

UNIVERSITAT POLITECNICA DE VALENCIA

Facultat de Belles Arts de Sant Carles
DEPARTAMENT DE DIBUIX

Funció plàstica de les lletres
en les publicacions periòdiques
il.lustrades espanyoles
dels anys '50.

Volum I

Tesi Doctoral

presentada per:
Ricard Huerta Ramon

Dirigida per:
Juan José Tornero Alvarez

València i Febrer de 1992

Ricard Huerta Ramon

**Funció plàstica de les lletres en
les publicacions periòdiques
il.lustrades espanyoles
dels anys '50**

*A Vicent,
mon pare.*

Al llarg de tot el temps que ha suposat enllestir i finalitzar la present investigació sempre han hagut persones i amics en els quals he tingut el gentil recolzament que m'ha encoratjat per superar i concloure feliçment el trajecte. És per això que ja formen part de tota una experiència compartida.

Vull agrair-los els suggeriments i també el seu estímulo a:

Isabel Guardiola, de l'**Hemeroteca Municipal de València**, que m'ha facilitat sempre la recerca de documents.

Les bibliotecàries de l'**Hemeroteca Municipal de Barcelona**, en reconeixement a la seua professionalitat i competència.

José Maria Moreno, del «**Servicio de Documentación Bibliográfica**» de la «**Biblioteca Nacional**», pel seu enginy.

Ricard Giralt-Miracle, exquisit professional i entranyable amic.

Carme Alomar, vídua d'Alexandre Cirici Pellicer, que va estar realment cordial amb aquells valencians que preguntaven sobre els anys '50.

Joan Fuster, que és un encant d'home i un intel·lectual de cap a peus.

Josep Maria Marca, per somriure tant.

Yolanda Ferrer Alvarez, companya de l'equip «**La Mona Gràfica**».

Antonio de la «**Impremta Navarro**» de Sagunt.

Donís Muñoz Borràs, de la productora «**Sonidos Graves Vídeo**».

José Manuel Guillén Ramón per haver portat el seguiment com a tutor.

I molt especialment a Juan José Tornero Alvarez, que ha tingut la paciència de dirigir-me aquest treball d'investigació.

«Fóra un bon tema d'estudi establir les connexions entre la història de la tipografia i la dels moviments culturals que li són contemporanis».

FUSTER, Joan. «Diari 1952»

«Qualsevol època d'ortodòxia opressiva, tant si prové del clero com dels comissaris, engendra rebels.»

RENAULT, Mary. «The Nature of Alexander»

«Lo setèn notable és aquest, ço és, que per millor direcció encara a dar a tots aquells qui ací estudiaran, e per tal que totes les matèries que volran ací veure tròpien prestament, vull tenir aquest estil, ço és, que cascun d'aquests llibres sia partit per capítols, e els capítols per parafs, e que en cascun paraf notable que toca diversa matèria respon una lletra llatina de l'abecedari, a la qual faça relació sa pròpia rúbri-ca posada en la taula que és en lo començament de cascun llibre».

EIXIMENIS, Francesc (1327-1409).

Cap. III del Primer llibre de «Lo Crestià»

(1983) A cura d'Albert Hauf. Ed. 62. Barcelona

«La nova cultura gràfica, per la seva necessitat d'ésser general, tendeix a apartar-se de la il.lustració de fets individuals, per assumir el caràcter més abstracte de tots: el simbòlic. Tot grafisme, de la pintura al cinema, de l'escultura a la publicitat, tendeix a ésser no una figura sinó un signe».

CIRICI PELLICER, Alexandre.

Article «Un temps plàstic», Serra d'Or maig 1958

«No hi ha res mal dit, si està ben comprès»

Vicent Huerta

Index

Prefaci.	7
I. Les constants culturals d'un temps de trencament:	
la dècada dels anys '50.	16
I.a. Una visió del panorama internacional.	17
I.b. El cas d'Espanya.	47
I.c. Actituds vitalistes dels grups d'intel.lectuals i/o artistes.	82
I.d. Corrents, novetats i personatges que activaran una profunda transformació dels models establerts.	106
II. Les lletres i el seu paper en el material imprès.	132
II.a. L'alfabet i la impremta. La premsa escrita. El periodisme.	133
II.b. El relat gràfic i el relat verbal. Connexions entre els diferents nivells de lectura.	169
II.c. La Tipografia i l'art de convertir el missatge en estètica d'una època.	204
II.d. L'aspecte formal i la incidència social dels models tipogràfics.	230
II.e. Classificació de les diferents actituds del text i les diverses estructures legibles en la composició de pàgina.	257
II.f. La lletra com a signe i la significació de la lletra.	281
III. L'art de commoure: la difusió i la permanent constatació de l'actualitat en les revistes il.lustrades.	305
III.a. Catàleg comentat d'algunes publicacions espanyoles de la dècada estudiada.	306
III.b. Organització de les publicacions per matèries: Revistes especialitzades. Noticiaris generals. Publicacions juvenils i infantils. Revistes de difusió cultural Edicions dels organismes públics. Informatius d'entitats privades.	346

