

XI Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Tucumán, San Miguel de Tucumán, 2007.

# **Afiches políticos en el colapso de los “socialismos realmente existentes” en Europa central: el caso húngaro 1989-1990.**

Várnagy, Tomás (UBA).

Cita:

Várnagy, Tomás (UBA). (2007). *Afiches políticos en el colapso de los “socialismos realmente existentes” en Europa central: el caso húngaro 1989-1990. XI Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Tucumán, San Miguel de Tucumán.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-108/855>

*Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.*

**Afiches políticos en el colapso de los “socialismos realmente existentes”  
en Europa Central: el caso húngaro, 1989-90.**

**Tomás Várnagy (UBA)**  
[varnagy@hotmail.com](mailto:varnagy@hotmail.com)

El arte del afiche consiste en “presentar de manera sintética y poderosa el espíritu de una época, los sentimientos, el pensamiento y la manera de ser de la gente y las actitudes sociales. Los afiches bien pueden ser una referencia y una crónica de un país”<sup>1</sup>. La victoria de los bolcheviques en 1917 produjo fundamentales cambios sociales, políticos y culturales que inspiraron a una nueva generación de artistas. El arte de los primeros años de la Rusia revolucionaria tuvo efectos internacionalmente enormes y duraderos, ya que los gigantescos cambios en la sociedad afectaron también a la propaganda y la manera de realizar afiches, que se estableció como un arte en sí mismo y se convirtió en un indispensable medio de difusión política.



VKHUTEMAS (Talleres Técnicos y Artísticos del Estado): “Moscú Roja, corazón de la Revolución Mundial”, 1921.

<sup>1</sup> ANÓNIMO: *Istori stranii v plakate* [Historia nacional en afiches]. Moscú, Panorama, 1991. Selección de quince afiches rusos y soviéticos de 1914 a 1924. Sin paginación.

La importancia de los afiches en la Europa “comunista” tuvo un estatus cultural y político decisivo que era muy lejano a lo que podía tener en las democracias occidentales. En sus orígenes fue un arma en la lucha social por la emancipación humana, promoviendo los ideales socialistas en aniversarios y festivales y, más tarde, fue un medio de expresión artística independiente de las presiones comerciales del mercado.

Los afiches, en un principio, aseguraron y reforzaron las políticas del Estado pues eran un importante medio de propaganda política y, al estar libres de consideraciones comerciales, jugaron un decisivo papel en las ceremonias y rituales del régimen, pero su lugar se desplazó posteriormente y pasó a ser de una herramienta de agitación temporaria a la de un objeto de exhibición.



D. Moor: *Proletarios de todos los países, ¡uníos!*, Moscú, 1919.<sup>2</sup>

Durante la Guerra Civil (1917-22) los afiches eran muy simples y directos, sintetizando los peligros que amenazaban a la Revolución y mostrando el entusiasmo de los artistas. Trenes y barcos *Agit-prop* (de agitación y propaganda) fueron a los lugares más distantes del país y al frente mismo de la guerra, con gigantescos y “monumentales” afiches, diseñados para varias funciones: “proveer información y dar las primeras lecciones en

---

<sup>2</sup> Pueden verse algunos de estos afiches en: <http://www.iisg.nl/exhibitions/chairman/sovintro.php>, <http://www.socrates.berkeley.edu/~vbonnell/posters.htm>, [www.columbia.edu/itc/sipa/U8150/shatter/75.html](http://www.columbia.edu/itc/sipa/U8150/shatter/75.html).

cómo apreciar el arte”<sup>3</sup>, empleándose formas de expresión tanto narrativas como alegóricas. El afamado “poeta de la Revolución”, Vladimir Mayakovsky (1893-1930), fue un gran artista que también diseñó afiches como el siguiente que muestra a un terrateniente atravesado por las bayonetas de dos figuras rojas:



V. Mayakovsky: “No permitamos que los terratenientes gobiernen a los trabajadores”, Moscú c.1920.

Además de reorganizar la economía y luchar en la Guerra Civil, en los primeros años de la Revolución se realizaron enormes esfuerzos para elevar el nivel de alfabetización y cultural de las masas, una necesidad vital en una sociedad atrasada como la rusa. En este sentido se organizaron extensivas campañas para combatir el analfabetismo y los afiches callejeros jugaron un papel vital en esta enorme tarea. El siguiente afiche utiliza el clásico símbolo del caballo alado, Pegaso, como distribuidor del conocimiento y en el texto del libro está escrito: “Proletarios de todos los países...”.

