet de afiliación de la FGCI de 1977 reproducía por su parte, con una ilustración a blanco y negro, la célebre fotografía de Uliano Lucas tomada en 1971 en la milanesa Piazzale Accursio. Recogía a tres militantes que se unían a la marcha de los trabajadores de Alfa Romeo en huelga. El lema en verde “Unità dei giovani per salvare l’Italia” destacaba entre el rojo de las banderas. La FGCI también apostó por una grafía cercana al pop-art y la cultura del cómic. Así ocurrió en un cartel sobre los *Pomeriggi giovani* en la Casa del Pueblo del Bronzino protagonizado por la boca de una niña comiendo un hot-dog, en referencia a los Rolling Stones (1971)³³. La renovación, que incluso parecía rozar la heterodoxia, se evidenció en el cartel de Cavari & Rovai conmemorativo del sexagésimo aniversario de la FGCI (1981): en él figuraban la hoz, el martillo

31 AHPCI, Federación Provincial de Reggio Emilia, Reggio Emilia (FPRE).

32 FGER, inventario 2893, signatura iger_sd_076.

33 Istituto Gramsci Toscano, Florencia (IGT), Colección carteles, sección Federación Juvenil Comunista Italiana (FGCI), sin signatura.

y la bandera roja junto a un Palmiro Togliatti en versión “cromo Panini”³⁴.



Imagen 5. “Unità dei giovani per salvare l’Italia”, 1977. Fuente: FIPAG, inventario 1552, sección 1977, signatura 007.

El tercer pilar de la cartelería del PCI fueron los obreros, el sujeto más clásico y reconocible en la iconografía comunista. Sin embargo, en su representación ya no se apeló a motivos venidos del siglo XIX o del realismo socialista y a su trabajador masculino, musculoso y viril, con las herramientas de trabajo y la mirada distante. En los setenta fue evocado principalmente como joven combativo urbano o bien como hombre maduro, experto y orgulloso de su profesionalidad, a veces con ciertos aires interclasistas. Se pasó así de la marcha hacia “el sol del futuro” a enfatizar las luchas de presente, la huelga o el orgullo de pertenecer a la base natural —y permeable— del partido. Todavía en 1975 era posible detectar ciertos ecos del realismo socialista en una recreación algo tópica del obrero junto a la frase “Nell’unità dei lavoratori la garanzia di vittoria nella lotta per le riforme, per la democrazia, per la pace”³⁵. En cambio, en otras muchas obras se marcaron distancias con el pasado y, como en el resto de temas, prevalecieron los tratamientos de actualidad.

El 1 de mayo de 1977 fue conmemorado en un cartel mediante un simple clavel, una flor roja estilizada, y el eslogan “Lavoratori, donne e giovani disoccupati per una nuova direzione politica del paese che garantisca occupazione, ripresa

economica, giustizia sociale”³⁶. Fue la última vez que el PCI utilizó ese símbolo, convertido en logo oficial del PSI en su XLI Congreso. Gráficamente la fuerza de las masas se metaforizó aludiendo a las movilizaciones populares que llenaban las plazas, a veces con rostros crispados o puños en alto. Pero también mediante el sentido cívico o la evocación de una ciudadanía interclasista en la que el apelativo “popular” se ensanchaba. En paralelo, algunos eslóganes recalcaron el protagonismo de la clase trabajadora, siempre junto al PCI (“I lavoratori uniti per guidare il paese”, 1975; o Bruno Magno, “Primo diritto il lavoro”, 1980)³⁷.

La campaña de 1976 y su continuidad

La campaña de 1976 fue especialmente áspera por los ataques de la DC. Sin embargo, el partido mantuvo la “línea de apertura” impuesta por Berlinguer, invocando la “colaboración democrática” entre las dos fuerzas mayoritarias de la realidad italiana³⁸. La DC centró su campaña en el orden público y, sobre todo, en el anticomunismo, como expresión de temor al posible *sorpasso*; en cambio, el éxito del referéndum sobre el divorcio en 1974 y el excelente resultado de las elecciones administrativas de 1975 generaban optimismo en el PCI. La campaña contó con carteles autorreferenciales y otros que destacaron los logros conseguidos en los últimos años. El carnet de 1976 celebró el triunfo electoral del año anterior, reproduciendo la primera página del *L’Unità* del 18 de junio de 1975 con el titular “Italia è cambiata davvero”. Por su parte, el carnet de la FGCI, realizado por Renzo Imbeni, presentaba a una joven pareja y una frase de Berlinguer que citaba a Lenin (“Costruisci con il PCI il tuo presente e il tuo futuro”)³⁹.

La cartelería de 1976 recurrió a los mismos temas y protagonistas —mujeres, jóvenes y trabajadores— que la anterior campaña administrativa y brindó un lugar privilegiado al símbolo del partido con el fin de despertar en su electorado

34 IGT, sección FGCI, sin signatura.

35 FGER, inventario 4938, signatura bet 016.

36 Fondazione Istituto Piemontese Antonio Gramsci, Turín (FIPAG), inventario 530, signatura PCI pic00055.

37 FGER, inventario 1652, sección 1975, signaturas 015 y 2890, iger_sd_077.

38 Dimastrogiovanni 2009, 32.

39 FGER, inventario 1662, sección 1976, signatura 021.

la connotación identitaria. Asimismo, se apeló a valores compartidos entre los votantes de izquierdas junto a otros mensajes empáticos de tono positivo. Todo ello pretendía idealizar al PCI como palanca y paradigma de cambio. Se evocó a la gente común, animada a construir su futuro junto al partido, la alternativa viable ante el precario equilibrio social y la cada vez más grave crisis económica. Como novedad, en 1976 se dio mayor peso a temas como la cuestión meridional, la posición anti-nuclear o el ecologismo. Se buscaba captar al insatisfecho elector católico, a los nuevos movimientos sociales o a los italianos emigrados al norte del país, muchas veces marginados en sus lugares de trabajo. En cambio, la DC fue representada como quintaesencia, estancada y atrofiada, de corrupción y mal gobierno. Frente a los escándalos y la mala gestión de los recursos públicos, brillaban las “administraciones locales honestas, capaces y unitarias”, toda una muestra de orden y eficacia comunista⁴⁰. El PCI opuso así los polos de la voluntad de renovación y progreso frente al inmovilismo⁴¹. Sin embargo, ello no obviaba la urgencia de un gobierno de colaboración: un cartel que la reclamaba, en cuyo fondo resaltaban los colores nacionales, se acompañó con el lema “Nella libertà e nella democrazia: insieme rinnoviamo l’Italia”⁴².

Las alusiones a la honestidad abundan en la producción gráfica, sintetizada en la expresión “manos limpias”. Antes de las elecciones administrativas, se editó un cartel bícromo —negro y azul sobre fondo blanco— en el que se atacaba a la DC (“No al malgoverno, al disordine, alla corruzione. Il PCI ha le mani pulite”, 1975)⁴³. Ese mismo leitmotiv se empleó en otra obra realizada por Bruno Magno. Enmarcada en un estilo minimalista, dominaba la pregunta: “NOI abbiamo le mani pulite. Chi può dire altrettanto?”⁴⁴. La palabra “nosotros” figuraba en mayúsculas resaltadas gracias al contraste cromático (negro/rojo). En un cartel más de 1976, la figura del democristiano Amintore Fanfani aparecía duplicada mediante una combinación inversa, con el eslogan “Comunque la rigira... la DC è sempre Disor-

dine e Corruzione”. Con ello no solo se metafóricamente que la Democrazia Cristiana fuese bifronte, incluso en sus sensibilidades internas (Fanfani versus Aldo Moro). Si no que, más allá de cómo se mirase, era sinónimo de mal gobierno pues “DC” no solo servía para designarla, sino también para denunciarla sarcásticamente (Desorden y Corrupción).



Imagen 6. “Comunque la rigira... la DC è sempre Disordine e Corruzione”, 1975. Fuente: FGER, inventario 102, sección 1975, signatura 008.

El neofascismo y el avance electoral del Movimiento Social Italiano (MSI) constituyeron otro caballo de batalla e inspiraron varios carteles dominados por una cierta ironía, como uno de GAL de 1972. Sobre una bomba de mano figuraba el símbolo misino, la llama tricolor identificable con la prendida sobre la tumba de Mussolini. Un personaje agazapado aparecía tocado con un fez con el símbolo fascista portando una pancarta que exigía “Ley y orden”. La representación culminaba con la frase “La fiamma che uccide”. En paralelo, diversos trabajos abordaron la cuestión del terrorismo. En los años de plomo, la postura del partido destacó por su intransigencia frente a la violencia roja o negra (“Non si cede ai

40 “La conferenza stampa di Berlinguer alla Camera”, *L’Unità*, 14/5/1975.