III.c. La distribució i la difusió.	382
III.d. Els creadors i els creatius: dibuixants, maquetadors, tipògrafs i fotògrafs.	394
III.e. La publicitat. Aspectes gràfics, econòmics i socials dels anuncis.	425
III.f. Polifacètic i excepcional: Zen (Alexandre Cirici i Pellicer)	448
IV. Condicionants tècnics i novetats en el camp de la impremta.	472
IV.a. Implantació de l'offset, el paper couché, les noves tintes, el letraset, la fotocomposició.	473
IV.b. La lletra del segle: el model «Univers».	491
IV.c. Imbricació i trasbals d'influències entre els camps de l'art, la publicitat i les revistes il·lustrades. Economia i mercat: barems essencials de les possibilitats d'edició.	501
V. Conclusions i possibles aplicacions pedagògiques en una virtual actualització de la temàtica i els conceptes analitzats.	510
V.a. La vitalitat del material imprès en l'actual context de la imatge i la visió.	511
V.b. Repercussions didàctiques dels mitjans de comunicació impresos.	517
V.c. Conclusions.	530
V.d. Apèndix. Valors pedagògics del text i l'escriptura en la formació estètica dels alumnes de les Escoles Universitàries del Professorat d'E.G.B.	533
VI. Fitxes de revistes consultades.	542
VII. Taules.	579
-Bibliografia històrica.	580
-Bibliografia general	585

Prefaci.

Aquesta Tesi és una investigació que tracta sobre els aspectes estètics, estilístics i plàstics que genera la tipografia, el gest escrit i les composicions amb lletres impreses.

La documentació i recerca de dades realitzada per enllestir el treball s'ha centrat en un dels mitjans de comunicació de masses més popular: la revista il·lustrada.

El fet d'haver triat aquest material com a base de l'estudi està en funció de la capacitat que tenen les publicacions periòdiques per actualitzar constantment els valors dels testimoniatges gràfics. Així mateix, en les revistes s'apleguen i combinen de manera espontània per una banda els elements gràfics de caire icònic (fotografia, il·lustració) i per l'altra els de faïçó verbal (lletres, textos, marques, capçaleres).

La lletra configura un element significatiu de la cultura visual.

Les lletres, dibuixades, manuals i impreses, esdevenen un important paràmetre estilístic basat en la petjada gràfica.

L'estudi de la lletra (alfabetitzar-se) constitueix un dret humà, comú i general a totes les persones de les civilitzacions integrades en el món occidental. Aquesta capacitat d'identificar les formes de les lletres i associar-les amb un codi és assimilada des de la infantesa, en les primeres nocions de llegir i escriure que s'aprenen a l'escola.

L'indici genèric sobre el qual s'ha construït la nostra investigació rau en una intuïció que des d'un bell principi es va convertir en hipòtesi, i és aquesta: per a la nostra cultura actual, la dècada dels anys '50 resulta particularment providencial.

Hem centrat l'estudi i situat la recerca en la dècada dels anys '50 del nostre segle XX. Aquesta decisió s'argumenta en una sèrie de novetats que va aportar aquella realitat

històrica concreta, i que per a la impremta van resultar decisives.

Durant els anys '50 es generalitza l'ús de la tècnica de l'offset per reproduir i imprimir les revistes il·lustrades.

Pel que fa a la composició tipogràfica i del text imprès, des que Guttenberg va inventar la impremta res no havia revolucionat tant els procediments emprats per als textos com l'ús del «Letrasset», ja que suposava el final de la submissió als tipus mòbils. Amb la implantació de les plantilles adhesives i la reproducció en offset, les fundicions tipogràfiques perdran l'hegemonia, i donaran pas a una època de transformacions radicals, tècniques i estilístiques, que nosaltres analitzem des dels seus inicis.

Dins del camp de les innovacions tècniques, l'altre element destacat innovador és la fotocomposició, procediment que permet d'obtenir lletres o signes damunt de pel·lícula o paper fotogràfic.

Tot i haver tractat una qüestió específica i parcial (la lletra, el text) també s'ha de comptar amb els condicionants socials i culturals de l'època estudiada. Nosaltres hem centrat la present tesi en una època molt concreta de la història espanyola: la dècada dels anys '50.

Hem intentat no caure en la temptació de recórrer als models convencionals que ens intenten presentar una dècada opulenta. Aquesta no era precisament la situació a Espanya, ja que l'autarquia i la fam de la post-guerra havien desat una seqüela negativa tant moral com econòmica. És per això que els «Cadillac» i el «Rock-and-roll» es convertiran en «Biscúter» i «Machín» al nostre indret.

Als Estats Units d'Amèrica es vivia l'època daurada de les revistes il·lustrades («The Golden Age»). Una de les plasmacions importants que demostra la importància adquirida per les publicacions periòdiques il·lustrades als U.S.A. esdevé la creació de la figura

de l'Art Director, professional del disseny gràfic que assolí la condició de mite i esdevenia providencial per a l'estètica de l'opulència.