---

<sup>3</sup> GUERMAN, Mikhail (comp.): *Art of the October Revolution*. New York: Harry N. Abrahms, 1979. Página 22. Libro preparado bajo la supervisión de la editorial Aurora de Leningrado, con un texto escrito por uno de los principales historiadores de arte de la URSS.



GOSIZDAT<sup>4</sup>: “El alfabetismo es el camino hacia el comunismo”, Moscú 1920.

Con el afianzamiento de José Stalin (1879-1953) en el poder a fines de la década de 1920 se aplastó toda libertad artística y se terminó con el brillante arte revolucionario.

### **Realismo socialista**

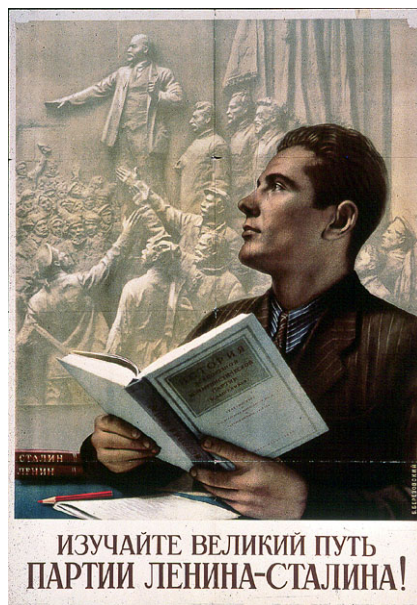
El discurso predominante era ahora el “realismo socialista” establecido oficialmente bajo los auspicios de Andrei Zhdanov (1896-1948), Secretario del Comité Central del Partido Comunista de la Unión Soviética, en el primer congreso de escritores soviéticos en 1934. Se trata del “método básico” del arte y la literatura, que deben ser la verdadera y concreta representación histórica de la realidad en su desarrollo revolucionario y deben también asistir con la reformulación ideológica y la educación de los escritores en el espíritu del socialismo<sup>5</sup>. En otras palabras, el realismo socialista implicaba que todo el arte estaba constreñido a basarse en la filosofía marxista-leninista.

El afiche político debía propagar el “realismo socialista”, esto es, la ideología tal cual era proclamada y definida por el Partido. El diseñador de afiches era un maestro y un filósofo, popular pero no comercial, ingeniero de la lucha y el progreso histórico,

<sup>4</sup> *Gosizdat*: acrónimo oficial de “Empresa Editora del Estado” en ruso.

<sup>5</sup> PAXTON, John (1983): *Companion to Russian History*. New York: Facts on File. Página 371.

totalmente identificado con el Partido. Lo más importante de su misión no era mostrar lo “típico”, la gente tal cual era, sino cómo sería bajo el socialismo: educada, culturalmente desarrollada e ideológicamente consciente.



Boris Berezovskii: “¡Estudia la gran senda del Partido de Lenin-Stalin!”, Moscú 1951.

Es la época de los afiches de lucha ideológica que ayudaron a establecer el marco discursivo del marxismo-leninismo y la revolución, desde la perspectiva estalinista, como los únicos modelos válidos de cambio social. Como sistema discursivo operaba a través de prácticas institucionales como la censura y, normativamente, a través del discurso del realismo socialista y las políticas culturales y educativas del Estado. El significado histórico del afiche político soviético no está en su valor estético sino en el hecho de que reproduce la narrativa oficial sobre la cual el Estado reclama su legitimidad, insinuando conceptos teóricos en el discurso y la vida cotidiana.

El discurso público, entonces, estaba atado a las estructuras del poder y los diseñadores oficiales del afiche político respondían a las necesidades de los dirigentes, realizándose para instituciones oficiales de todo tipo. Se tomaban eslóganes de los discursos oficiales y de los escritos de Marx, Lenin, Stalin y otros teóricos. Las reglas de juego eran bien conocidas y todos los afiches pasaban por varias instancias de un ciclo hermético de control y aprobación/censura del Partido antes de llegar a los ojos del público.