41 “Il voto al PCI è il voto che conta per battere il malgoverno e cambiare le cose”, *L’Unità*, 14/6/1975.

42 FGER, inventario 1661, sección 1976, signatura 022.

43 FGER, inventario 1614, sección 1975, signatura 040.

44 Rondolino 2021, 330.

ricatti dei terroristi: sparano contro la libertà di tutti”, 1978-80)⁴⁵. La cartelería evidenció el anti-fascismo militante del PCI y advirtió del riesgo regresivo. Los ejes comunicativos principales se movían en torno a tres puntos: exaltar la vinculación pueblo-partido, repudiar toda violencia y llamar a la concordia institucional contra un peligroso y escurridizo enemigo, ajeno a la vida democrática del país. Por eso, en la cartelería aparecieron referencias a la Resistencia o a la lucha internacional contra el fascismo. Se consideraba que la nueva violencia era igual de peligrosa que la antigua al atacar las esencias de los derechos ciudadanos (“Sparano a tutti noi, sparano alla democrazia”, 1979-80)⁴⁶.



Imagen 7. “La fiamma che uccide”, Bruno Magno, 1972. Fuente: FGER, inventario 85, sección 1973, signatura 004.

Finalmente, otros temas de índole internacional resaltaron en numerosos carteles o almana-



Imagen 8. “Boicot Copa Davis en Chile”, Bruno Magno, 1975. Fuente: Archivio Democratici di Sinistra - Direzione nazionale, Roma, sección PCI, en Novelli 2000, 225.

ques. Desde 1973, el partido inició una campaña en favor de los presos políticos chilenos y de condena del régimen de Pinochet. En 1976, Stampa Ormagrafica-Fatamorgana confeccionó un cartel dominado por la sombra de una silueta con los colores de la bandera chilena tras unos barrotes⁴⁷. En otras obras se recordó a Salvador Allende y a Luis Corvalán. En este sentido, el episodio chileno ayudó a reforzar y actualizar el perfil anti-fascista del partido. En 1976, el PCI pidió a la selección italiana de tenis que boicotease la Copa Davis a celebrar en el país suramericano. Un cartel, con grafía sintética, aportó la imagen: una raqueta engrapada como una bayoneta en el rifle de los militares chilenos. El fondo, de color ocre, evocaba por igual la pista de tenis y los descampados en los que se concentraba a los opositores. Otro referente internacional estuvo protagonizado por la guerra de Vietnam, sintetizada en la imagen gráfica de Hồ Chí Minh y el lema “È in

45 Università di Macerata, Macerata, Italia (UniMC), Biblioteca del Centro di documentazione sui Partiti Politici, Macerata (CPP), inventario MAN 5685, sección CPP, MAN, PCI.024.

46 FIPAG, inventario 367, signatura PCI pic01215.

47 AHFLYLB, sección FDT, signatura IT-FLLB, DT.0003UA.0057UD.

ognuno di noi”⁴⁸. La victoria del Viet Cong el 30 de abril de 1975 se escenificó en otra obra conmemorativa (“Hanno vinto gli ideali del comunista Ho Ci Min”)⁴⁹. Finalmente, el tercer gran espacio simbólico fue el español, objeto de diferentes carteles y actos de apoyo, como el celebrado en Roma el 14 de diciembre de 1975 por el aniversario de Dolores Ibárruri⁵⁰.

EL IMAGINARIO GRÁFICO DEL PCE

No hay que esperar a la legalización del PCE para encontrar las marcas visuales características de la Transición. No existió, pues, una cesura antes y después de abril de 1977, sino más bien una continuidad, particularmente desde julio de 1976, tras el pleno del Comité Central celebrado en Roma, el acto que escenificó la estrategia de “salida a la superficie”. La cartelería del PCE del bienio 1976-78 se inscribe en los parámetros del “realismo político”, el “prop-art” o el “diseño activista” ya citado. A ello se suman varias características, reconocibles en las imágenes más difundidas: un creciente moderantismo, traducible en un antifranquismo que se va velando, en evitar toda referencia vindicativa de la Guerra Civil o en renunciar a ciertos motivos iconográficos que quedaron en manos de otras organizaciones a la izquierda, caracterizadas por el tradicionalismo iconográfico y simbólico⁵¹. Dirigentes históricos, como José Díaz, prácticamente se excluyeron del imaginario público, y otros, como Pasionaria, tuvieron una presencia relativa en el cartel. En paralelo, entre el otoño de 1976 —al amplificarse el discurso anticomunista en sectores conservadores y de extrema derecha— y enero de 1977 —asesinato de los abogados de Atocha—, se retomó la categoría “reconciliación nacional”, que acabó sirviendo de leitmotiv en la campaña a favor de la Constitución⁵².

Los otros grandes ejes discursivos y simbólicos se encarnaron en las nociones “amnistía”, “libertad” (1976) y “democracia” (especialmente en 1977). Esta triada debe emplazarse en una

lógica, reactiva y aseverativa, frente a los ecos de la narrativa anticomunista y las huellas traumáticas asociadas a la guerra. Los dos últimos términos fueron, además, significantes de gran espectro en el vocabulario eurocomunista, e igualmente confluyeron en un ejercicio de nacionalización simbólica con distintas manifestaciones y grados de intensidad gráfica⁵³. Así, uno de los carteles distintivos de la campaña electoral de 1977 invocaba a la ciudadanía española como colectivo plural⁵⁴. Además, desde 1976 se neutralizó cualquier atisbo de identidad republicana, aunque sin asumir los colores de la enseña rojigualda, que solo parecieron sugerirse en la campaña del referéndum de 1978 y, de forma explícita, en un cartel del Partido Comunista de Galicia de 1977⁵⁵. El vector nacional —régimen autonómico, enseñas y colores regionales o lenguas vernáculas— se desplegó, en cambio, profusamente en la cartelería del PSUC o el PCPV.

Los carteles del PCE de este período son casi todos anónimos. Este hecho enlaza con una extensa tradición colectiva en la gráfica comunista —recuérdese El Constructor Publicitario— o en la producción artística española de tono crítico —Estampa Popular, Equipo 57, El Paso, Equipo Crónica, Equipo Realidad—. La subsunción de las estrategias propagandísticas bajo el paraguas de lo cooperativo se evidenció en la campaña de 1977, explicada como ejercicio de “creación colectiva” nutrida por publicistas, pintores, dibujantes o diseñadores. Su rostro visible fue Juan Genovés y sus responsables políticos, Pilar Brabo y Juan Francisco Plá⁵⁶. La resolución

48 AHPCI, FPRE, sin signatura.

49 FGER, inventario 103, sección 1975, signatura 009.

50 UniMC, CPP, inventario MAN 5308, sección CPP. MAN. PCI.005.

51 Véase Abad 2022.

52 Molinero 2007, 216-224.

53 La dimensión nacional y nacionalizadora del PCE resulta un tema de interés para la historiografía contemporánea. En los años setenta, al igual que el PCI, el partido evolucionó desde el punto de vista simbólico, discursivo e iconográfico, adoptando mitos y referentes de corte nacionalista y promoviendo una alianza entre las reivindicaciones y los símbolos comunistas con los nacionalistas periféricos. Véase, por ejemplo, los trabajos de Rodríguez-Flores Parra 2018 o las investigaciones de reconocidos académicos como Francisco Erice, José Carlos Rueda, Carme Molinero y Pere Ysàs, entre otros.

54 “Queremos la democracia para todos los españoles”, 1977, Archivo Histórico de Comisiones Obreras Andalucía, Sevilla, (AHCCOOA), signatura C09.052d.

55 El cartel de 1978 dedicado a la Constitución se diseñó en tonos rojos y anaranjados. El del PCG constaba de cuatro cuadrados que aludían al mapa de la Península: tres presentaban una banda rojigualda y el del extremo superior izquierdo, una asimétrica banda blanquiazul.

56 “PCE: creación colectiva”, *Diario 16*, Madrid, 8/6/1977. “La propaganda de los partidos de derecha está más profesionalizada”, *El País*, Madrid, 4/6/1977.

práctica estuvo en manos de diferentes profesionales vinculados a la Agrupación de Artistas Plásticos, creada en abril como uno de los gérmenes intelectuales de la Alianza de las Fuerzas del Trabajo y la Cultura, el frente interclasista pivotado desde el partido que debía solidificar los intereses de la clase obrera y otros sectores sociales⁵⁷. Sus aportaciones teóricas se limitaron a un texto que aunó las reivindicaciones profesionales con la reclamación de libertades democráticas y el fomento público a la cultura⁵⁸. En este sentido, la Agrupación —o el circunstancial Colectivo de Imagen del PCE (1977-78)— han de explicarse en relación con las exigencias de la inminente campaña electoral.