La societat industrialitzada avançada, que es caracteritza per una abundància real o potencial de béns, principalment de consum, com a conseqüència de la revolució tecnològica i de la situació monopolística del sistema capitalista, està retratada en aquelles publicacions periòdiques il·lustrades nord-americanes dels anys '50.

Mentrestant, a casa nostra hi havia les bones intencions dels qui van quedar després de la Guerra Civil. El discurs obstinat de la veu callada.

En el cas concret de l'Espanya franquista encara es vivia una penosa situació d'autarquia i pobresa general, la qual cosa dificultava les innovacions industrials i estilístiques. Tanmateix, veurem com l'enginy i el desig de comunicar corrents novedoses supliran en molts casos la mancança total de recursos tècnics.

Una de les nostres pretensions, que ja apuntem des del començament, consisteix en recuperar i reivindicar figures de l'art de la tipografia i de la gràfica en general que encara no han assolit el rang de consideració que mereixen. Homes que van configurar l'estètica nostrada en els camps de la gràfica i la publicitat. Figures de la talla d'*Enric Crous-Vidal, Joan Trochut Blanchard, Enric Miret i Ricard Giralt-Miracle*. Artistes que mereixen el nostre reconeixement i admiració.

Un tractament especial se li ret a la tasca com a dissenyador gràfic enllestida per *Alexandre Cirici Pellicer*. Aquest professor, crític, investigador, escriptor i home públic va desenvolupar un important paper innovador amb els seus anuncis. Fundador de gabinets publicitaris de gran repercussió (Zen, Pan) i introductor dels nous conceptes de mobiliari i decoració funcional, Cirici Pellicer influirà de manera decisiva en la construcció d'un model gràfic de tònica lliure.

L'organització dels diferents capítols segueix, en ordre invers, el títol de la Tesi.

Primerament repassem la situació mundial en la dècada elegida. En aquest sentit voldria apuntar que, a més dels convencionals textos històrics pertinents, a l'hora de procedir a l'estudi i coneixement d'aquesta època de la història recent m'ha estimulat la seducció que provoquen en mi les imatges de les pel·lícules i de les revistes d'aquells anys tan suggerents.

Després d'una visió del panorama internacional, estudiem la situació particular d'Espanya.

Per documentar tot aquest repàs històric s'han utilitzat una estimable quantitat d'il·lustracions. Aquest material, procedent de les revistes de l'època, ens servirà per introduir-nos en la funció estètica dominant de la pàgina impresa.

Per al conjunt de la Tesi resulta primordial l'ús de les reproduccions, ja que aporten la informació que justifica la nostra intenció. D'aquesta manera ens aproximem també a l'aspecte que presenten les revistes, atractives propostes gràfiques repletes d'il·lustracions.

Pretenem demostrar que la lletra i el text, com a elements plàstics, generen situacions artístiques tan vàlides com les que originen les figures més convencionals i tradicionals de l'estament icònic, pictòric i gràfic.

Les il·lustracions serviran així mateix per descriure amb imatges els tipus de lletra dels quals parlarem, sense necessitat d'insistir en una descripció verbal.

Les lletres i la composició de textos esdevenen elements gràfics de primer ordre en la configuració visual de les pàgines de les publicacions impreses.

La lletra adquireix la funció de frontissa. Una espècie de xarnera entre la

representació d'un so (fonema/grafema) i el paper d'element d'essència decorativa.

El present estudi no aspira a convertir-se en un tractament actualitzat del material imprès amb exclusives pretensions d'estructura semiòtica.

Aportarem una visió de l'estètica del text imprès i les característiques visuals generades per una època concreta, basant-nos en els documents gràfics editats per a les masses de consumidors.

Una primera intenció va consistir en recopilar i arxivar una sèrie de dades, per poder així analitzar la bibliografia i hemerografia de tot allò que es va editar a l'Espanya dels anys intermedis de l'actual segle XX.

Tot i aportar un catàleg de publicacions amb més de 500 títols (matèria del capítol VI), el present estudi no es queda en un arxiu referencial, sinó que constituirà una anàlisi dels factors estilístics que propicia un entorn històric i social.

En el tema de la relació lletra-figura i la seua capacitat per determinar situacions, s'ha desenvolupat una anàlisi semiològica del material, després de documentar-nos i organitzar la recerca, catalogació, observació i reflexió a partir de les publicacions més insòlites.

La nostra pretensió consisteix en transformar una convenció tradicional i que considerem caduca. Això és: no podem acceptar la creença i l'obstinació generalitzada existent, degut a la qual s'ha vist des de sempre en el text imprès un missatge exclusivament verbal, més o menys ornamentat, sense comptar amb una tradició gràfica que configura les nostres capacitats i modalitats de percepció.

Pensem que aquest comportament per estudiar l'estètica i la resta de les funcions del text en el material imprès s'haurà de superar.

Davant l'evidència que constata la permanent actualitat dels signes de l'alfabet (un idioma visual internacional, per damunt de les llengües i les diferències o particularitats culturals), resultaria convenient inaugurar una reflexió al voltant del missatge gràfic, un llenguatge que porta implícit cadascun dels símbols que representen el conjunt de les lletres de l'abecedari.

