LOS CARTELES DEL DOMUND

1941-2015

Obras Misionales Pontificias

OMP

PPC

Dirección Editorial
Herminio Otero

Edición
Marta Domínguez

Diseño de cubierta e interior
Antonia Rivero

Maquetación
Eugenia Pannaría

Fotografías
OMP España

Elaboración
Anastasio Gil García, director nacional de OMP (Presentación)
Rafael Santos Barba (Introducción general; selección y edición de testimonios misioneros; comentarios a los carteles)
Ángel Bartolomé Muñoz de Luna (Estudio introductorio de aspectos gráficos y comunicativos)
Dora Elena Rivas Fernández (Contextualización histórica y eclesial)
Antonio Aunés Hernández (Archivo de imágenes).

© OMP España 2015
© PPC 2015
Parque empresarial Prado del Espino
Impresores, 2
28660 Boadilla del Monte (Madrid)
ppcedit@ppc-editorial.com
www.ppc-editorial.es

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra sin contar con la autorización de los titulares de su propiedad intelectual. La infracción de los derechos de difusión de la obra puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (art. 270 y ss. Código Penal). El Centro Español de Derechos Reprográficos vela por el respeto de los citados derechos.

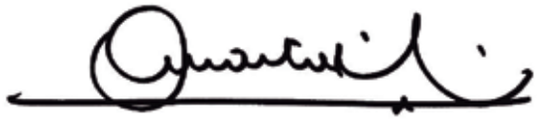
MIRADAS A LA MISIÓN

La celebración de la Jornada Mundial de las Misiones, el popular DOMUND, es ante todo una ocasión para contemplar con admiración la vida entregada, de servicio y ocultamiento, de tantos hombres y mujeres que han salido de nuestra tierra para amar "apasionadamente" al otro, porque han descubierto que en él se hace presente Jesucristo. Su testimonio ha hecho posible que muchos pasen de la admiración a la complicidad, compartiendo con ellos no pocas ilusiones y esperanzas.

El servicio de los misioneros y misioneras traspasa las fronteras y límites de los ámbitos eclesiales, e irrumpe de manera inopinada y de forma persuasiva aun en aquellos que hasta ese momento se solían situar con cierta indiferencia ante los problemas de los demás. Sucede con frecuencia que el testimonio de quien ha partido a la misión suele provocar una inicial implicación, que más tarde se trueca en compromiso misionero. Compromiso que va más allá de la cooperación económica –necesaria para atender las urgencias materiales–, hasta situarse en el hecho de compartir con el otro lo que uno es y tiene.

Obras Misionales Pontificias ofrece variados materiales y diversos recursos de comunicación para la animación y difusión de sus Jornadas misioneras, sirviéndose de las técnicas de cada época. Junto a las famosas huchas, recordadas con afecto por tantas personas, aparecieron a partir del año 1941 los carteles del DOMUND. Probablemente fueron de los primeros que los fieles contemplaban al entrar en la iglesia. A don Ángel Sagarmínaga, primer director de Obras Misionales Pontificias en España, se debe esta iniciativa, con *75* años de recorrido. Estos carteles no podían quedar encerrados en un archivo. Era necesario ponerlos al alcance de quienes los recuerdan con gratitud, y para conocimiento e información de nuevas generaciones. Han sido muy numerosas las peticiones solicitando que este "tesoro" pudiera ser contemplado por todos. Ahora, gracias al impulso de la editorial PPC y al trabajo de investigación realizado por Rafael Santos Barba, todo ese material gráfico, junto con valiosos testimonios misioneros contemporáneos de cada cartel y explicaciones del sentido de cada Jornada, podrá ser disfrutado y saboreado por los lectores de este libro.

Estos carteles, más allá de su mayor o menor valor artístico, fueron un verdadero revulsivo para sacerdotes, para religiosos y religiosas, y para el pueblo fiel. La imagen arropada por la palabra era una llamada a implicarse en la misión. "Ese cartel", decía una misionera, "fue la ocasión para que yo me planteara la vocación misionera… y desde entonces aquí estoy". Cada año tiene su propia singularidad, no solo en el lema, sino también en cuanto a la misma imagen. Quien se limite a observar como un mero espectador tal vez quedará defraudado; pero, para aquel que dé el paso a la contemplación, una ráfaga de sentimientos misioneros inundará su corazón.