En la Agrupación, dirigida por Ángel Aragonés, participaron Genovés, Eduardo Arenillas, Francisco Escalada o Angiola Bonanni, si bien en la cartelería de junio de 1977 asimismo trabajaron Miguel Ángel Pacheco, Jesús Camino y Alberto Corazón, además de Arenillas y Genovés, y en la publicidad, Elena Muñoz (coordinadora de campaña), Pablo Enciso o Miguel Ángel Furones⁵⁹. Todos esos nombres formaron parte de la constelación gráfica del PCE entre 1976-78, en actividades que incluyeron desde pinturas murales a labores editoriales. Aragonés, por ejemplo, confeccionó en 1976 el logo de Comisiones Obreras y en 1977 ilustró la portada de un libro sobre propuestas económicas con personajes satíricos de ascendente decimonónico y una hoz y un martillo antropomorfizados⁶⁰. Alberto Corazón se encargó del diseño de *Nuestra Bandera* entre inicios de 1977 y mayo de 1979⁶¹. Pero la constelación creativa del PCE se nutrió de otras ramificaciones. Uno de sus nutrientes fue la Célula de Pintores del PCE, constituida en 1968 en la Escuela Superior de Bellas Artes, donde se integraron Aragonés, Corazón, Bonanni, Arenillas o Tino Calabuig⁶². Este último, junto a Corazón, creó el Taller y la Galería Redor (1969-70), y en 1972 formaba parte de APSA, la cobertura legal que encubría una agrupación de artistas en la que participaron Aragonés, Millares, Canogar, Lucio Muñoz o Genovés⁶³. En 1975, Calabuig se unió

al Colectivo Cine de Madrid, la estructura creada por Andrés Linares y Miguel Hermoso para filmar documentales clandestinos. Ya en 1977, realizó el cartel para *El puente*, la descarnada película de Juan Antonio Bardem que metafóricamente el proceso de transición invirtiendo los tópicos del landismo y la imagen turística promovida por el desarrollismo.

El partido utilizó trabajos de ocasionales “compañeros de viaje”. *Mundo Obrero* publicó en 1972 el grabado “Masas”, de Antonio Saura, y en 1976 Antoni Tàpies cedía su guache en homenaje al PSUC por su XL aniversario para la portada de un libro rápidamente convertido en indiscutido símbolo visual⁶⁴. Tampoco es casual que muchos nombres asociados al nuevo realismo crítico —Manolo Valdés y Rafael Solbes (Equipo Crónica), Jorge Ballester y Joan Cardells (Equipo Realidad), Esther Boix, Armand Cardona, Josep Guinovart— estuviesen más o menos próximos al PCE o al PSUC. En otros casos, las aportaciones fueron obra de veteranos militantes, caso de José Ortega, uno de los artífices de *Estampa Popular* (1959-67)⁶⁵. Algunas serigrafías de su “Decálogo para la democracia española” (1976) aparecieron en *Mundo Obrero*, en *Ozono* o en un folleto que reivindicaba la amnistía y el horizonte constituyente⁶⁶. “El abrazo” (1976), el encargo de la Junta Democrática a Genovés, ilustró la portada de *Mundo Obrero* dedicada a la caída del Gobierno Arias⁶⁷. Genovés también fue el autor de un calendario para 1977, ilustrado, en tonos ocres, con un grupo con el puño alzado. Sin embargo, se trataba de una *rara avis* iconográfica. Presentaba al partido como colectivo, aunque coincidía más con el imaginario épico del tardofranquismo que con el de finales de 1976, que representó al sujeto comunista con una actitud más calmada, incluso expectante⁶⁸.

En este contexto resaltan dos nombres, uno por defecto y otro por exceso. Josep Renau no

57 López Salinas 1977.

58 Agrupación de Artistas Plásticos de Madrid del PCE 1977.

59 Romero 2009, 527-529.

60 PCE-Comisión Económica 1977.

61 Bozal 2019, 271-279.

62 Albarrán 2015, 247-251.

63 García 2016.

64 *Mundo Obrero*, Madrid, 15/6/1972. PSUC 1976.

65 De Haro 2010, 130-143 y 437-474.

66 Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, Madrid (MNCARS), signatura AD06238. *Mundo Obrero*, 27/12/1976 y 2/1/1977. *Ozono: revista de música y otras muchas cosas*, Madrid, 17, 11/2/1977. Archivo Histórico del PCE, Madrid (AHPCE), Documentos (D), signatura 284.

67 MNCARS, AD07381. *Mundo Obrero*, 7/7/1976.

68 3.ª Conferencia de la organización de Madrid, 6/1976 e *Introducción al programa político*, 12/1976, AHPCE, sección Nacionalidades, signaturas 65.3.1 y 65.3.2.

participó en la campaña de 1977. Su única obra política de aquel año fue un cartel conmemorativo de la Revolución de 1917 encargado en la RDA, resuelto según patrones clasicistas —el mapa de la Unión Soviética recorrido por un flujo rojo con la hoz y el martillo y en el firmamento, la estrella de cinco puntas—⁶⁹. Pero, aunque Renau se mantuvo extramuros a la producción del PCE, sí realizó al año siguiente el cartel para el congreso del PCPV. Su influjo asimismo estuvo presente en autores generacionalmente distantes, como el Equipo Crónica (serigrafía “Homenaje a Renau”, 1976) y fue tildado en *Nuestra Bandera* de paradigma de cartelista político⁷⁰. La fortuna opuesta —la saturación— caracterizó a Picasso, reiteradamente empleado casi como imagen de marca del PCE. Otro número de *Nuestra Bandera* se diseñó con abundantes obras del malagueño⁷¹. Y su emblemática paloma —ligada, en su origen, con la movilización en los albores de la Guerra Fría (Congrès des Partisans de la Paix de París, 1949)— se entrelazó grácilmente con la hoz y el martillo o se fundió con una rosa para reclamar la amnistía. En contraste, la muerte de Franco fue glosada en *Mundo Obrero* bajo el titular “Ha muerto el buitre”⁷².

GENEALOGÍA DE REPRESENTACIONES

Imágenes que salen a la superficie

Los motivos picassianos —el *Guernica*, la paloma o el toro— fueron empleados en el cartel comunista italiano al invocar la solidaridad con España, la Guerra Civil o el régimen franquista⁷³. Es más, durante los últimos meses de la dictadura

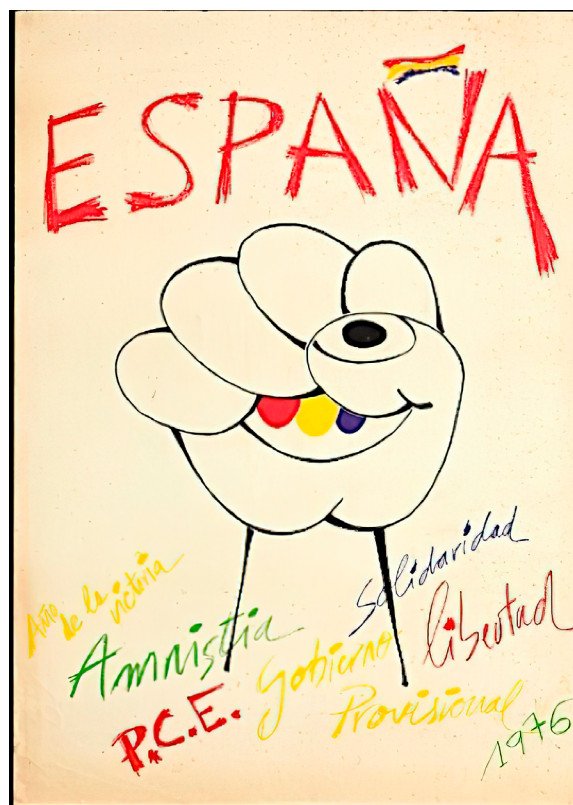


Imagen 9. “España”, 1976. Fuente: Fondazione Archivio Luigi Nono, Venecia, Inventario 26, signatura NONO MV19760000001.

e inicios de 1976, Italia se erigió en el epicentro de la propaganda del PCE, tanto para escenificar actos masivos —homenaje a Dolores Ibárruri en diciembre de 1975, pleno de julio de 1976—, como respecto a la producción gráfica. La cartelería editada por el PCI ahondó en claves tradicionales alusivas a la represión, recurriendo a la bandera republicana o a elementos tópicos, como el perfil de la Península y las manos asidas a los barrotes de una prisión, o, en el caso de un cartel de Albe Steiner, a un guardia civil y los rostros sombríos de varios niños⁷⁴. En otras obras se invocó la memoria de la guerra recuperando a Miró o a Robert Capa⁷⁵. En este contexto se inscriben tam-

69 Forment 2003, 253 y 381.

70 Bozal 1978, 64-69.

71 *Nuestra Bandera*, Madrid, 90, 1977.