La decisió d'agafar com a material d'estudi les revistes il·lustrades parteix d'un posicionament personal d'acord amb els signes del nostre temps, de l'època actual. També convé dir que en la meua formació s'han barrejat contínuament els móns del gravat, de les imatges impreses i de les lletres. En aqueix sentit, la relació més evident amb els paranys culturals i de la comunicació del nostre temps vindrà determinada per un nexa evident entre l'activitat industrial i l'experiència artística: la revista il·lustrada.

Les publicacions periòdiques esdevenen importants detectors de les modes, obligades com estan a actualitzar constantment llur component gràfica en la presentació del producte.

Les imatges impreses són una realitat en contínua transformació pel que fa a l'aspecte extern. Tanmateix, la base i estructura d'aquest «artefacte comunicatiu» (denominació donada per *Giovanni Anceschi*) no admet grans canvis, ja que substancialment està basada en paràmetres d'acceptació popular, i cal conservar la línia del model dins d'uns marges específics.

Les dimensions i els aspectes tècnics d'impressió de la revista podien semblar aspectes secundaris a tractar, però en el nostre cas serà tan interessant com parlar dels personatges que hi apareixen fotografiats, o bé de la temàtica que desenvolupa cada revista.

Sense prejudicis apriorístics, i partint de supòsits ja assimilats per tots els estaments socials i pels estudiosos del comportament, la matèria estètica i de percepció que analitzarem (la lletra com a signe gràfic) pot considerar-se perfectament «un fet artístic de dimensió social».

La reflexió d'aquesta Tesi doctoral delimita, a més dels aspectes estètics i/o artístics, una cobertura social en la qual intervenen els mitjans de comunicació de masses, i per tant les tradicionals separacions entre «Art» -amb majúscula-, «arts i oficis» o «arts decoratives» no disposa d'una base ferma per mantindre's.

Les lletres de l'alfabet, formes identificables a distints nivells de la percepció visual, ocupen un marge intermedi entre la mera referència verbal i la imatge visual repleta de connotacions. Aquest àmbit, frontera de la plàstica i la lingüística (sensacions vs. pensament), serà el terreny que ocuparem mentre estudiem i identifiquem tots els documents replegats durant el període de recerca de material per a la tesi.

Podem apuntar d'entrada algunes de les més evidents possibilitats comunicatives que representen les lletres:

* Els models de les lletres són una expressió artística personal d'aquell creatiu que les ha dissenyades.

* Les lletres ens poden transmetre, de manera idònia, una època i una cultura determinades, convertint-se en signes identificables immediatament.

* En el gest de cada símbol trobarem un gran nombre de característiques i referències directes.

* Les lletres ocupen sovint el camp topogràfic que la fotografia i el dibuix no completen amb els seus respectius missatges.

* La lletra pot arribar a transformar i anular en molts casos el paper de la imatge figurativa i/o no figurativa.

* En el cas específic de la publicitat, el text s'erigeix en atribut gràfic necessari per servir d'enllaç entre el producte ofertat i el públic que l'haurà d'identificar visual i oralment.

* El paper compositiu dels tipus de lletra ens pot ajudar a comprendre en molts casos els canvis socials, les actituds i el comportament de les masses.

Com que el nostre estudi de camp està centrat en un medi de difusió massiva que es publica periòdicament i que utilitza les arts gràfiques per reproduir la imatge i el text (les revistes il.lustrades), haurem de recórrer a nombrosos exemples gràfics per completar la informació.

És important conèixer els exemples de les il.lustracions, ja que reflexen perfectament l'actualització constant de les modes, la qual cosa obliga a refer continuament el material.

Les il.lustracions serviran per descriure amb imatges aquells tipus de lletra dels quals parlem, ja que la possibilitat de reproduir-los evita la necessitat d'insistir en una descripció verbal.

Altres medis massius de comunicació com la ràdio, el cinema i la televisió disposen del recurs sonor, i no obstant necessitaran emprar constantment les formes visuals de les lletres de l'alfabet. Ho podem comprovar en les capçaleres, rètols, publicitat, etc.

Les conclusions de la investigació han sigut enfocades cap a les aplicacions pedagògiques.

L'experiència docent i una línia d'investigació amb positius resultats ens animen a promoure una matèria universitària basada en l'estudi i coneixement de les possibilitats plàstiques del signe gràfic.

Entre les fonts de documentació, a banda dels originals de l'època, la bibliografia i d'altres proves escrites, cal destacar les entrevistes realitzades a Na *Carme Alomar* (vídua d'*Alexandre Cirici Pellicer*), En *Pasqual Quiles* (impressor), *Joan Fuster* (escriptor) i *Ricard Giralt-Miracle* (grafista), tots ells han aportat l'experiència viscuda en uns anys dels quals van ser protagonistes destacats.

I.

**Les constants culturals
d'un temps de trencament:
la dècada dels anys '50**

I.a.

Una visió del panorama internacional.