Anastasio Gil García,
Director Nacional de Obras Misionales Pontificias

75 AÑOS EN IMÁGENES

Muchas veces los libros encierran significados y resonancias muy diferentes según la persona que se asome a sus páginas. Este es el caso del que ahora presentamos. Es más que probable que los aspectos de tipo emotivo, documental, histórico, estético, publicitario, eclesial y de fe se entremezclen en distintas dosis en el interior de quienes lo lean o, simplemente, lo hojeen por curiosidad. Pero esta obra tiene, además, un indiscutible carácter de celebración. Y no solo por lo que suponen 75 años de carteles del DOMUND en España (1941-2015), sino por todo lo que se esconde tras esas láminas que en tantas ocasiones hemos visto en iglesias, calles, vallas y marquesinas. Asomarnos a "lo que hay detrás" de esos carteles es la propuesta de este libro.

Pegada del cartel del DOMUND 1944. Foto publicada en *Catolicismo*, en octubre de ese año.

BREVE HISTORIA DE UNA JORNADA

Cuando en una conversación alguien menciona las Obras Misionales Pontificias o, en concreto, la Obra de la Propagación de la Fe, se encuentra casi invariablemente con la perplejidad de su interlocutor. Pero si, en ese momento, se aclara que se está hablando de los organizadores del DOMUND, el comentario viene a ser: "¡Ah, el DOMUND!", sin importar que quien dé esta réplica esté poco familiarizado con "las cosas de Iglesia". Esta situación –vivida frecuentemente por quienes nos movemos en el ámbito de la animación misionera– demuestra la popularidad del DOMUND, pero también invita a conocer mejor la institución eclesial que lo promueve.

La historia comienza cuando, en la Francia del siglo XIX, una laica, Paulina Jaricot, se convierte, como ella misma dice, en "la cerilla que enciende el fuego" de un nuevo modo de cooperación misionera: una manera sencilla y eficaz de articular, en forma de red, la recogida de ayudas para las misiones. En 1822 su procedimiento de organización es asumido por una nueva institución, que se propone dar apoyo no a unas misiones en concreto, sino a todas las misiones del mundo. Surge así la Obra de la Propagación de la Fe, fórmula sorprendente para "hacer visible" la catolicidad de la Iglesia: *todos,* conjuntamente, ayudando a *todas* las misiones, evitando particularismos, olvidos o preferencias. Una comunión expresada en un fondo universal de solidaridad que facilita el mutuo dar y recibir, de forma equitativa y en función de las necesidades.

La Obra fundada por Paulina Jaricot fue difundiéndose y probando el acierto de su planteamiento a lo largo de un siglo, hasta llegar a 1922. Ese año, el papa Pío XI, con el deseo de estimular la conciencia misionera de la Iglesia y atender mejor las inmensas necesidades de su acción evangelizadora, decide "hacer suya" y recomendar a todos, avalándola con el título de "Pontificia", esta iniciativa pionera, junto con otras dos Obras

en favor de las misiones: la de la Infancia Misionera (entonces "Santa Infancia", fundada en 1843) y la de San Pedro Apóstol (creada en 1889). Si sumamos a estas la Unión Misional (instituida en 1916 y merecedora del citado título en 1956), tendremos las cuatro Obras Misionales Pontificias, totalmente operativas en nuestros días.