72 Utley 2000, 101-116. *Mundo Obrero*, 6/1976, 12/1/1977, 11/1975. García 2015, 273-275.

73 “Spagna 1936, Spagna oggi”, 1962, Fondazione Archivio Luigi Nono, Venecia, signatura NONO M1962051501. “Rafael Alberti”, 1972, <https://www.manifestipolitici.it/SebinaOpacGramsci/resource/rafael-alberti-per-picasso-e-per-la-spagna-libera-teatro-comunale-2-feb-braio-ore-21-manifestazione-p/GRA0003712?tabDoc=taboggd>. “Manifestazione internazionalista”, 1975, <https://www.manifestipolitici.it/SebinaOpacGramsci/resource/manifestazione-internazionalista-per-la-liberta-della-spagna-festival-provinciale-de-lunita-sabato-3/GRA0000223>.

74 “España oggi”, 1973, <https://www.manifestipolitici.it/SebinaOpacGramsci/resource/processiamo-il-regime-fascista-espana-oggi-solidarieta-con-i-dieci-dirigenti-operai-imprigionati-amm/GRA0014525>. “Solidarietà”, 1975, <https://www.manifestipolitici.it/SebinaOpacGramsci/resource/solidarieta-con-la-gioventu-spagnola-in-lotta-contro-il-fascismo-milano-27475-ore-1530-piazza-duomo-/GRA0003540>.

75 “Aidez Espagne”, 1975, <https://www.manifestipolitici.it/SebinaOpacGramsci/resource/aidez-lespagne-amnistia-per-i-prigionieri-e-gli-esuli-politici-spagnoli/GRA0009316>. “1936-1976”, 1976, <https://www.manifestipolitici.it/SebinaOpacGramsci/resource/19361976-i-gio>

bién varios carteles asociables al PCE de inicios de 1976, caracterizados por un vibrante colorismo y la épica antifranquista. Un gran puño dominaba uno anónimo, con el lema “España”, referencias a la ruptura democrática (“Gobierno provisional”) y a convertir 1976 en “Año de la victoria”.

Otro, ilustrado por Ortuño con ecos picassianos, recreaba una corrida de toros nocturna con varios personajes yacentes en el ruedo. Seis clavos rojos —que conectaban alegóricamente con la Revolución portuguesa— centraban otro más de Pradas⁷⁶. Finalmente, el cartel alusivo al pleno del Comité Central de julio se concibió como vibrante primera plana periodística, dominada por un gran titular (“¡Spagna!”) y el antetítulo “La democrazia e’ indivisibile”⁷⁷.



Imagen 10. “Spagna: amnistia per i prigionieri politici!”, Enrique Ortuño Araez, 1976. Fuente: FGER, Inventario 5483, sección Manifesti iger_str_009.

vani-per-la-spagna-manifestazione-internazionale-parteci-pa-antonio-palomares-del-cc-de/GRA0000485.

76 “Per la libertà”, 1976, <https://www.manifestipolitici.it/SebinaOpacGramsci/resource/per-la-liberta-e-la-democrazia-in-spagna/GRA0004821>. “España”, 1976, <https://www.manifestipolitici.it/SebinaOpacGramsci/resource/espana-ano-de-la-victoria-amnistia-solidaridad-gobierno-provisional-libertad-1976/GRA0015630>.

77 International Institute of Social History, Ámsterdam, (IISG), sección BG, signatura E9/433.

Estas obras compusieron el canto de cisne simbólico del activismo gráfico antifranquista. En cambio, desde el otoño, encontramos las primeras series realizadas y exhibidas en España definidas por un sensible giro en forma y contenido. Se emplazan a medio camino entre la persecución y la permisividad. “Venta pública de propaganda”, escribirá Santiago Carrillo en la entrada de su diario correspondiente al 28 de noviembre. La policía “en unos casos, deja hacer, en otros interviene. Han detenido a cerca de cien camaradas (...). Pero en general, les ponen en libertad”⁷⁸. En esas coordenadas se desplegó un imaginario, distinto al movilizativo en Italia o al valor furtivo de la pintada clandestina, que reclamaba una presencia normalizada en el espacio público. Los primeros carteles promocionaron la campaña de afiliación impulsada tras el verano en la que, asimismo, se diseñó el logo del partido, presentado a finales de noviembre⁷⁹. Son obras sencillas de pequeño tamaño, incluso toscas, con limitado empleo del color. Si bien suelen mantener el anclaje figurativo, también recurrieron a elementos geométricos o a composiciones abstractas. La primera de estas series, de cuatro carteles, compartía el lema “Ingresa en el Partido Comunista de España” junto a una referencia al pasado (“1920-1976. 56 años de lucha por la libertad”), excepcional ante el conjunto de la cartelería comunista de la Transición, que siempre rehuyó las alusiones de memoria⁸⁰. Neutralizando toda referencia a la experiencia republicana, a la guerra o al franquismo, combinaban la claridad con una identidad visual fundada en la renovación —nuevo logo, geometrización—, el dominio cromático del rojo y la cita histórica aséptica, ligada a la noción de partido de las libertades.

En otros materiales se recurrió a elementos figurativos. Un cartel editado en Zamora, contemporáneo a los comentados, asumía la añeja iconografía del personaje masculino de torso desnudo y puño alzado, con ecos de las representaciones socialistas de inicios de siglo. Se trata, sin embargo, de un ejemplo puntual. Las obras publicadas al hilo de la primera conferencia del PCE sobre la mujer (octubre de 1976) emplearon una grafía más optimista y actualizada, invocando nuevamente la libertad. Sobre fondo rojo y

78 Carrillo 1987, 97.

79 *Mundo Obrero*, 22-28/11/1976.

80 AHPCE, sin firmas.

con la hoz y el martillo, estaban dominados por dos grandes perfiles femeninos⁸¹. El leitmotiv de la libertad, junto al rojo, el mensaje cívico y una esquemática figura femenina, se empleó nuevamente en otro cartel que llamaba a la abstención ante el referéndum sobre la Ley para la Reforma Política (diciembre de 1976). El pueblo, asimilado al ciudadano votante, centraba a su vez una portada-cartel de *Mundo Obrero*, junto al lema “Sin libertades no hay democracia”. Y un pasquín que evitaba los aditamentos clásicos —fondo verde en vez de rojo; mano abierta en lugar de puño cerrado— afirmaba que “Referéndum sin libertades no es democracia”⁸². La libertad, como perspectiva y eje discursivo, encuadró dos carteles más protagonizados por Carrillo, ilustrados con la fotografía después empleada en la portada de *Eurocomunismo y Estado*. Su detención, a finales de diciembre, desencadenó una artesanal campaña de urgencia. En paralelo, el otro sujeto paradigmático del partido —Pasionaria— personalizó un cartel, muy difundido a finales de 1976, dominado por su imagen en ocre y un lema popularizado desde hacía meses (“¡Sí, sí, sí, ... Dolores a Madrid!”)⁸³.

A inicios de 1977 estaba colmatado, pues, el léxico del PCE. El período entre la alegaldad —tolerancia sin reconocimiento político— y las semanas posteriores a la legalización se caracterizó por el incremento propagandístico. La cartelería se diversificó, orientándose a normalizar la imagen del partido desde los binomios PCE/libertad y PCE/democracia⁸⁴. Se editaron dos obras bícromas (rojo y blanco) que volvían a subrayar un pasado dominado por la lucha por la libertad y la reconciliación nacional⁸⁵. También se reclamó el reconocimiento de los parti-



Imagen 11. “Ciudadano. Abstenerse es votar por la libertad”, 1976. Fuente: Dipòsit Digital de Documents de la Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona (UAB-DDD), <https://ddd.uab.cat/record/105148>.

dos políticos en dos carteles que combinaban el negro y bandas multicolores⁸⁶. O se metafóricamente, en un doble diseño de José Gutiérrez Carbonell para el PCE y el PCPV, la relación entre comunistas y democracia, con dos grandes manos que soportaban una construcción de ladrillos⁸⁷. La democracia, entendida como panacea, sirvió de eje para trabajos editados en Andalucía y Galicia, en un caso vinculada a la justicia y al trabajo en el campo, y en el otro, a “acabar con el miedo”. Aunque se aludió al franquismo, sobre todo se recurrió a argumentos positivos. “[El PCE] dice lo que piensa y hace lo que dice”, afirmaba un cartel balear, mientras que en otro asturiano se asociaba futuro y libertad, con el esbozo de la hoz y el martillo y una ventana abierta sobre fondo azul⁸⁸. Las siglas trazadas con flores saludaban

81 Ambos presentaban el lema “El partido para la libertad de la mujer”, AHCCOOA, signatura c29.014.

82 *Mundo Obrero*, 4/12/1976. “Referéndum sin libertades no es democracia”, 1976, AHPCE, D, signatura 283.1.