Las afirmaciones generales fueron transformadas en eslóganes y directivas para la acción; un eslogan típico puede haberse tomado de la Constitución de la URSS: “el trabajo del Partido, el objetivo de nuestra vida, el bienestar de la nación, la fuerza de nuestra patria”, y se trata de oraciones que, al no tener verbo, carecen de un significado real y son incontrovertibles. Se convierten en eslóganes ritualizados con cualidades mágicas, presentando como real a lo que es deseado, al deber ser como ser y no existe el espacio para la negación o la crítica.

Bajo la dictadura estalinista hubo un gran cambio en la propaganda política de los afiches: de una forma artística revolucionaria, experimental y explosiva se pasó a un arte petrificado, estéril y vacío de contenido socialista real, con un importante énfasis en el culto a la personalidad. Comienza a aparecer una imagen deificada de Vladimir Ilich Uliánov, Lenin (1870-1924), que fue utilizada para promover a su “heredero natural”, Stalin, el “gran líder”.



G. M. Shegal: *Líder, Maestro, Amigo*. Moscú, 1937

Hubo temas y preocupaciones dominantes en la retórica estalinista, desde el gran líder hasta el futuro socialista, mostrando una realidad que ocultaba más que revelar las condiciones realmente existentes, pero a medida que la invocación de un futuro maravilloso

fue perdiendo significado y haciéndose cada vez más vacío de contenido, junto con una generación que no había conocido otro sistema, el afiche político oficial se convirtió en un eslogan político de retórica vacía.

### **Europa Central y Oriental (ECO)**

Al finalizar la Segunda Guerra Mundial y con la dominación soviética de los países de Europa Central y Oriental (ECO), el afiche político se había convertido en una expresión estética de los regímenes autodenominados “socialistas”, legislada, monitoreada y controlada por la ideología marxista-leninista de acuerdo a las directivas del Partido Comunista de la Unión Soviética (PCUS). En la tentativa de establecer la primacía de la política y el Estado por encima de la economía y el mercado, los afiches mostraron las necesidades industriales y militares como una utopía tecnológica que controlaría el futuro con visiones de importantes logros en áreas tales como ferrocarriles, electricidad, plantas industriales y granjas colectivas, siempre copiando mecánicamente al modelo soviético.



Jenő Molnár : “¡Construimos el ferrocarril socialista con el modelo y ejemplo soviético!”, Budapest 1956.

En los “socialismos realmente existentes” el afiche político estaba diseñado para dar una forma visual al nuevo modelo social y político, otorgando un campo para que los regímenes se describan a sí mismos ante la población, repitiendo eslóganes y exhortando a la población a cumplir con las políticas gubernamentales. Eran parte de una retórica visual



y verbal auspiciada por el Estado, un discurso legitimante que mostraba el futuro comunista con sus líderes, el nuevo hombre socialista y los enemigos internos y externos, todos medios de mantener la influencia ideológica sobre las poblaciones “liberadas” y sometidas por la Unión Soviética.

Después de la Segunda Guerra Mundial la infraestructura de la región estaba tan dañada que las comunicaciones eran prácticamente inexistentes, de ahí que el afiche político se convirtiese en un importante medio de comunicación. Como medio masivo era la herramienta perfecta para la diseminación de la propaganda del partido de masas, y los afiches se distribuían en todos lados: fábricas, oficinas, clubes, las calles, con lo cual se intentaba informar a la población de la naturaleza de la dictadura del proletariado y para moldear conductas, actitudes y gustos de los trabajadores en representaciones que también marcaban físicamente el espacio público.



Aleksei Sitaro: "Hacia una próspera vida cultural",  
Moscu 1934.

Los afiches eran un arma más en la batalla para la construcción del socialismo en la lucha de clases y de liberación nacional en contra del imperialismo, “una crónica en imágenes de los momentos más significativos de la lucha del pueblo, de las fuerzas sociales progresistas por alcanzar los ideales de justicia social, de libertad e independencia nacional” tal como lo describe un libro sobre la gráfica militante rumana, para el cual el afiche político burgués sólo describe “al mundo de lo feo, de la descomposición social y

moral” mientras que los afiches comunistas “oponen la belleza de las realizaciones de hoy” y “las ideas victoriosas del socialismo”<sup>6</sup>.



György Pál: “Por la paz, ¡por el futuro de nuestros hijos!”, Budapest c. 1950.