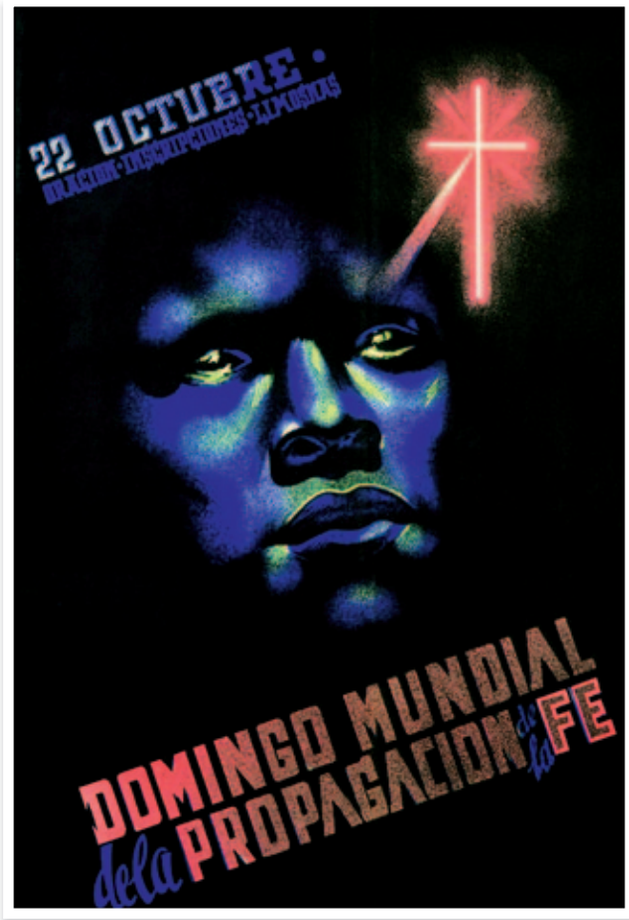
Entre otras diversas e importantísimas disposiciones de Pío XI en esta línea –no en balde pasó a la posteridad como "Papa de las Misiones"–, hay una aquí fundamental: en 1926, el Pontífice decide que, para difundir la Obra de la Propagación de la Fe y apoyar su labor, "se fije un domingo, determinadamente el penúltimo de octubre, como «Jornada de oraciones y propaganda misionera» en todo el mundo católico". Crear este tipo de jornada eclesial de carácter universal era algo nuevo y rompedor. Este "Día Misional", que será conocido como "Domingo Mundial de la Propagación de la Fe" y en España –según veremos enseguida– como DOMUND, llegará a nuestros días bajo la denominación de "Jornada Mundial de las Misiones".

UN NOMBRE CLAVE... Y MUCHAS CLAVES ANÓNIMAS

También en 1926 entra rotundamente en escena un personaje excepcional: el sacerdote vizcaíno Ángel Sagarmínaga, a quien, por su celo en el apostolado misional, la Santa Sede encarga dirigir la Obra de la Propagación de la Fe en España. Recién llegado a tal responsabilidad, su llamamiento a la celebración del primer "Día Misional" solo obtuvo eco, en forma de colecta, en las diócesis de Zamora y Santander. Él mismo se referirá posteriormente, con su gran sentido del humor, a las dificultades que suponía "estar siempre al pie del cañón", cuando "antes tenía que fabricar el cañón".

Sin detenerse ante escollos, con su sugestiva personalidad y sus innumerables viajes y charlas por todo el país, Sagarmínaga fue logrando atraer a muchos a la causa de las misiones. Don Ángel —como llegó a ser conocido por todos— desplegó sus dotes de organización y su trabajo incansable al servicio de la

Ángel Sagarmínaga, primer director en España de la Obra Misional fundada por Paulina Jaricot (arriba).



Diseños "alternativos" de los carteles para las Jornadas del DOMUND de 1943, 1944 y 1987.

animación misionera, con resultados asombrosos. Hasta 1968, cuando falleció en un accidente de tren, fueron más de cuarenta sus años al frente de las Obras Misionales Pontificias.

Ángel Sagarmínaga actuó con un equipo de grandes colaboradores, cuya creatividad resultó determinante para que el mensaje misionero calara no solo entre los católicos, sino en toda la sociedad. Por mucho tiempo el abanico de medios empleados en apoyo del DOMUND fue puntero para su época. Revistas, libros, huchas, películas, emisiones de radio, materiales "de campaña" y otros múltiples recursos demostraron su efectividad, comenzando por la idea de reducir la expresión "*Domingo Mundial de la Propagación de la Fe*" al acrónimo *DOMUND*, difundido a partir de 1943. Y desde algo antes, 1941, otro acierto: apoyar la convocatoria anual por medio de carteles.

La historia del DOMUND, obviamente, sigue hasta nuestros días, pero no cabe desarrollarla aquí. La labor de los posteriores directores nacionales, así como de los directores diocesanos, trabajadores y voluntarios de las Obras Misionales Pontificias de toda España, siguió dando frutos. Pero quizá lo más llamativo de esta Jornada sea la enorme participación popular en su preparación y desarrollo. Adultos y niños de toda condición sintieron muy pronto que el DOMUND era suyo y que podían contribuir a la buena marcha de su celebración. Este hecho, junto al citado despliegue de medios, contribuiría a hacer de esta una Jornada especial, "cercana" y muy bien acogida en una sociedad que, por otra parte, ha valorado siempre la entrega de sus misioneros.