83 “La democracia es la libertad para todos”, 1976, AHCCOOA, signatura C18.034. “Libertad para Santiago Carrillo”, 1977, AHCCOOA, signatura C02.029. «¡Sí, sí, sí... Dolores a Madrid!», 1976, el cartel se encuentra en los Archivos de los Autores (AA) que contienen documentos adquiridos en plataformas como Todocolección, Ebay, etc., con el fin de realizar una exposición. “Al hombre de la reconciliación no le alcanza la amnistía”, 1976, AHPCE, D, signatura 57.

84 Por ejemplo, el tríptico “Tú nos legalizarías”, 1977, AHPCE, D, signatura 58.1.

85 “1920/1977. 57 años de lucha por la Libertad” y “Para todos la Libertad, entre todos la Democracia”, 1977, AHCCOOA, signaturas c29.016 y C02.104.

86 “Libertades políticas sin discriminación” y “Legalización de todos los partidos políticos”, 1977, AA.

87 Universidad de Alicante, Archivo de la Democracia, Alicante, signaturas 018/003 y 018/040.

88 “Construye a democracia”, 1977 y “Tú sabes del Partido Comunista lo que te han enseñado en 40 años de dictadura”, 1977, en Owens 1994, 200 y 199. “Andalucía”, *Nuestra*

alborozadas en una composición, junto al lema, con ornamentada caligrafía, “Ya somos legales. La democracia está más cerca”. En otra obra se incluyó una idealizada declaración acerca de qué significaba ser comunista⁸⁹. En cambio, apenas se empleó el término “socialismo”, y cuando se hizo fue entendiéndolo como consecuencia natural de la dinámica democratizadora⁹⁰.



Imagen 12. “Ya somos legales. La democracia está más cerca”. Fuente: Archivo Histórico del PCE, Madrid (AHPCE), sin signatura.

En campaña

Llama la atención el escaso interés sobre las posibilidades del cartel en los criterios manejados ante la campaña de 1977. Esta debía estructurarse en sus directrices generales desde una comisión electoral centralizada en Madrid, y en las “directrices concretas” según las circunscripciones. Las orientaciones debían ser “pocas, claras y fundamentales”, y las iniciativas eficaces y atractivas. La prensa —en particular, *Mundo Obrero*— desarrollaría “los temas enunciados en carteles, pegatinas, etc.”. La inexperiencia del electorado y el “rechazo psicológico que 40 años de dictadura han producido sobre todo lo relacionado con nosotros” aconsejaba desplegar

el máximo didactismo posible. Y se priorizarían dos espacios de difusión: las “grandes concentraciones de masas” y la proximidad, con contactos puerta a puerta o en los mercados, las salidas de espectáculos y los centros de trabajo. Se estaba ante un momento crucial. “Ante la imposibilidad de imponer la ruptura en la forma que originariamente nos planteamos”, se escribió, las elecciones debían propiciar el proceso constituyente y la “consolidación de la democracia”. En paralelo, la campaña debía coadyuvar en la “construcción del partido de masas”⁹¹.



Imagen 13. Obrero sobre fondo rojo, 1977. Fuente: International Institute of Social History, Ámsterdam (IISG), sección BG, signatura E5/434, <https://hdl.handle.net/10622/N30051001098612?locatt=view:level3>

Al parecer el equipo de diseño preparó una propuesta de campaña basada en testimonios de militantes, opción descartada por Pilar Brabo en favor de una estrategia ni reivindicativa ni emocional, articulada en torno al lema que presidió el primer pleno del Comité Central tras la legalización (“Votar comunista es votar democracia”)⁹². En todo caso, la cartelería de junio de 1977 conectaba con las temáticas y los formalismos exhibidos meses antes. Las obras más características fueron las que poblaron las calles de Madrid: una serie de composiciones figurativas

Bandera, 87, 1977: 62; “Por un futuro en libertad”, 1977 Biblioteca Nacional de España, Sede de Alcalá de Henares, Sala Goya, Carteles, signatura AHC/531842.

89 *Nuestra Bandera*, 87, 1977: 65.

90 Dipòsit Digital de Documents de la Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona (UAB-DDD), <https://ddd.uab.cat/record/104494?ln=es>.

91 *Opciones a definir, El hecho... e Informe sobre algunos problemas electorales*, 1977, AHPCE, D, signaturas 284, 58 y 283.1.

92 Romero 2009, 527.

en formato cuadrangular con imágenes granuladas, diseñadas con tonos cromáticos y simbólicos según el colectivo evocado (cobrizos en un grupo de trabajadores industriales, verdes para unos niños en un aula, grises en el cartel alusivo al paro y la emigración...)⁹³. Compositivamente coincidían con un atípico diseño previo, resuelto con aires del realismo socialista, que presentaba a un obrero en escorzo sobre fondo rojo, una representación excepcional en la iconografía del PCE durante la Transición.

En cambio, la pieza central de la serie electoral, ilustrada por Genovés, mostró sobre aséptico fondo blanco a dos jóvenes, esbozados en su parte inferior, que caminaban prestos. Era una imagen ideada para reclamar la legalización del partido, aunque ahora se trastocaba en alegoría de marcha hacia futuro, y la pareja, en simultánea representación del partido y la ciudadanía junto a un lema nacionalizador (“Queremos la democracia para todos los españoles”). En su primera formulación, se ajustó a un formato rectangular, luego recortado. Todos los carteles incluyeron, además, una banda lateral con las siglas y el logo en distinto ángulo, lo cual permitía combinarlos para crear superficies de gran tamaño y suplir así el hecho de no haberse contratado vallas publicitarias.



Imagen 14. “Queremos la democracia para todos los españoles”, 1977. Fuente: Owens 1994, 191.

93 AHPCE, sin signatura.

Democracia es respetar
las ideas de los demás



Votar Comunista
es votar Democracia

Imagen 15. “Democracia es respetar las ideas de los demás”, 1977. Fuente: *Nuestra Bandera*, Madrid, 90, 1977.

La campaña incluyó asimismo carteles autorreferenciales en los que se pedía ayuda para sufragar los gastos electorales. Otros diseños recurrieron a metáforas visuales, con la ilustración secuencial de un brazo alzado con el puño cerrado, trastocado en mano abierta, o con la bucólica imagen de un amanecer⁹⁴. La heterodoxia irónica definió, a su vez, los diseños de Alberto Corazón, publicados como anuncios en *Nuestra Bandera*. Inspirados en la gráfica del comic y el pop art, incluían, en verde sobre fondo blanco, un anguloso globo de texto con la exclamación “¡Ya!”, respuesta al eslogan “Nuestro objetivo es la democracia para todos los españoles”, y seis bocas entreabiertas junto al lema “Democracia es respetar las ideas de los demás”⁹⁵. Corazón preparó también la portada de un cuadernillo con el programa electoral. Probablemente no llegó a circular al presentar un error tipográfico. El trabajo escapaba de todo convencionalismo por su chocante juego cromático —una vibrante combinación de rosa y verde— y

94 “El único argumento que no tenemos es dinero”, 1977, AHPCE, sin signatura. “Vota PCE” y “Vota por el PCE”, 1977, AA.

95 *Nuestra Bandera*, 90, 1977: 32 y 48.

su desenfadado guiño simbólico —incluía una mano con la seña V—⁹⁶. Todos esos ejemplos constituyeron muestras palpables de “mensajes gráficos” sencillos y diáfanos, surgidos desde un conceptualismo expresivo afín a lo que el propio Corazón había llamado “la teoría de la imagen del diseñador (estilo + ideología)”⁹⁷.