La búsqueda en el desarrollo de un discurso separado del Partido y el Estado fue parte de un proceso continuo en la región, especialmente después de la muerte de Stalin, y los diseñadores comenzaron a desarrollar las tradiciones nacionales anteriores a la guerra y a observar el diseño gráfico internacional contemporáneo de Occidente. Algunas estrategias estilísticas crearon ciertos grados de ambigüedad en los mensajes políticos y en la interpretación de los afiches que tuvieron implicancias a largo plazo en los regímenes de Europa Central y Oriental.

Esta región tenía una gran diversidad cultural y demostró el impacto limitado de las directivas culturales emanadas de la Unión Soviética, surgiendo poco a poco la competencia de afiches no oficiales que se convertirían en armas de crítica y resistencia. Los *graffitti* dibujados en las calles durante el levantamiento húngaro de 1956, la Primavera de Praga de 1968, Solidaridad y los polacos en 1981 y los cambios de 1989 ilustraron este proceso de manera vívida, dando el espacio para una crítica de la retórica de dominación soviética.

El afiche político no oficial como expresión individual o como desafío a la retórica oficial correspondió al desarrollo de una esfera de oposición política. El liderazgo estético

---

<sup>6</sup> PERAHIM, Jules *et al.*: *La gráfica militante rumana*. Bucarest: Meridiane, 1963. Páginas 5 a 8.

se alejó del centro, Moscú, y pasó a la periferia de la esfera soviética de influencia después de 1985: Polonia, Checoslovaquia, Hungría, Yugoslavia, retornando eventualmente a Moscú y Leningrado a través de Ucrania y los Estados Bálticos con lo que se conocieron como los “afiches de la *perestroika*”.

El problema era que la retórica oficial era insostenible: la dictadura del proletariado (en realidad del Partido) era un medio de democratización; el poder del Estado debía reforzarse para que pueda desaparecer; ya no había clases sociales pero había que intensificar la lucha de clases; las tropas soviéticas estacionadas en los respectivos países eran un mecanismo de autodeterminación; la represión era una de las condiciones de la libertad; el privilegio una necesidad para la igualdad; las demandas humanistas del marxismo-leninismo eran la justificación de abusos de los derechos humanos.

El estancamiento y la declinación del bloque soviético hicieron posible el surgimiento de opositores y disidentes que intentaban resolver el doble estándar institucionalizado que producían estas contradicciones. El socialismo con rostro humano, el socialismo democrático, Carta 77, Solidaridad, los movimientos de reforma y la *glasnost* y *perestroika* en los países de ECO se expresaron en afiches políticos que, en muchos casos, recurrieron a la parodia y lo grotesco para realizar una crítica visual de la espuria lógica del materialismo dialéctico estalinista.

## **El deshielo**

Hacia fines de la década de 1960 el afiche comienza a perder su omnisciencia debido a la aparición y masificación de los diarios, las revistas, el cine, la radio y la televisión. Ya no se utilizaban coches con altavoces y los afiches políticos fueron perdiendo la importancia que tuvieron en la posguerra y en la década de 1950, cuando podía vérselos en todas partes. Es en esta época que comienzan a aparecer en ECO los diseñadores que produjeron afiches únicos, artísticos y críticos, en pequeñas ediciones para organizaciones culturales involucradas con el cine, el teatro y la cultura juvenil. La existencia de este nuevo campo, los sindicatos independientes, las campañas de derechos humanos por parte de disidentes y la cultura juvenil urbana, entre otros, desafiaron la ideología del Estado.

Surge ahora el afiche artístico, implícitamente subversivo, producido por artistas en los márgenes del sistema, autoexiliados de la sociedad oficial. En el dogma soviético, la cultura se definía solamente en relación a los esfuerzos en la construcción del socialismo y

cualquier cosa que se percibía como un desafío al sistema era considerado como una amenaza al orden existente; la expresión libre de la influencia del Partido era vista como retrógrada y peligrosa. El fenómeno de la producción de afiches artísticos era un síntoma de los impulsos de democratización y, a la vez, decadencia del sistema.

Muchos artistas y diseñadores se quedaron dentro del sistema: algunos estaban realmente comprometidos con él, otros lo explotaban cínicamente y había quienes trabajaban de buena fe, pensando que se podían cambiar algunas cosas. Como bien lo ha señalado el disidente húngaro Miklós Haraszti<sup>7</sup>, los artistas tenían una posición privilegiada, auspiciados pero también controlados por el Estado.