Amb la intenció d'introduir el present treball dins del marc històric pertinent, encetem la recerca mitjançant una crònica dels fets i les gents que marcaren, arreu del món, els ritmes i les conductes.

Per analitzar la situació mundial en una època de la història recent com són els anys '50, hem optat per recollir la informació basant-nos en un material d'ús quotidià molt enllaçat amb la nostra investigació: les revistes il·lustrades.

Considerem «història recent» els fets ocorreguts en un període que han viscut, i per tant experimentat com a observadors, bona part dels qui ara poden contar-ho. Val a dir que durant els anys compresos entre 1950 i 1959 van nàixer les generacions que actualment ostenten el poder polític i econòmic. Igualment les grans figures del món de la cultura i l'entreteniment són anteriors o coetànies d'aquesta dècada de trencament.

Elegir un material de caire popular per fer un repàs històric pot esdevenir un tant arriscat. No obstant, la visió que obtindrem dels fets i dels personatges latents en aquells moments serà molt més aproximada a la realitat -tal i com la podien observar els contemporanis- que no la dels estudis centrats en temàtiques específiques.

Seguint el refrany, que assumim, «en el terme mig està la virtut», no podem oblidar els autors que ens han deixat una allau d'obres més catalogables: literats, artistes, científics, humanistes en general. A la «Bibliografia Històrica» del present estudi trobareu una gran part d'aqueix material més identificat amb el criteri convencional.

Convençuts com estem de la parcialitat dels documents publicats en un règim dictatorial com ho era l'Espanya franquista, haurem de valorar molt positivament una publicació mínimament seriosa en els seus plantejaments. Ens referim al cas de la revista **Destino**.

Destino havia nascut a Burgos l'any 1937, de la mà d'un grup de catalans encapçalats per l'editor *Josep Vergés i Matas*. Una vegada consolidada la victòria de les tropes del general Franco sobre la totalitat del territori del conjunt de l'estat espanyol, les infraestructures i els mitjans de propaganda es van ubicar als grans nuclis de població. **Destino** es trasllada a Barcelona, que serà la seu d'aquest setmanari fins que va desaparèixer l'any 1980. Tot i tractar-se d'un portaveu del règim i de filiació eminentment catòlica, va evolucionar des de posicions ideològiques falangistes a una postura liberal i tímidament catalanista. El setmanari, escrit sempre en castellà, va exercir una certa influència sobre la burgesia catalana coetània. Cal assenyalar que del mateix grup emprenedor nasqué l'homònima **Edicions Destino**, amb un «Premi Nadal» (narrativa en castellà) existent des de 1944. Les edicions en català poden considerar-se prematures, tenint en compte el context polític, ja que daten del 1946, quan comença la col·lecció «El Dofí» d'assaig, història i biografies.

Intentarem, a partir del material imprès (les imatges escrites, dibuixades i fotografiades del **Destino**) realitzar un examen rigorós dels paranyos històrics. D'aquesta manera possibilitem la introducció de documents gràfics de primer ordre en el nostre repertori de recerca i exposició.

La vitalitat de les composicions de pàgina en l'esmentat setmanari seran un complement a la visió de l'època. Els models de lletra utilitzats constituiran un dels testimonis més evidents de la nostra tesi. Al **Destino** hi trobarem una curada presentació tipogràfica i una idea de conjunt pel que respecta a la identitat visual perceptible.

El panorama internacional, tal i com el van observar aquells espanyols de fa quaranta anys, distava molt de la minsa realitat que es palpava fora del territori nacional. El règim d'autarquia i pobresa general interior anava lligat al bloqueig de la comunitat internacional envers un govern que havia donat suport als perdedors de la Segona Guerra Mundial. Tot i no haver participat directament en el conflicte mundial, els espanyols arrossegaven la misèria que s'havia iniciat amb la Guerra fratricida que durà tres anys ben llargs (de 1936 a 1939). Les nafres socials no estaven, ni molt menys, sanades, i la pobresa abarcava qualsevol dels àmbits de la convivència i la realitat quotidianes. En aquest ambient desolat, i no massa propici a les temptatives culturals, trobem al **Destino** un exponent destacat de les iniciatives editorials.

Degut a les dificultats que comportava l'autarquia (escassetat de materials i falta de maquinària adequada), resulta sorprenent comprovar la relativament bona qualitat d'impressió i maquetació de l'esmentada revista. Les dimensions de la pàgina (285x385 mm) són considerables, i no obstant, pel fet d'anar grapada es pot fullejar amb comoditat.

Entre els redactors habituals de la revista podem destacar una llarga llista d'escriptors i intel·lectuals prestigiosos. *Josep Pla*, incansable viatjant i prolífic creador de textos, s'encarrega d'enviar des de tots els països que visita una crònica social i política de la situació. També *Tristán la Rosa* i *Sempronio* comentaven habitualment el context internacional. *Sebastià Gasch* i *Carles Soldevila* no es traslladen a l'estranger amb tanta assiduitat, però expliquen llur visió dels esdeveniments de casa estant. *Néstor Luján*, a més d'aportar cròniques, va exercir com a director de la publicació durant molts anys.