EN LA MEMORIA COLECTIVA

Los carteles del DOMUND son, ante todo, un recurso de animación misionera: un modo de que la realidad de la misión, en sus múltiples

aspectos (de evangelización, testimonio cristiano, acción caritativa, promoción humana, etc.), "entre por los ojos" de quien se abra a contemplarla. Pero, al mismo tiempo, al ver hoy en conjunto y sucesivamente estas imágenes, grabadas en nuestra memoria colectiva, descubrimos aspectos nuevos y podemos aproximarnos a ellas realizando múltiples "lecturas". Así ha ocurrido cuando los carteles han sido objeto de exposiciones, como en Tarragona (2011), Madrid (2014) y Sevilla (2015).

Uno de los enfoques más interesantes es el que permite tomar los carteles como reflejo de la actualidad eclesial, histórica, social y misionera, y observar simultáneamente la evolución de aquellos y de esta. La presentación en orden cronológico facilita esta visión: cada doble página del libro nos situará en un año, desde 1941, y nos mostrará su cartel, junto con una explicación del sentido de la Jornada correspondiente. Es una breve contestación a la pregunta que muchas veces surge al contemplar cada imagen: "¿Por qué este año el DOMUND giró en torno a este tema?".

Esta contextualización quedaría incompleta si no remitiera a la realidad de la misión en el momento respectivo. Por eso, cada cartel viene apoyado por el testimonio de un misionero o misionera, casi siempre españoles, publicado en alguna de las revistas de Obras Misionales Pontificias en fechas próximas al DOMUND en cuestión –muchas veces, en el mismo mes de octubre–. Hay, sobre todo, textos procedentes de *Catolicismo* y de sus cabeceras sucesoras, *Pueblos del Tercer Mundo* y la actual *Misioneros Tercer Milenio;* también, de *Illuminare, Orate* y *Enfermos Misioneros*.

Elegir los textos –muchos de ellos, auténticamente emocionantes– dentro del citado criterio de cercanía a la Jornada puede haber dado lugar a presencias, ausencias y proporciones de representatividad caprichosas. Por eso, estos testimonios han de verse como ejemplos, entre tantos posibles, de todas las mujeres y hombres que han estado y están en la labor misionera, religiosas y religiosos de distintas congregaciones e institutos, sacerdotes o laicos. Aparecen también algunos textos de otras personas que no estuvieron físicamente "en" la misión, pero que realizaron un gran servicio a la misma desde la situación en que se encontraban.

Estos preliminares no pueden concluir sin el reconocimiento a los autores de todos estos carteles, cuyos nombres, en muchas ocasiones, ya no conocemos. Ante la imposibilidad de mencionarlos a todos, quede aquí para ellos el agradecimiento general por su trabajo y por todo el bien que este ha hecho y, aún hoy –como en este libro, como en cada nuevo DOMUND–, sigue haciendo.

Rafael Santos Barba, Edición y Biblioteca
de la Dirección Nacional de OMP

LOS CARTELES DEL DOMUND, FIELES A LA GRÁFICA DE SU TIEMPO

En 1932, Adolphe Jean-Marie Mouron, más conocido como Cassandre, escribía: "Es difícil determinar el lugar que corresponde al cartel en las artes pictóricas. Unos lo consideran una rama de la pintura, lo cual es erróneo; otros lo colocan entre las artes decorativas y, en mi opinión, están igualmente equivocados. El cartel no es ni pintura ni decorado teatral, sino algo diferente, aunque a menudo utiliza los medios que le ofrecen uno y otro".

Con estas palabras, Cassandre trataba de definir el estatuto del cartel, reivindicando para este medio de comunicación un lugar específico y por derecho propio en las artes. Pero además le atribuía un objetivo propio. Cassandre llegó a decir que "la pintura es un fin en sí misma. El cartel es solo un medio para un fin, un medio de comunicación entre el comerciante y el público, algo así como el telégrafo".

En menos de cincuenta años, el cartel —un medio de origen humilde y efímero— se había ganado ese lugar. Tras más de medio siglo de existencia, había logrado impactar y cautivar al público por la sencillez y por ser capaz de establecer un mensaje provocador de forma sintética.

El cartel constituye, sin duda alguna, un elemento de base en nuestra realidad. Desde el siglo XIX, podemos afirmar que la ciudad se decoró con elementos que mostraban una nueva forma de expresión artística, donde el cartel cumplía –por ser "un grito en la pared", tal y como lo denominaba Cassandre– una función eminentemente social.