Lo cierto en la mayoría de los países de ECO es que el Partido nunca fue capaz de establecer una verdadera hegemonía, muy pocos creían realmente en la retórica oficial del “socialismo” y el “progreso”. Los afiches ocultaban lo que Slavoj Žižek llamaba la ruptura de lo que yace en el corazón de lo real, son sólo parte de una fachada, incluso habiendo sido demistificada, por la cual la gente actúa como si creyera en ella y, así, se perpetúa el sistema: “somos perfectamente conscientes del interés particular detrás del universo ideológico, pero aún así no renunciamos a él”<sup>8</sup>.

Hacia mediados de la década de 1960 la política produjo un profundo aburrimiento y desdén en la gente. Czesław Miłosz<sup>9</sup> cuenta que en la Polonia estalinista, en donde la vida pública y la privada estaban divididas, se llegaba a una especie de esquizofrenia social en donde los valores dominantes se afirmaban automáticamente y el descontento era reprimido. En esta década el afiche político ya no servía como instrumento de propaganda política.

Los afiches artísticos cambiaron de un lenguaje unitario, fijo e inequívoco del imperativo del realismo socialista a un discurso polivalente, móvil y ambiguo. El afiche artístico tiene ahora existencia, si bien reducida, en las galerías de arte y en los museos en donde florecen de maneras impredecibles dando lugar a comunidades de resistencia al Estado y espacio físico a la oposición que se organiza.

---

<sup>7</sup> HARASZTI, Miklós: *The Velvet Prison. Artists under State Socialism*. Harmondsworth: Penguin, 1987. Página 19.

<sup>8</sup> ŽIZEK, Slavoj: *The Sublime Object of Ideology*. London: Verso, 1989. Página 29.

<sup>9</sup> MIŁOSZ, Czesław: *The Captive Mind*. Harmondsworth: Penguin, 1980. Página 15.

La autoridad se subvierte abiertamente a través de lo ridículo, la sátira y la revelación de las paradojas y contradicciones del sistema. La misma diferencia que había entre el *apparatchik*<sup>10</sup> y el disidente era entre el afiche político y el artístico. El campo de la producción de afiches se convierte en un campo de batalla entre los valores del realismo socialista y el pluralismo democrático incipiente, diferente del pluralismo comercial de la producción cultural occidental. En síntesis, el desafío a la autoridad estatal provino del desarrollo del afiche artístico como una práctica autónoma, independiente de las directivas partidarias.

### **La era Gorbachov de *glasnost* y *perestroika***

La autoridad política hubiese querido eliminar el desarrollo de una esfera pública que comenzaba a surgir en toda Europa Central y Oriental con protestas públicas organizadas por grupos étnicos, religiosos o activistas de los derechos humanos. A principios de la década de 1980 las actividades culturales independientes (obras de teatro, grupos de rock y jazz) comenzaron a estar fuera del control de las autoridades. El Estado ya no podía prevenir la acelerada alienación de los jóvenes y su identificación con formas comerciales y contraculturales occidentales ya que el atractivo de una cultura juvenil internacional hedonista, orientada al consumo y anti*Establishment* era muy fuerte.

Los temas de los afiches producidos por la cultura juvenil y los grupos musicales variaban sobre los tabúes de violar los emblemas oficiales, la burla abierta a los jóvenes comunistas y el trabajo heroico ocupando espacios culturales y geográficos alternativos. En Budapest, varias instituciones oficiales adoptaron estos estilos e iconografías e incluso a los mismos artistas. Lo importante de este fenómeno fue cómo el movimiento juvenil se movió en espacios nuevos colonizando, como apunta László Beke, “las entradas a las universidades, las escaleras de alojamientos estudiantiles, los pasajes subterráneos, las obras en construcción y los ascensores en los edificios de oficinas. No tienen miedo de pegar sus afiches encima de los oficiales”<sup>11</sup>.

---

<sup>10</sup> *Apparatchik*: término coloquial ruso que hace referencia a un funcionario del gobierno, sindicato o miembro del Partido.

<sup>11</sup> En BAKOS, Katalin *et al.*: *A változás jelei. Plakátok 1988-1990* [Los signos del cambio. Afiches 1988-1990]. Budapest: Magyar Nemzeti Galéria, 1990. Página 12.