A pesar de la hegemonía del cartel madrileño, la oferta del PCE ofreció una notoria descentralización territorial, en particular al difundirse los rostros de los candidatos o al convocar actos electorales. Con frecuencia fueron composiciones con fotografías toscas, o bien estuvieron saturadas de información y presentaron maquetaciones defectuosas⁹⁸. La claridad, la uniformidad estilística o la serialidad definieron, en cambio, el cartel del PCPV. La producción valenciana estuvo marcada por obras del Equipo Crónica —Solbes formaba parte de la dirección del partido—, ahora circunstancialmente reconvertido en Equipo Gráfico, con la colaboración de Rafael Ramírez Blanco y Rosa Torres. Sus aportaciones, tanto en forma de cartel electoral o en otras iniciativas, se aunaron bajo una misma cita estética: elementos extraídos del período clasicista de Fernand Léger y su reconocible figurativismo monumentalizado. Esas son las claves del luminoso cartel electoral en el que, sobre fondo amarillo, una mano de gruesos dedos acaricia el tallo de un girasol en el que figuraba el logo del PCE. El influjo de Léger también estuvo presente en el cartel promocional de *Cal dir*, el seminario del PCPV⁹⁹. Un ordenado conjunto de herramientas de trabajo —la hoz y el martillo junto a un libro, unas tenazas, una probeta o unas tijeras— aparecían dispuestos sobre una señera, como si de un bodegón interclasista se tratase, en otro trabajo más¹⁰⁰. Las obras del Equipo Gráfico fueron, no obstante, la punta del iceberg de las posibilidades expresivas. El 28 de mayo de 1977 se celebró en el centro de Valencia una exposición con proyectos de carteles. Junto a los diseños basados en el antropomorfismo de

Léger, otros recurrieron a la abstracción, el pop art o la inspiración infantil¹⁰¹.



PARTIDO COMUNISTA POR LA DEMOCRACIA

Imagen 16. Cartel electoral de un girasol en el que figuraba el logo del PCE. Fuente: AHPCE, sin signatura.

El PSUC asimismo desarrolló una activa producción desde finales de 1976. Un motivo reiterado fue la representación colectiva —el frontal de una manifestación con los personajes con brazos entrelazados—. La imagen se adaptó a distintas estéticas (cartel con aire naif o con grandes superficies de tinta), combinando la bandera roja, la señera y distintos lemas inclusivos¹⁰². Los posteriores carteles electorales fueron obra de los periodistas Rafael Pradas y Joan Busquets, del fotógrafo Carlos Bosch y de los diseñadores Ferran Cartes y Francisco Montalvo. Se ajustaron a una estructura compositiva homogénea con el lema principal en la parte superior, otro secundario en la inferior, y en la franja central, una fotografía a blanco y negro y el logo del PSUC

96 *Programa electoral*, AHPCE, D, signatura 284.

97 Corazón 1971, 47.

98 Por ejemplo, “Votar comunista es votar democracia”, 1977, Biblioteca Nacional de España, Sede de Alcalá de Henares, Sala Goya, Carteles, signatura AHC/145243 y “Candidatos comunistas al Congreso”, Sevilla, 1977, AHCCOOA, signatura C26.024.

99 UAB-DDD, signatura FJV-1719.

100 UAB-DDD, signatura FJV-6.

101 Cortés y Millet 2019, 14-15.

102 UAB-DDD, Centre Documental de la Comunicació, inventario 308, signatura FJV-204. <https://ddd.uab.cat/record/42554?ln=ca>.

en gran tamaño. Este había sido diseñado poco antes de la legalización por Pilar Villuendas, responsable del estudio Gráfica Popular, y seleccionado por una comisión en la que figuraron Antoni Gutiérrez Díaz, Francisco Frutos y Manuel Vázquez Montalbán.

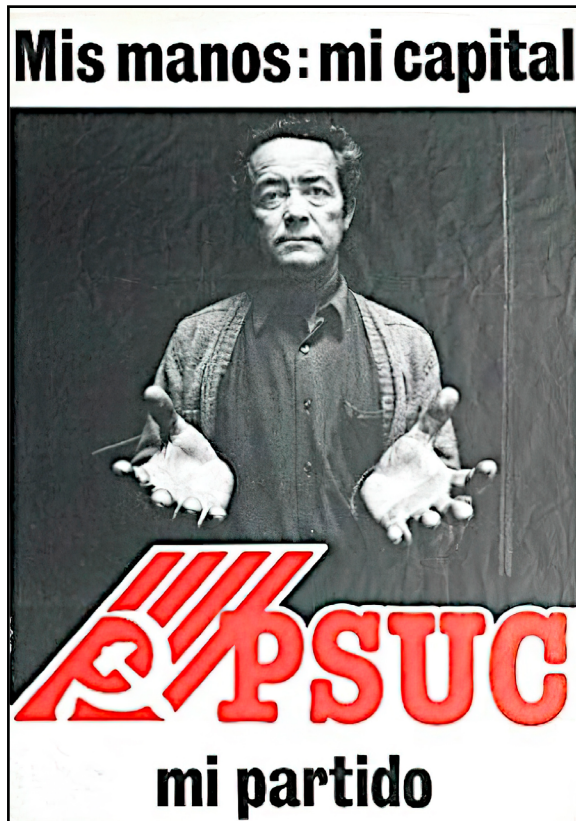
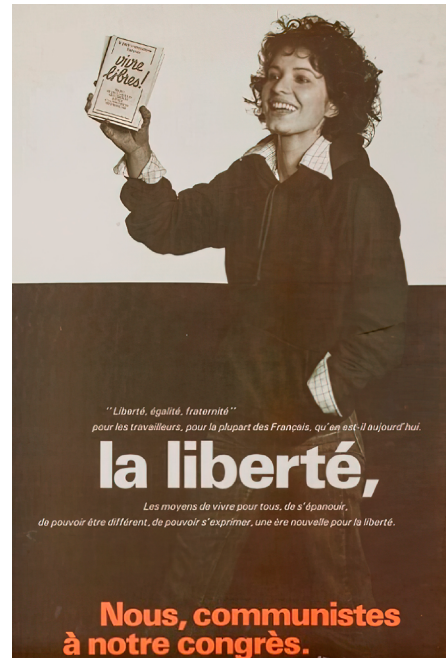


Imagen 17. “Mis manos, mi capital”, 1977. Fuente: UAB-DDD, <https://ddd.uab.cat/record/41859>.

El cartel distintivo (“Mis manos, mi capital”) lo protagonizaba la expresiva instantánea de Luis Romero, un emigrante andaluz, veterano militante del partido, que abría sus manos en primer plano como alegoría de afirmación obrerista, pero también de conciliación. Otros carteles aludieron a la crisis económica —con una circunspecta familia de clase media— o a la afirmación catalanista —un rostro fundido con la señora—. También se ofreció una doble recreación de Gregorio López Raimundo: solo, junto a un lema con connotación histórica (“Venim de lluny i anem més lluny encara”); y acompañado por Santiago Carrillo, en una imagen-metáfora de hermanamiento entre el PCE y el PSUC¹⁰³. Además, la propaganda se abrió a la diversificación

¹⁰³ UAB-DDD, signaturas FJV-301 y 159.

iconográfica y simbólica mediante la estética del cómic. En un cartel de Juan García, personajes de distintas edades y extracciones ofrecían motivos para votar al partido. Ivá ilustró un manifiesto que parecía salido de *El Papsu*, mientras que el Capitán Trueno rompía el marco de la viñeta en otra representación, acompañado del eslogan “PSUC, ya nos conoces”¹⁰⁴.



Imágenes 18 y 19. “La démocratie” y “La liberté”, 1976. Fuente: Archives du PCF.

¹⁰⁴ UAB-DDD, <https://ddd.uab.cat/record/104501?ln=ca>. *Manifiesto electoral*, 1977, AHPCE, D, signatura 58.1.

No ha sido posible abordar aquí la iconografía del PCF, aunque cabe sugerir que su cartelera conectó con muchos de esos aspectos. Entre los materiales gráficos para el XXII Congreso (1976), en el que se abandonó el principio de la dictadura del proletariado, aparecía un trabajador que departía jovialmente con dos profesionales y el lema “La démocratie”; o una sonriente militante —similar a las que poblaron la cartelera del PCI— y “La liberté”.

El eslogan “Socialisme et liberté” sirvió de núcleo para una irradiante esfera multicolor en el cartel de la fiesta de *L’Humanité* (“La fête aux couleurs de la France”), en una imagen con claras analogías a la confeccionada por el PCE para cerrar la campaña de 1977 (“Fiesta del PCE”). El PCF, al igual que el PCPV, recurrió a motivos estéticos de Fernand Léger. Pero no todo fueron similitudes. Entre los carteles electorales franceses de 1978 figuró el lema “Ce que veulent les communistes: Liberté, Démocratie, Autogestion”, impensable en España o Italia por el radicalismo del último de esos tres términos¹⁰⁵.