Es fácil haber olvidado que, antes de que existieran la radio y la televisión, los carteles eran los instrumentos primordiales de la comunicación. No hace tanto, la mayoría de la población era iletrada, y los carteles –a través de sus imágenes– constituían uno de los medios más eficaces para llegar a todo el mundo. La evolución de la sociedad y de la cultura del ocio no ha hecho

El cartel del DOMUND 1972, en una versión pictórica ampliada, junto a la catedral de Sevilla.

más que potenciar este campo específico del diseño gráfico. A lo largo de los años hemos visto pasar modas, tendencias, experimentaciones y movimientos a través de los carteles, que no son más que un reflejo de una sociedad en continuo cambio y evolución. Además de esto, el artista busca con su producto no solamente cubrir unas necesidades comerciales, sino también elaborar un discurso intencionado, ya sea filosófico, social, político, etc.

El cartel, según McLuhan, constituye "una imagen colectiva en profundidad de la comunidad en acción". Y por esto, el cartel ha llegado a convertirse en la mejor expresión colectiva de nuestra época, debido fundamentalmente a

que podemos observar un tipo de manifestaciones que se suceden de manera constante al paso de los avances en la historia.

El cartel es una imagen fija, plana, generalmente coloreada, dedicada a un tema en concreto, acompañada de un texto, a menudo breve, que esgrime un argumento único. Así lo definen algunos autores, delimitando dos elementos: la imagen y el texto. A la primera le corresponde atraer la mirada del espectador, y al segundo, amplificar el mensaje, corrigiendo cualquier ambigüedad para garantizar una transmisión correcta del contenido. Sin embargo, el cartel es mucho más que imagen y texto, ya que ambos elementos constituyen un complejo sistema de signos que actúa junto a otros medios de comunicación como elemento conformador de la cultura moderna, inscribiéndose en lo que Enzensberger denominó la "industria elaboradora de conciencia". Su vocación es, por tanto, eminentemente comunicativa, pues siempre transmite mensajes destinados a persuadir o convencer a los perceptores. Ahí precisamente, radica su poder. Por ello, durante décadas ha sido el medio predilecto tanto de quienes, simplemente, querían posicionarse en el mercado y contemplaban al público como consumidor, como de aquellos que lo percibían como ciudadano y lo invitaban a la acción social.

Fuera informativo, publicitario, educativo o estético, la fuerza del cartel ha residido en la claridad; situado como un medio urbano, según dice Abraham Moles: "El cartel está en un lugar abierto, público; se nos ofrece gratuitamente; nos engloba en un espacio visual; nosotros lo vemos desde la misma perspectiva que otros viandantes: unas veces lo contemplamos distraídamente hasta la llegada del próximo metro, otras pasa delante de nosotros durante unos segundos y debe transmitirnos su mensaje y sus connotaciones en ese breve intervalo. Este mensaje debe ser precisado con claridad".

La colección de los carteles del DOMUND que aquí se presenta es deudora de la gráfica de su tiempo. Podemos ver carteles que son el reflejo de una gráfica comercial, fundamentalmente francesa, que señaló las líneas maestras de la gráfica cartelística a principios de 1900, y en la que, por la revolución del consumo, eran necesarios artistas que expusieran los productos en el mercado. Así lo hicieron artistas como Rodchenko, El Lissitzky, Moholy-Nagy, Kurt Schwitters o Fortunato Depero; y, asimismo, Paul Colin, Jean Carlu, Cassandre y Charles Loupot.

Son innegables, además, los paralelismos con que la gráfica de su momento marcó a los artistas que diseñaron los carteles del DOMUND; gráfica no solo comercial, sino, sobre todo, cinematográfica. Estos rasgos son muy llamativos en el cartel del DOMUND de 1970, si lo comparamos con el cartel de *Vértigo* de Saul Bass, en el que el artista se inspiró en una instalación arquitectónica compuesta por espirales formadas por segmentos de cristal; así recreó de forma magistral un concepto en forma de ilustración que reflejaba las espirales de vértigo de la propia película.

En esta muestra podremos observar desde carteles pictóricos (así, el de 1978) al más puro estilo del Push Pin Studios: Milton Glaser, Seymour Chwast, Edward Sorel y Reynold Ruffins; hasta un estilo Star System, como el de 1982, en el que encontramos al papa san Juan Pablo II en un primer plano, haciendo un llamamiento en una línea típicamente americana, como el "I want you for U.S. Army!", del famoso ilustrador James Montgomery Flagg.