Cuando en 1985 Mijail Gorbachov implementó las políticas de *glasnost* y *perestroika* intentó, en realidad, reformar al PCUS y tratar de que el bloque soviético se ponga a la par del desarrollo político, económico y social de Occidente. Surgen así los notables afiches de la *glasnost* y la *perestroika*, que iban en contra de la falsificación de la historia, el autoritarismo y la negación de los problemas sociales contemporáneos, críticos de la burocracia estatal, el estalinismo y los absurdos de la anterior retórica oficial. Ayudaron a crear un discurso crítico, abierto y público y contribuyeron, también, a formar el marco institucional, retórico e iconográfico de las futuras campañas políticas.

La *glasnost*, apertura o transparencia, implicaba que las cosas estén abiertas al escrutinio público y que haya una auténtica libertad de expresión, información y prensa; mientras que la *perestroika* proponía solucionar los problemas que revelaba la *glasnost*. Se buscaba una reestructuración, reforma y reorganización en la cual el socialismo “presente al mundo un modelo de existencia humana dignificada”<sup>12</sup>. Se quería rescatar a Lenin del estalinismo como puede verse en el siguiente afiche en el cual vemos a Mijail Gorbachov dirigiendo una orquesta con las obras completas de Lenin.



Alexander Faldón y Svetlana Faldita: ¡Bravo!, Moscú 1987.

Después de 1985 los afiches políticos en la URSS estuvieron mucho menos controlados por el Estado, pero incluso antes de 1985 no había un monolítico control de la producción de afiches en Hungría, que ya tenía un sistema más pluralista en lo que se conocía como el “socialismo a la *goulash*” o “la barraca más alegre del campo de concentración socialista”.

## El caso húngaro

<sup>12</sup> YEGOROV, ALEXANDER (1989): *The Posters of Glasnost and Perestroika*. Harmondsworth: Penguin.

El realismo socialista en Hungría (véanse los afiches de Molnár y Pál más arriba), o *szocreál*, arma ideológica del Estado en manos de la elite del partido dominante, “fue objeto de intenso odio y profundo desprecio tanto para la minoría progresista como para la mayoría silenciosa” desde sus inicios a fines de la década de 1940. Sus productos, “tanto desde un punto de vista ideológico como artístico, no eran más que *kitsch* propagandístico despreciable”<sup>13</sup>.

A fines de la década de 1970 hubo un gran ímpetu de producción de afiches caseros que provenían de grupos *underground* relacionados con conciertos de *rock*, *punk* y *new wave*. Los afiches se hacían con recursos limitados, hojas tamaño oficio, en blanco y negro, y con una iconografía muy radicalizada, incluso subversiva, pues se trataba de reproducir simbología de grupos y lugares “alternativos” con una muy eficiente distribución como mencionamos más arriba. Algunos de estos grupos apoyaban el trabajo de los disidentes y la oposición con eventos artísticos, panfletos, *samizdat*<sup>14</sup> y caricaturas.

El afiche político dejó de estar totalmente controlado por el Estado y comenzó a tener un pequeño pero significativo papel en el proceso histórico que comenzaba a perfilarse, subvirtiendo las iconografías partidarias y desafiando a las autoridades y a la pretendida pureza ideológica del realismo socialista.

Péter Pócs cuenta<sup>15</sup> que en la década de 1970 un artista gráfico no podía – legalmente- hacer imprimir sus propios afiches: necesitaba una solicitud de alguna institución y siempre encontraba a alguien que gustosamente le falsificaba el pedido, dándose la paradójica situación en la cual un diseño podía ser rechazado por un comité o aprobado por otro. Con el surgimiento de los afiches artísticos antes de 1985 se podían hacer interesantes afirmaciones políticas.

Uno de los ejemplos más interesantes fue el afiche de Pócs de 1983 para la película *Afortunado Daniel*, en el cual se muestra una trágica máscara con los colores de la bandera

---

<sup>13</sup> BEKE, László: “La extraña sobrevida del realismo socialista” en GYORGY, Péter y TURAI, Hedvig (eds.): *A művészet katonái: Sztálinizmus és kultúra* [Los soldados del arte: estalinismo y cultura]. Budapest: Corvina, 1992. Página 118.

<sup>14</sup> *Samizdat*: término acuñado por los disidentes soviéticos para el sistema de preparación y circulación de escritos, por lo general escritos con máquina de escribir para evitar la censura oficial. El fenómeno comenzó a fines de la década de 1950, pero la palabra surge a mediados de la siguiente década, como una parodia al acrónimo oficial *Goszdat* (Empresa Editora del Estado) y significa “auto-publicación”. Los materiales circulan clandestinamente en cadena: el original es copiado por colegas de confianza y redistribuido a otros que hacen más copias. Tanto el autor como quien lo distribuye pueden ser arrestados y encarcelados.