CONCLUSIONES

Valeriano Bozal tildó la campaña del PCE de 1977 de fractura gráfica al obligarle a situarse en un “régimen competitivo” —concurrencia electoral, lucha por la visibilidad en el atestado espacio urbano, necesidad de dirigirse a un espectador no politizado—¹⁰⁶. Las elecciones también propiciaron un cierto grado de igualdad entre la cartelera del PCE y el PCI. Pero tal concordancia no obvió las asimetrías. El cartel español concluía un largo periplo desde el exilio y la clandestinidad, y tras unos meses de dificultosa salida a la superficie, irrumpía en la esfera pública al igual que hacía su homónimo italiano desde décadas atrás. Por ello el análisis del cartel del PCE exige una cuidadosa perspectiva cronológica —la progresiva cristalización de narrativas y estéticas—, mientras que en Italia es necesario un enfoque de clasificación temática dada la notable riqueza y solidez de su cartelera. Durante la segunda mitad de los setenta, fueron patentes las influencias italianas,

105 Archives départementales de la Seine-Saint-Denis, Archives du PCF, Bobigny, signaturas 89FI/446, 449, 455, 1052, 454 y 477.

106 Bozal 1977, 61-67.

en particular en el PSUC. Un ejemplo lo encontramos en un cartel de la campaña de afiliación del PCI de 1976 dominado por una fotografía de una joven pareja.



Imagen 20. Cartel de la campaña de afiliación del PCI de 1976. Fuente: Rondolino 2021, 333.

Su estructura, tipografía e intencionalidad — el partido, palanca de cambio, fruto del pasado, fuerza de presente y expectativa de futuro— es similar a la serie electoral del PSUC de 1977 y al lema “Venim de lluny”. Una instantánea publicada por el PSUC ese mismo año, en la que aparece un grupo de militantes bajo un cartel del PCI, constata la familiaridad con la simbología italiana. En paralelo, cabe hablar de analogía estética y temática, de un diseño activista compartido. Las grandes manchas de color —empleadas en el carnet de la FGCI de 1977— caracterizan varios carteles del PSUC de finales de 1976 u otro electoral del PCE de 1977 (“El partido de la liberación de la mujer”), aunque el recurso ya figuró en un cartel del PCI para los comicios de 1972 (“Giovane a sinistra. Voto comunista”)¹⁰⁷.

El ascendente italiano debe interpretarse también como diálogo entre claves compartidas, en gran medida inspiradas por autores como Steiner y Niccolai (constructivismo, funcionalidad

107 Rondolino 2021, 6 y 309. PSUC 1977, 4. AHPCE: sin signatura.



Imagen 21. “Vamos a cambiar las cosas: vota comunista, vota PSUC”, 1977. Fuente: UAB-DDD, <https://ddd.uab.cat/record/42808?ln=es>.

informativa, colores planos, maquetación con influencias periodísticas). La composición con bandas cromáticas está presente, por ejemplo, en varios carteles del PCE (“Fiesta del PCE”, 1977; “9 Congreso” y “Por la Constitución, la libertad y la democracia”, 1978). Parecida estrategia se empleó en otro italiano de 1979 protagonizado por un rostro femenino tamizado de idéntico modo. La cartelería comunista no puede deslindarse tampoco del grafismo publicitario ni del eco de la cultura popular u otras estéticas mediáticas: el sello pop-art con toques psicodélicos caracterizó el cartel de 1968 “Non hai ancora 21 anni, non puoi votare”, mientras que, diez años después, el influjo de Peter Max y Heinz Edelmann resultaba palpable en un póster de Alberto Corazón incluido en *Nuestra Bandera* (“Año 1 en la legalidad”), una revista que aspiraba a seguir el modelo de *Rinascita*¹⁰⁸. La circulación de influencias igualmente se constató al

108 UAB-DDD, 2944.jpg y 66.jpg. Rondolino 2021, 292 y 346. *Nuestra Bandera*, 92, 1978: 97. Bozal 2019, 272.

personificarse el ideal transnacional comunista. Pasionaria protagonizó un cartel italiano de 1975 con una recreación carismática equiparable a las representaciones de Hồ Chí Minh o Gramsci. Y un retrato de Ibárruri, dibujado por Renato Guttuso, figuró en la portada de *Mundo Obrero* por su octogésimo aniversario. En todo caso, la presencia del dirigente no marcó la pauta en la propaganda electoral italiana. El formato dominante desde 1963, campaña tras campaña, constaba solo del logo junto al eslogan “Vota comunista”. En 1977 abundaron, en cambio, las fotografías de candidatos, solos o en grupo, en la propaganda del PCE, si bien se editó un cartel al estilo italiano, con fondo rojo y sin ninguna alusión a los colores nacionales, con el logo del partido¹⁰⁹.

Un aspecto que denota una clara diferencia entre ambos países son las citas de memoria. Se ha indicado lo excepcional de la campaña de 1976 alusiva al 56 aniversario del PCE. En cambio, el 25 de abril tuvo constante presencia en la cartelería italiana, asociada a la tricolor y a las categorías “antifascismo”, “Liberación”, “democracia” o “República”. El vector nacional-popular, incluso patriótico, no era en absoluto nuevo. Siguió dominando el discurso y la visualidad con estrategias como trastocar la enseña nacional en bandera roja. Tales mecanismos no tuvieron parangón en el PCE. En 1971 el PCI publicó por su quincuagésimo aniversario un cartel compuesto con una veintena de viñetas que recordaban a Gramsci, Togliatti y Longo, la guerra española o la II Guerra Mundial. Idéntica estructura se aplicó en un calendario del PCE para 1978. Resulta llamativo que el único personaje común en una y otra obra fuese Lenin. Junto a Pasionaria¹¹⁰, en la composición española abundaban las citas a 1976-77 —trabajos de Genovés y José Ortega, carteles electorales—, como si de un año uno se tratase, junto a numerosas banderas regionales, la polisémica simbología que permitía eludir la tricolor o la rojigualda¹¹¹. Por su

109 Rondolino 2021, 261 y 329. *Mundo Obrero*, 17/12/1975. AHPCE, sin signatura.

110 Cruz 1999.

111 “25 aprile”, 1978, <https://www.manifestipolitici.it/SebinaOpacGramsci/resource/25-aprile-trentesimo-anniversario-della-liberazione-1945-vittoria-dellantifascismo-e-dellunita-popol/GRA0003553>. “Entra nel PCI”, 1976, <https://www.manifestipolitici.it/SebinaOpacGramsci/resource/entra-nel-pci-per-avanzare-con-lunita-delle-forze-democratiche-sulla-via-aperta-dal-20-giugno/GRA0006667>. “Cinquant’anni di lotte”, 1971, <https://www.manifestipo->

parte, el *Almanaque* del PCI de 1976 presentó en su portada una cuidadosa combinación de citas nacionales e internacionales: el logo del partido, la firma de la Constitución con presencia del comunista Umberto Terracini o el rostro de una muchacha, asistente a la manifestación celebrada el 16 de junio de 1975, junto a una combatiente vietnamita, el escudo de la República Popular de Mozambique o los rostros de Marchais e Ibárruri.

Concluyendo, resultan evidentes las diferencias existentes entre ambos partidos durante el decenio de los setenta —relativas al tipo de organización, peso electoral, arraigo territorial, situación interna, enemigos...—, a las que convendría “sumar las ambigüedades propias de un perfil distintivo compartido —el eurocomunista— y el objetivo de proyectar un imaginario que aunase modernidad y tradición”¹¹². Aunque, como ya se ha dicho, el significativo “eurocomunista” no figuró nunca en el cartel español o italiano, el imaginario aquí analizado parece confluir en torno a tan imprecisa etiqueta. Ahí se sitúa el peso otorgado a una concepción dinámica y progresiva de democracia, concepto omnipresente en el cartel del PCE de 1977 y muy visible en el italiano (“Nella libertà e nella democrazia”, 1976). La cartelería permitió, igualmente, dimensionar múltiples expresiones asociadas al partido. Se le evocó como indispensable vector en la búsqueda de grandes consensos (“Noi proponiamo un governo di collaborazione democratica; ¿Cosa propone la DC?”, 1976). Los comunistas italianos, y más modestamente los españoles, resaltaron la imagen del partido de masas en sus llamadas a la afiliación, trascendiendo el estricto código obrerista en favor de un sujeto diversificado nutrido por profesionales, jóvenes o mujeres, habitualmente asociadas al tropo “libertad” como reminiscencia actualizada de la añeja Marianne. El cartel de Genovés para las elecciones de 1977 subrayó esa asociación entre juventud, mujer, libertad, futuro y democracia. En paralelo, se destacó la idea del partido-fuerza moral, con valores como la honestidad y el sacrificio (“Il PCI ha le mani pulite”, 1975; “Vota honestidad”, PSUC, 1977)¹¹³.

litici.it/SebinaOpacGramsci/resource/cinquantanni-di-lotte-per-la-pace-la-democrazia-il-socialismo-19211971-iscriviti-al-partito-comunist/GRA0011435. AHPCE, D, 58.1. 112 Rueda y Donofrio 2023, 198.

113 FGER, inventario 1661, sección Manifesti 1976 022; inventario 1660, sección Manifesti 1976 023. UAB-DDD, 4520 y 177.jpg.