Un vent d'actualitat perenne recorre les pàgines d'aquesta revista, tot i tractar-se d'un document representatiu d'una dècada separada de nosaltres per trenta o quaranta anys. Però: Han sigut trenta anys de canvis?. La veritat és que sembla com si el temps s'hagués detingut.

Tot, bàsicament, segueix en el lloc en què ho va deixar aquesta dècada de trencament. Poden semblar exagerades, inicialment, asseveracions d'aquesta mena. Tanmateix, després d'haver profunditzat en els paràmetres que la determinen, la conclusió és que existeix una idea global de comportament molt semblant al de la societat actual. Passem seguidament a comprovar-ho.

Quan ens introduïm en la lectura de les cròniques polítiques d'àmbit internacional que apareixen al *Destino* ens sorprén la vigència de la temàtica d'algunes d'elles. Potser perquè partim d'una visió privilegiada, com a coneixedors del que passa actualment. Amb tot, és molta casualitat que *Josep Pla*, en un viatge a l'Irak, ja adverteix del perill que suposa el fet que una nació com aquesta no dispose d'eixida directa al mar. També assegura *Pla* que el gran error de la política nord-americana pel que respecta a l'Orient mitjà és que «no hi ha cap tipus de política»(!). A la mateixa crònica, *Pla* entreveu un possible focus de tensió en el diminut emirat de Kuwait, eixida natural de l'Irak al mar.

No tenim la intenció d'especular amb la capacitat visionària de *Pla*, sinó d'afegir a les seues observacions tota una sèrie d'esdeveniments que es produïren en aquella dècada, i que han marcat l'actual estat de les coses. En aquesta dècada de trencament estan tots els indicis de la societat actual.

Reproduïm una pàgina sencera (*vid. fig. 1*) on trobem un altre cas de conflicte recent. Els noms de Bosnia, Macedònia, Montenegro i Dalmàcia han sonat a conflicte durant 1991. La falta d'enteniment entre serbis i croats ja resultava evident als inicis de 1990, i més encara quan comença el control soviètic en la zona dels Balcans. El malestar ve provocat per motius econòmics, agreujant la possible solució.

Els governants d'aquella època, en la majoria dels casos ens sonen a «cosa passada». Evidentment, *Churchill* i *Truman*, *Stalin* i *De Gaulle*, resten com a personatges històrics. I no obstant, les discussions entre uns i altres (armament, domini de zones estratègiques,...),

NUESTRO AMIGO EL LIBRO
 Cada año en esta 23 de abril, nuestro amigo el libro — ¿cómo entrego más fiel y silenciosa? — ocupa el primer plano de la actualidad ciudadana. Cualquier ambiente será propicio para recorrer ese mundo de belleza y fantasía que se encierra en sus páginas.
 (Foto Ramon Pinos)

DESTINO

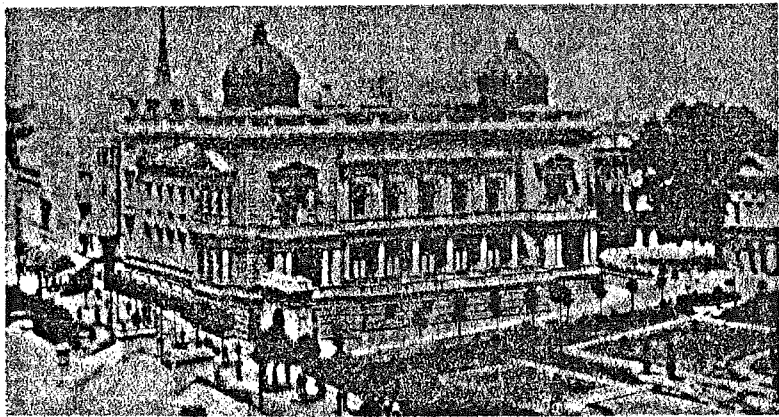
NUMERO DE 24 PAGINAS • TRES PESETAS

REDACCION Y ADMINISTRACION:
 PELAYO, 28, PRAL., 1.ª - TELEFONO 21-14-82

SEGUNDA EPOCA
 AÑO XIV

BARCELONA, 22 ABRIL DE 1950 - N.º 663

YUGOESLAVIA ENTRE DOS MUNDOS



El viejo Palacio Real destruido por los bombas alemanas.

saba los sueños de todas las generaciones anteriores. En 1918 se unieron no solamente todos los serbios, sino que se juntaron libremente a ellos los croatas y los eslovenos, formando el Estado unido de los eslavos del sur.

Así encontró la capital yugoeslava, en un estado de fiebre por una acción vertiginosa, nada artificial ni desproporcionada, aunque con una aspiración algo desenfrenada por el nuevo estado de vida libre. Era una época de transiciones violentas de pasos agigantados, de pulsación aciclicada. Una afluencia pintoresca de gentes de todas las regiones yugoeslavas, de Macedonia, Montenegro, Bosnia, Eslovenia, daba a la actividad febril de la capital un aspecto folclórico y político de suma vivecencia. Hasta para un extranjero caído por primera vez allí era palpable el crecimiento precipitado de las calles, de las casas, de los pisos, tanto como la enervación de los temperamentos, caracteres, y de las varias mentalidades hostiles. El ritmo de esta concentración de los aspectos emprendedores, la expansión desbordante de las fuerzas espirituales no parecía proceder de un país extraño, con su compás lento, sino de un industrialismo americano.