Una evolución artística del cartel del DOMUND, en la que vemos un denominador común: la pasión por la misión de promover el espíritu misionero universal en el pueblo de Dios.

Ángel Bartolomé Muñoz de Luna,
Profesor de la Universidad
CEU San Pablo, Madrid

1941

TOTALIDAD

Se ha hablado más de diversas misiones
que de la Iglesia misionera;
más atención se ha pedido para los misioneros
que para el misionero.
Nos hemos preocupado más de pedir que de dar;
y hemos pedido al cristiano
lo que le sobra, lo que desprecia.

¡Qué pocas conferencias
a los ancianos desamparados, a los asilos pobres!
¡Cuán desmayados e ineficaces
los trabajos de propaganda misional
en los barrios necesitados!
¡Parece que vamos a quitar algo!
¿Cómo los fieles no habían de considerar
las misiones y su espíritu
como algo contrapuesto a sus intereses?

Busquemos socios, pidámosles su cooperación.
Pero su cooperación *integral*.
El hombre no es solo bolsillo que se abre.
Preocupémonos del hombre total,
penetremos en su vida, en su alma.

ÁNGEL SAGARMÍNAGA,
primer director de OMP en España
Illuminare, octubre 1941

En el primer cartel del DOMUND aparecen, a modo de lema, unas palabras del pasaje del Buen Pastor (Jn 10,16), de rica significación misionera. Don Ángel Sagarmínaga, al frente de las OMP en nuestro país de 1926 a 1968, marca el tono de la Jornada con un mensaje fundamental, el concepto de *penetración*: hay que llenarlo todo de espíritu misionero.
Conocido como "el hombre del DOMUND", él mismo puso todo de su parte para contribuir a la extensión de este ideal, como un gran alentador del amor a las misiones, siempre itinerante por toda España.