Declaración de conflicto de intereses: los autores declaran que no tienen intereses económicos ni relaciones personales que pudieran haber influido en el trabajo presentado en este artículo.

Fuentes de financiación: este trabajo se ha realizado en el marco del proyecto de investigación “Diccionario de símbolos políticos y sociales de la Europa contemporánea: claves iconográficas e hitos simbólicos del imaginario europeo del siglo XX”, (PID2020-116323GB-I00), financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación.

Declaración de contribución de autoría:

Andrea Donofrio: conceptualización, análisis formal —sobre todo en el caso de Italia—, metodología, comparativa y edición del texto.

José Carlos Rueda Laffond: conceptualización, metodología, análisis formal —sobre todo en el caso de España—, comparativa y revisión del texto.

BIBLIOGRAFÍA CITADA

- Abad, Eduardo. 2022. *A contracorriente. Las disidencias ortodoxas en el comunismo español (1968-1989)*. Valencia: PUV.
- Agrupación de Artistas Plásticos de Madrid del PCE. 1977. *Hacia una alternativa democrática para las artes plásticas: propuestas para una discusión*. s. l.: PCE.
- Albarrán, Juan. 2015. “Lo profesional es político: trabajo artístico, movimientos sociales y militancia política en el último franquismo”. *Espacio, Tiempo y Forma. Historia del Arte* 3: 247-271.
- Andrade, Juan. 2015. *El PCE y el PSOE en (la) transición. La evolución ideológica de la izquierda durante el proceso de cambio político*. Madrid: Siglo XXI.
- Are, Giuseppe. 1980. *Radiografia di un partito. Il PCI negli anni '70: struttura ed evoluzione*. Milán: Rizzoli.
- Balampanidis, Ioannis. 2019. *Eurocommunism. From the Communist to the Radical European Left*. Londres: Routledge.
- Berlinguer, Enrico. 1975. *La proposta comunista*. Torino: Einaudi.
- Bozal, Valeriano. 2019. “Cambios de lugar”. *Artes del ensayo. Revista internacional sobre el ensayo his-*

- pánico* 3: 271-279. <https://raco.cat/index.php/artes-delensayo/article/view/365452>.
- Carrillo, Santiago. 1977. *Escritos sobre eurocomunismo*. Madrid: Forma.
- Carrillo, Santiago. 1987. *El año de la peluca*. Barcelona: Ediciones B.
- Corazón, Alberto. 1971. "Algunas precisiones acerca de nuestro diseño gráfico". *Quaderns d'Arquitectura i Urbanisme* 82: 42-47.
- Cruz, Rafael. 1999. *Pasionaria. Dolores Ibárruri, historia y símbolo*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Dadà, Adriana y Tommaso Tozzi. 2016. *L'immagine nella protesta. L'immaginario visuale del sessantotto tra reale e virtuale*. Firenze: CSTPS Archivio il sessantotto.
- Di Giacomo, Michelangela y Novella di Nunzio. 2017. "Moscú cada vez más lejos: el PCI en las décadas de 1970 y 1980". En *1917: la revolución rusa cien años después*, editado por Juan Andrade y Fernando Hernández Sánchez, 437-460. Madrid: Akal.
- Dimastrogiovanni, Cosimo. 2009. *Gli anni della solidarietà nazionale*. Lecce: Lupo.
- Donofrio, Andrea. 2018. *Érase una vez el eurocomunismo. Las razones de un fracaso*. Madrid: Tecnos.
- Dorles, Gillo. 1977. *Albe Steiner. Comunicazione visiva*. Florencia: Alinari.
- Cortés, José Miguel G. y Teresa Millet. 2019. *Equipo Crónica. Mirándose en el espejo de la vanguardia*. Valencia: IVAM.
- Forment, Albert. 2003. *Josep Renau. Catálogo razonado*. Valencia: IVAM.
- Forner, Salvador y Heidy-Cristina Senante. 2020. "El relato comunista de la integración europea: ideología y estrategia política". *Revista de Estudios Políticos* 187: 137-165.
- García, Isabel. 2015. "El PCE y las artes plásticas durante la Transición". En *Arte político*, editado por Tomás Paredes, 269-281. Madrid: AECA.
- García, Isabel. 2016. *Tiempo de estrategia. La Asociación de Artistas Plásticos y el arte comprometido español en los setenta*. Madrid: CSIC.
- Gill, Graeme y Luis F. Angosto-Ferrándiz. 2018. "Introduction: Symbolism and Politics". *Politics, Religion & Ideology* 19 (4): 429-433.
- Haro, Noemí. 2010. "Estampa Popular: Un arte crítico y social en la España de los años sesenta". Tesis doctoral. Universidad Complutense.
- Korff, Gottfried. 1993. "History of Symbols as Social History? Ten Preliminary Notes on the Image and Sign Systems of Social Movements in Germany". *International Review of Social History* 38: 105-125.
- Lazar, Marc. 2011. "El eurocomunismo, objeto de estudio". *Historia del Presente* 18: 59-66.
- Liguori, Guido. 2014. *Berlinguer rivoluzionario. Il pensiero politico di un comunista democratico*. Roma: Carocci.
- López Salinas, Armando. 1977. *La Alianza de las Fuerzas del Trabajo y la Cultura*. Madrid: Forma.
- Magno, Bruno. 1991. *Vedere a sinistra. Bruno Magno. Dal Pci al Pds. I manifesti e altre immagini 1971/1991*. Roma: Salemi.
- Magri, Lucio. 2009. *Il sarto di Ulm*. Milán: Il saggia-tore tascabili.
- Moliner, Carme. 2007. "La política de reconciliación nacional. Su contenido durante el franquismo, su lectura en la Transición". *Ayer* 66 (2): 201-225.
- Novelli, Edoardo. 2018. *Le campagne elettorali in Italia: Protagonisti, strumenti, teorie*. Bari / Roma: Laterza.
- Novelli, Edoardo. 2000. *C'era una volta il PCI. Autobiografía di un partito attraverso le immagini della sua propaganda*. Roma: Editori Riuniti.
- Owens, J. B. 1994. "Spanish Communist Party Poster Politics in the Transition to Democracy (1977-1979)". *Mediterranean Studies* 4: 183-214.
- PCE-Comisión Económica. 1977. *Los comunistas ante la crisis económica*. Madrid: Mayoría.
- Pons, Silvio. 2006. *Berlinguer e la fine del comunismo*. Turín: Einaudi.
- PSUC 1976. *Per Catalunya, la democràcia i el socialisme*. Barcelona: Avance.
- Rauch, Andrea. 2017. *Il racconto della grafica. Storie e immagini del graphic design italiano e internazionale dal 1890 a oggi*. Firenze: La Casa Usher.
- Rodríguez-Flores Parra, Vega. 2018. *Fer País. Comunismo valenciano y problema nacional (1970-1982)*. Valencia: Ins-titució Alfons El Magnànim.
- Romero, Fernando. 2009. "Campaña de propaganda en dictadura y democracia. Referendos y elecciones de 1947 a 1978". Tesis doctoral. UNED.
- Rondolino, Fabrizio. 2021. *Il nostro PCI: 1921-1991. Un racconto per immagini*. Milán: Rizzoli.
- Rueda Laffond, José Carlos y Andrea Donofrio. 2023. "¿Quién es el enemigo? Representaciones

- del «otro» en la imagen del PCE y el PCI”. *Historia Actual Online* 3 (62): 195-209. <https://doi.org/10.36132/hao.v3i62.2396>
- Ruiz Collantes, Xavier. 1990. *Els cartells del PSUC, 1976-1988*. Barcelona: CPR.
- Sarriugarte, Iñigo. 2007. “El arte al servicio de lo social. Juan Genovés y su relación con el PCE”. En *Historia del PCE: I Congreso, 1920-1977*, editado por Manuel Bueno, José Ramón Hinojosa y Carmen García, 559-568. Madrid: FIM.
- Staino, Sergio. 2013. “Lo facevamo di Notte”. En *Rosso creativo. Oriano Niccolai 50 anni di mani-festi*, editado por Margherita Paoletti y Valentina Sorbi, 8-9. Livorno: Debate Editore.
- Tonelli, Anna. 2012. *Falce e tortello. Storia politica e sociale delle Feste dell’Unità (1945-2011)*. Roma / Bari: Laterza.
- Utley, Gertje R. 2000. *Picasso. The Communist Years*. New Haven: Yale University Press.
- Villuendas, Pilar. 2015. “Diseño y sociedad. Cartelismo y gráfica en la Barcelona de los 1970-1990 a través de la obra de un estudio de diseño”. Tesis doctoral. Universitat de Barcelona.