POSICION CLAVE

Mi primera impresión de Belgrado fue la de hallarme en una ciudad en la que acaba ba el Oriente y empezaba el Occidente europeo. Viena y Budapest, por las que pasa parte de Belgrado, son ciudades de tipo completamente occidental. Los vestigios del Oriente sólo se hallan en los museos. En Belgrado se tropieza con el Oriente vivo. Empezado en las señales externas del tráfico, de los muebles, de los elementos de trazo decorativo, el Oriente está presente en el modo de pensar y en las tradiciones del espíritu. Oriente desde dentro, es decir Oriente cristiano, heroico, comunitario y espiritual.

La segunda impresión básica fue la de que Belgrado es una capital a la que no se puede juzgar por sus aspectos e líneas exteriores, por su arquitectura ni monumentos históricos, sino casi solamente por sus bondades y almas. Esto no se puede comprender mientras uno no haya estado allí. Y no digo que esta frase sea una impresión exacta, estable en términos racionales. Fue un clamor de la intuición que se afirmó paulatinamente en una convicción más clara después de haber seguido observando de cerca las cosas balcánicas durante muchos años. Pero ya en aquel primer acercamiento al bello ser serbio, y por el contraste con el otro occidental, tuve la segura sensación de que en ninguna parte de Europa es tan satisfactorio el material de uno, en esta zona de los Balcanes y en su centro. La zona vital de los oprimidos, los rechazados, los rechazados, las estamburas de espíritu, el espíritu de la zona del serbio, el espíritu de la zona del serbio.



El rey Pedro II de Yugoslavia.

BELGRADO: ALEGRIA Y DESESPERACION DE LA CIUDAD BLANCA

POR JAN G. MIRSKY

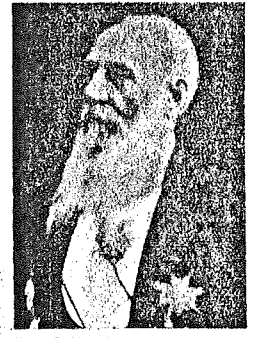
Los Balcanes han jugado un papel importantísimo en las dos últimas guerras y modo de lo que en ellos sucede puede ser ignorado por el mundo occidental. Publicamos hoy en DESTINO un reportaje sobre el foco más interesante de los Balcanes, Belgrado, y sobre los breves cambios políticos de esta ciudad dentro de los últimos acontecimientos de historia europea. El reportaje lo debemos al paso por Barcelona de uno de los más finos intelectuales centro-europeos, Jan G. Mirsky, periodista de fama internacional, que ha tenido la gentileza de escribir para nuestros lectores un documento de primera mano sobre un país hoy tan actual como Yugoslavia.

VICTORIA Y ALEGRIA

El primer contacto con Belgrado data del año 1926. En aquel año, la alegría y el dinamismo de dicha capital, tan diferente de las demás capitales europeas, eran todavía ilimitados y el optimismo creador de la nación estaba en brillante efervescencia. El problema político interior más grave, el del separatismo croata, no se presentaba por aquel entonces con el aspecto trágico que después, pasados unos cuantos años, iba a traer de muerte a la unión eslovena que formaba del Estado yugoeslavo. Los éxitos en las dos guerras balcánicas y la grandiosa victoria conseguida al fin de la primera guerra mundial, respaldaban en 1926 con toda la luz deslumbradora de las perspectivas ampliamente abiertas ante la raza yugoeslava.

El júbilo y las esperanzas de la capital victoriosa eran bien justificadas y comprensibles hasta en sus aspectos más ingenuos o ciegos. Si no exclusivamente por sus propias fuerzas, si por su iniciativa y aun más por su resistencia a veces increíble, el pueblo serbio había derrotado en el breve plazo de seis años a dos grandes imperios que quisieron doblegarle, amenazando gravemente su unidad y hasta la misma existencia de su libertad. Era el primer saboroso después de quinientos años de vida subterránea, la bo-

rradura de toda una raza después de siglos de momentos sed de libertad. Nada importaba que la victoria sobre los turcos y los austriacos la hubieran pagado cara, con un millón de vidas, cuando el resultado solapa-



Nikola Pashich, el gran estadista serbio cuya obra unificadora culminó en la victoria del año 1918.



1944. Mihalevich (a la derecha), con su ayudante el general Trifunovich, durante la guerra.

Fig 1. Alguns dels conflictes internacionals que actualment ocupen els espais de les notícies, començaven o bé ja eren habituals en les pàgines dels setmanaris dels anys '50. (Destino n.º 663, 22-IV-1950)

tot i haver-se superat l'etapa de la «guerra freda», continuen als nostres dies preocupant a *Bush* i *Gorbatxev* de la mateixa manera que aleshores preocupaven a *Eisenhower* (U.S.A. 1952) i *Kruxev*.