DOMINGO UNIVERSAL DE LA PROPAGACION DE LA FE
Y OIRAN MI VOZ...
19 DE OCTUBRE
ORACION. PROPAGANDA. INSCRIPCIONES
ALPE

1942

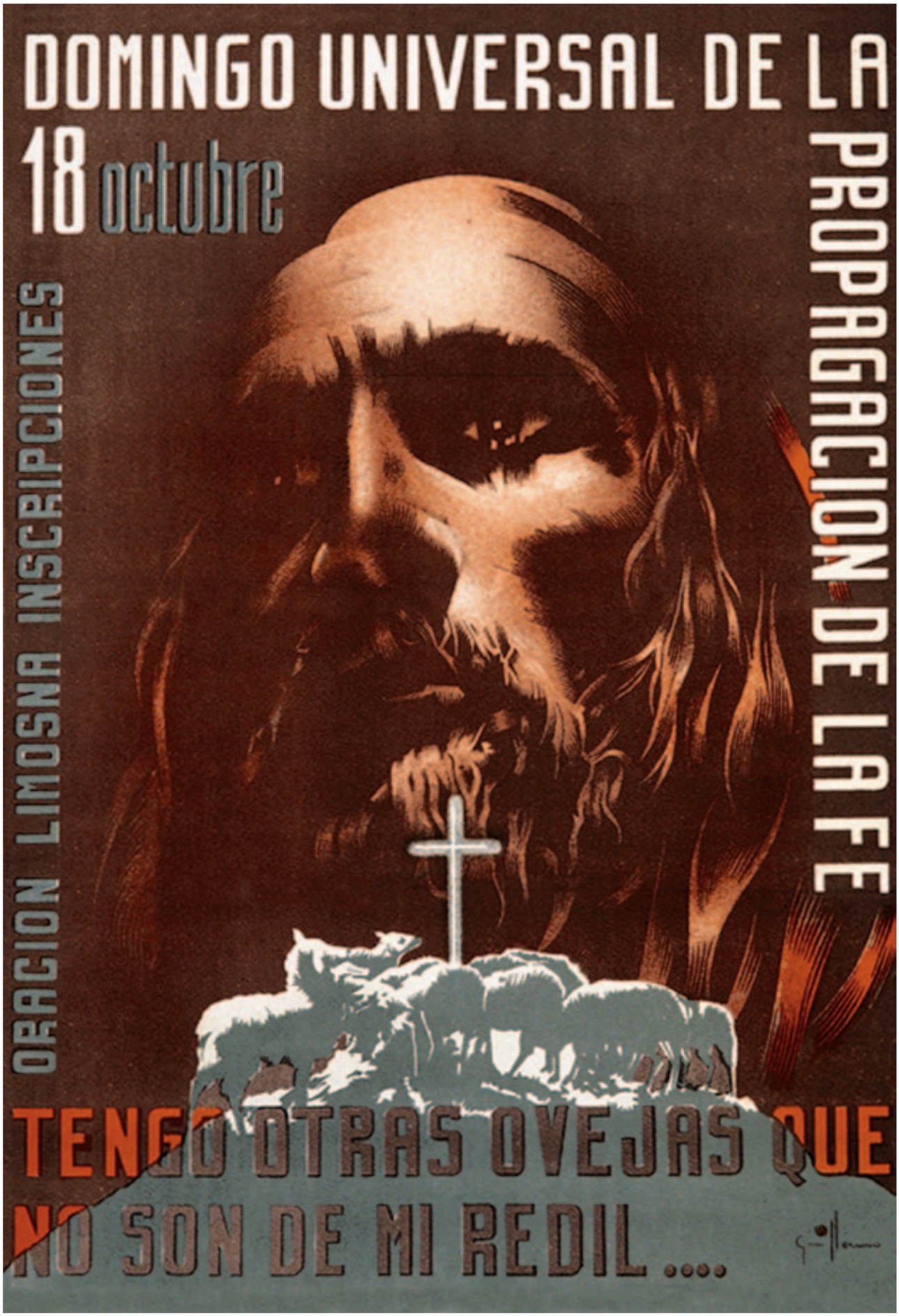
COMO A JESUCRISTO

Escuchad, hermanos,
la voz acongojada de los misioneros.
Uníos a sus angustias y a sus plegarias.
Sed, como siempre, generosos.
El Padre Santo, Vicario de Jesucristo,
hace un llamamiento a vuestro corazón
pidiendo oraciones
a fin de que sea restaurada la paz
en la justicia y en la caridad;
solicitando vocaciones y ayudas
para la dilatación del Reino de Dios
en todo el mundo.

Dad vuestra limosna a los misioneros
como se la daríais a Jesucristo mismo,
el cual nos hace escuchar
el gemido de su Corazón adorable:
"Tengo otras ovejas que no son de este redil,
y es necesario que aquellas
también sean traídas a mí,
y se forme un solo rebaño
y un solo Pastor".

MONS. CELSO CONSTANTINI,
secretario general de Propaganda Fide
Catolicismo, octubre 1942

Cuando aún no se había instaurado la tradición de que el Papa haga público un mensaje con motivo de la Jornada misionera de octubre, las exhortaciones a vivir con intensidad esta convocatoria venían de Propaganda Fide, la que hoy conocemos como Congregación para la Evangelización de los Pueblos. Así, el llamamiento de Mons. Constantini da el lema y el tema de 1942. Otras palabras del mismo versículo de san Juan que el año anterior (Jn 10,16) buscan sensibilizar a los católicos respecto a la necesidad del anuncio evangélico a quienes aún no conocen a Cristo.


DOMINGO UNIVERSAL DE LA
18 octubre
PROPAGACION DE LA FE
ORACION LIMOSNA INSCRIPCIONES
TENGO OTRAS OVEJAS QUE
NO SON DE MI REDIL ....

1943

EL TERRENO ESTÁ ABONADO

Acabo de volver del continente,
donde, como en años anteriores,
me he pasado cuatro meses largos
recorriendo parte de aquellas rancherías,
preparando la campaña misional de este año.