<sup>15</sup> PÓCS, Péter: *United Colors of Hung(a)ry*. Budapest: Poster V, 2000. Sin paginación.

húngara y con la boca como un agujero en el centro, que fue una práctica que se hizo durante la insurrección popular de 1956 para quitar el odiado escudo comunista. La Compañía Nacional de Cine Húngaro dudó en imprimir el afiche, aunque se hicieron y pegaron centenares de ejemplares en las calles de Budapest. Duraron unas pocas horas ya que fueron cubiertos por otro afiche similar sin el agujero en el medio y con los colores de la bandera francesa.



Por otro lado, con los afiches artísticos muchas áreas tales como los museos nacionales y las academias de arte fueron ideológicamente inmunes a la censura de la dictadura y el desarrollo de una actividad paralela modificó y socavó la cultura oficial. Estos espacios de la esfera pública alternativa estaban relativamente ocultos y sus protagonistas lograron estructuras para asegurar su existencia continuada como diseñadores, consolidando su posición en las instituciones existentes de exhibición.

En la segunda mitad de la década de 1980 se precipitó el proceso de liberalización en Hungría, y a fines de 1988 surgieron partidos políticos no comunistas como el Foro Democrático Húngaro (MDF, siglas en húngaro) y la Liga de Demócratas Jóvenes (FIDESZ), entre otros. Comenzaba el pluralismo político en Hungría y la apertura de la frontera con Austria (el comienzo del fin de la Cortina de Hierro) precipitó el colapso del Muro de Berlín en noviembre de 1989<sup>16</sup>. Estos inesperados hechos históricos y las elecciones que se aproximaban produjeron la multiplicación en la producción de afiches. Para László Beke, historiador cultural húngaro, “los mejores afiches partidarios en cuanto a

---

<sup>16</sup> Para una detallada descripción de este proceso véase VÁRNAGY, Tomás: “La autoliquidación del comunismo húngaro” en *Doxa. Cuadernos de Ciencias Sociales*. Año II, N° 7, otoño invierno 1992.



efectividad estético-comunicativa-política” fueron producidos por el MDF, SZDSZ y FIDESZ”<sup>17</sup>.

La potencia del mito de Lenin era tan fuerte en toda ECO que durante la invasión del Pacto de Varsovia a Checoslovaquia en 1968, hubo gráficos callejeros espontáneos en contra de la misma que mostraban a un Lenin triste y traicionado. Pero luego de la caída del Muro de Berlín, un retrato de Lenin en 1989 encargado por el FIDESZ, antes de las primeras elecciones libres después de décadas de régimen “socialista”, fue utilizado como una advertencia del pasado. Lo que se estrella en el rostro de Lenin es una naranja, siendo la “naranja húngara” un concepto irónico (también el nombre de una publicación satírica) utilizado por este partido juvenil en referencia al filme (prohibido durante años) *El testigo*<sup>18</sup>, en el cual se mostraba la ridícula pretensión del régimen estalinista de Rákosi de producir naranjas en un clima poco apto para ello.



ANÓNIMO: “Hacia atrás en el camino de Lenin”, Budapest 1989.

---

<sup>17</sup> En BAKOS, *op. cit.*, página 14.

<sup>18</sup> *El testigo* (A tanu), del director húngaro Péter Bacsó, fue filmada en 1969 y prohibida durante más de una década por su abierta crítica y feroz sátira del régimen estalinista de Mátyás Rákosi en Hungría, que se instaló en el poder a partir de 1948. Causó revuelo cuando se proyectó por primera vez en el Festival de Cannes en 1981 y se ha convertido en algo más que un clásico, en una película de culto, considerada como la mejor sátira política de todos los tiempos acerca de la incompetencia de los regímenes autodenominados “socialistas”.

Todo lo que hacía referencia al “socialismo”, “comunismo”, “izquierda” o “marxismo” era considerado una rémora del pasado estalinista, una estafa macabra que debía ser descartada como la basura, tal como se muestra en el siguiente afiche del MDF: “Gran limpieza nacional de primavera” en donde puede verse un tacho de basura con una estatuilla de Stalin, el Libro Rojo de Mao, una fotografía de Lenin, el diario del Partido, una pistola representando a la represión y otros elementos del pasado dictatorial en Hungría.



Béla Ábá: “Országos Tavaszi Nagytakarítást!”, Budapest 1989.

Los rusos tienen la costumbre de darse fuertes besos en ambas mejillas, tres veces, y a veces en los labios. A la famosa foto del líder soviético, Leonid Brezhnev, besando a su par de Alemania Oriental, Erich Honecker, el FIDESZ agregó otra de una joven pareja con el eslogan: “Sír vase elegir”.



Sandor Kállai: “Sírvasse elegir, Fidesz”,  
Budapest 1989.

En las elecciones del verano (boreal) de 1990 en Hungría, los partidos políticos no tenían dinero para hacer campaña en televisión y el MDF adoptó el famoso afiche de István Orosz, *Camaradas, ¡El fin!* (1989) que, para muchos, era demasiado caro y obsoleto en la edad de la televisión. Cabe destacar que el afiche está escrito en ruso, con caracteres cirílicos, lengua que los húngaros conocían pues tenían que estudiarla –de mala gana– obligatoriamente desde la instauración del estalinismo en ese país. El perfil es indudablemente ruso y hace referencia a las tropas estacionadas en Hungría. Este afiche se publicó en casi todos los diarios del mundo, incluso en Argentina, fue tapa de libros<sup>19</sup> y hasta se vende como postal en museos húngaros.



István Orosz: “Camaradas, ¡El fin!”,  
Budapest 1989.

Luego del inolvidable espectáculo –en el *annus mirabilis* (expresión de Agnes Heller) de 1989- de los países de Europa Central y Oriental que recuperan sus espacios simbólicos en el proceso de expulsión de los comunistas en el poder, es aún prematuro lamentarse por la desaparición del afiche político. Hasta la actualidad, los diseñadores continúan produciendo afiches políticamente comprometidos, en una zona de Europa que aún toma muy seriamente a la cultura pese al nuevo autoritarismo del mercado.

---

<sup>19</sup> Es ilustración de la cubierta del libro de Ivo BANAC (ed.): *Eastern Europe in Revolution*. Ithaca, N.Y.: Cornell University Press, 1992.

## Bibliografía

ANÓNIMO: *National History in Posters*. Moscú, Panorama, 1991. Selección de quince afiches rusos y soviéticos de 1914 a 1924.

BAKOS, Katalin *et al.*: *A változás jelei. Plakátok 1988-1990* [Los signos del cambio. Afiches 1988-1990]. Budapest: Magyar Nemzeti Galéria, 1990.

GUERMAN, Mikhail (comp.): *Art of the October Revolution*. New York: Harry N. Abrahms, 1979. Libro preparado bajo la supervisión de la editorial Aurora de Leningrado, con un texto escrito por uno de los principales historiadores de arte de la URSS.

GYORGY, Péter y TURAI, Hedvig (eds.): *A művészet katonái: Sztálinizmus és kultúra* [Los soldados del arte: estalinismo y cultura]. Budapest: Corvina, 1992.

HARASZTI, Miklós : *The Velvet Prison. Artists under State Socialism*. Harmondsworth: Penguin, 1987.

MILOSZ, Czeslaw: *The Captive Mind*. Harmondsworth: Penguin, 1980.

PAXTON, John: *Companion to Russian History*. New York: Facts on File, 1983.

PERAHIM, Jules *et al.*: *La gráfica militante rumana*. Bucarest: Meridiane, 1963.

PÓCS, Péter: *United Colors of Hung(a)ry*. Budapest: Poster´V, 2000.

VÁRNAGY, Tomás: “La autoliquidación del comunismo húngaro” en *Doxa. Cuadernos de Ciencias Sociales*. Año II, N° 7, otoño invierno 1992.

YEGOROV, ALEXANDER: *The Posters of Glasnost and Perestroika*. Harmondsworth: Penguin, 1989.

ZIZEK, Slavoj: *The Sublime Object of Ideology*. London: Verso, 1989.

SITIOS EN INTERNET vigentes en mayo 2007: <http://www.iisg.nl/exhibitions/chairman/sovintro.php>,  
<http://www.socrates.berkeley.edu/~vbonnell/posters.htm>,  
<http://www.columbia.edu/itc/sipa/U8150/shatter/75.html>

=====o0o=====