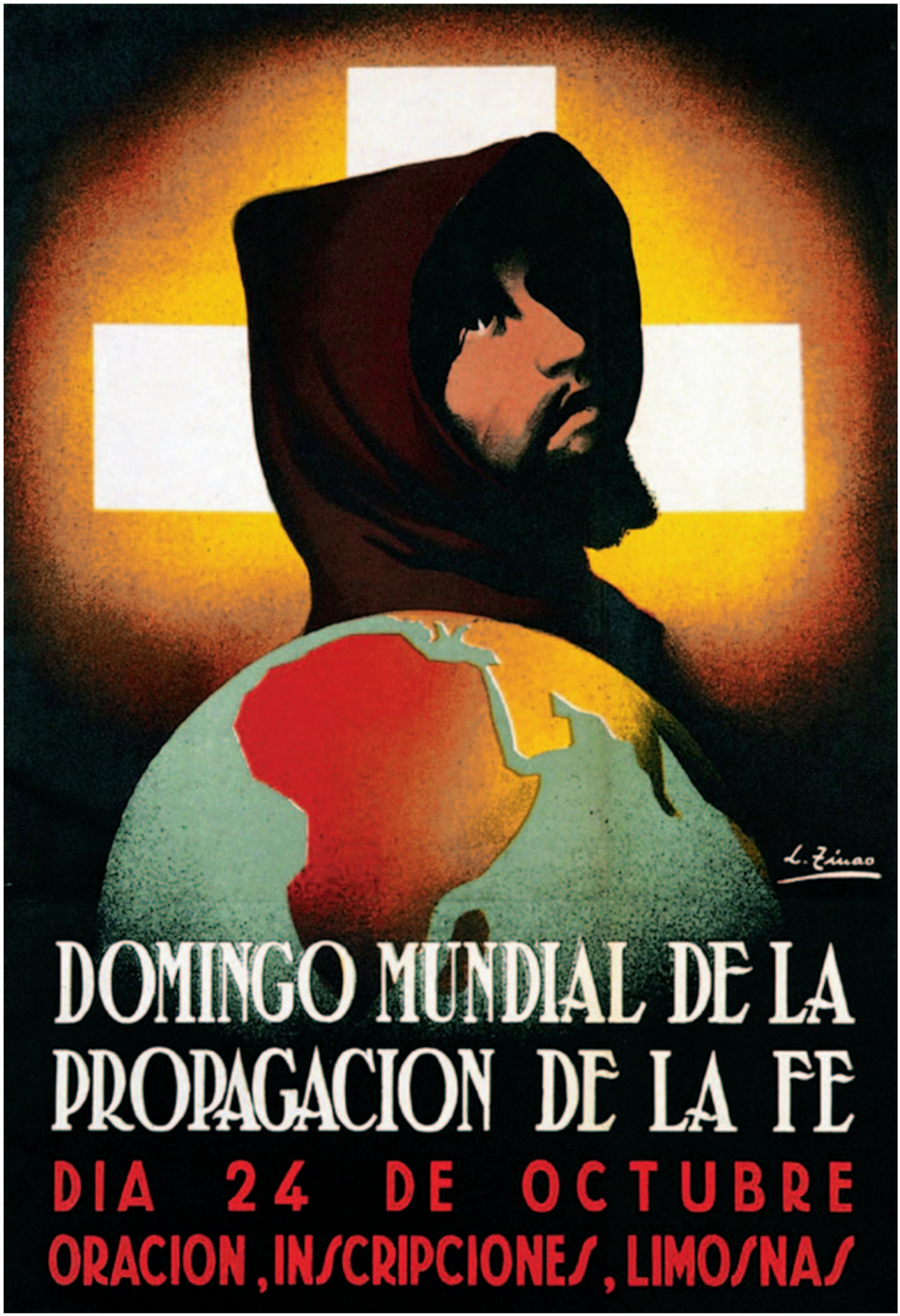
El terreno creo que está abonado,
y los que lo han de roturar
–los misioneros y los catequistas–,
empeñados en que la cosecha sea más nutrida
que la del año pasado. ¿Cuál será?

A todos hemos provisto de una libretita
para que vayan recorriendo pueblo tras pueblo
en busca de limosnas con que engrosar la suma
del Domingo Mundial de la Propagación de la Fe.

Yo mismo voy a salir al campo,
yéndome a los pueblos varios días
para ver si logramos remachar el clavo.
Y si no lo conseguimos,
no será por no trabajarlo ni prepararlo.

Mons. Leoncio Fernández, CMF,
vicario apostólico de Fernando Poo,
Guinea Ecuatorial
Catolicismo, octubre 1943

Aunque aún no se vea reflejado en este cartel ni en otro modelo "alternativo" del mismo año que también se conserva, en 1943 empieza a difundirse el acrónimo DOMUND (de DOmingo MUNDial...). En esta ocasión, D. Ángel Sagarmínaga presenta la Jornada como "el día de la caridad por excelencia. Día de darlo *todo* –la oración, la limosna, el propio sacrificio, la cooperación de nuestros trabajos–". En esa línea, en el cartel no existe un lema propiamente dicho, sino que se reflejan precisamente tres modos de colaborar con la Jornada y con sus objetivos.


L. Zinao
DOMINGO MUNDIAL DE LA
PROPAGACION DE LA FE
DIA 24 DE OCTUBRE
ORACION, INSCRIPCIONES, LIMOSNAS