Els conflictes més greus de la dècada tenen lloc a Corea (1950-53), Algèria (guerra d'independència que finalitza el 1962, el FLN creat en 1954) i finalment al Vietnam. Per l'Octubre de 1956, els tancs russos entraren a Budapest (Hongria), convertint la dissolució d'una pacífica manifestació política en una carnisseria amb milers de víctimes. Aquest comportament dels comunistes russos va provocar la primera desbandada d'afiliats a partits comunistes d'arreu del món. El mateix *Jean Paul Sartre* abandona el P.C.F.

Introduïm un anunci que sorprén pel tractament de la filosofia existencialista, una «moda» molt estesa als anys '50.

(*vid. fig. 2*)

La publicitat de les fulletes d'afaitar està aportant una gran quantitat d'informació plàstica sobre l'època, a més d'exposar irònicament la gran acceptació del comportament existencialista, una filosofia que a França ja comptava amb un estès nombre d'adeptes i intel·lectuals de renom. Podem trobar-hi la paraula «Beter» escrita de quatre maneres diferents: a l'extrem inferior dret tal i com estableix el logotip, als dibuixos de l'esquerra canvia la tipografia dues voltes, i al llarg del text reiteradament en majúscules de pal. El significat de l'anunci exigeix la lectura del text, i les lletres resulten fonamentals en la composició de la pàgina.

(*vid. fig. 3 i 4*)

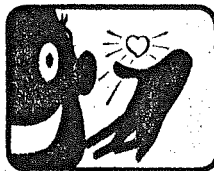
A les portades de les figures 3 i 4 també resulta evident el discurs plàstic que transmeten les lletres. La frase cacofònica que tant d'èxit li donà al candidat *Eisenhower* («We like Ike»), així com el rètol de l'entrada al seu «quartell general», configuren una expressió

Existencialista por dolor...

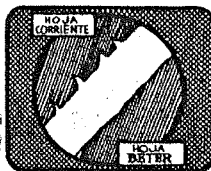
Muchos de los que se dejan crecer la barba no son existencialistas convictos, sino simples mortales para quienes el afeitado diario representa un martirio.

Las hojas **BETER Flor de Lis**, fabricadas con acero sueco A. B. D. de 0,06 mm. exclusivo de **BETER**, eliminan todas las molestias. Su doble afilado y filo compensado hace que las hojas **BETER Flor de Lis** sean las que afeitan mejor y duran más.

Vd. no será "existencialista por dolor" si se afeita a diario con **BETER Flor de Lis**.



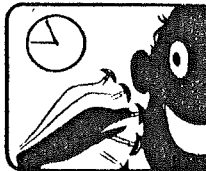
Cualquier jabón es bueno si se usa **BETER Flor de Lis**. Gracias a sus incomparables ventajas técnicas, afeitarse con hojas **BETER Flor de Lis**, es como acortarse la barba.



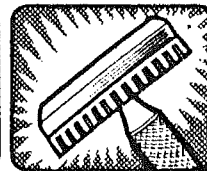
Comparadas una hoja corriente y una hoja **BETER Flor de Lis** al microscopio, se aprecia inmediatamente la regularidad del filo de la **BETER**, lo que le proporciona auténtica seguridad.



Las hojas **BETER Flor de Lis** cortan al pelo con cualquier inclinación de la maquinilla, porque su filo es compensado, lo cual les confiere rapidez de uso.

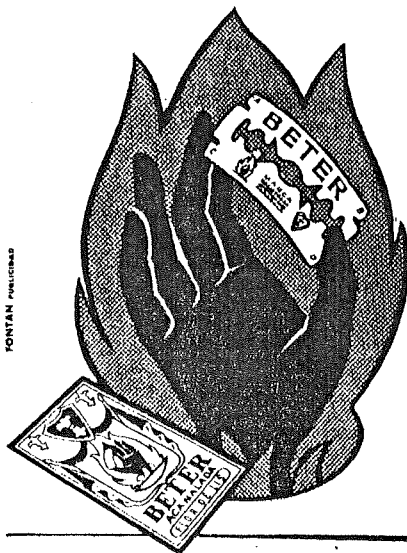


Un afeitado normal duro de ocho a diez minutos, incluyendo el enjabonado. Con **BETER Flor de Lis** se reduce este tiempo a seis minutos. ¡Es rapidísimo!



Las hojas **BETER Flor de Lis** se adaptan a todos los maquinillos. Sin embargo, usando maquinillas **BETER** extraera más rendimiento a cada hoja. ¡Están hechas la una para la otra!

KONTAN PUBLICIDAD



HOJAS DE AFEITAR

BETER

FLOR DE LIS. 0'06 mm

Afeitarse MEJOR!

Fig. 2. La publicitat, atenta sempre a les novetats, ironitza en aquest exemple a partir d'una corrent filosòfica molt estesa als anys '50: l'existencialisme.

(Destino nº 872, 24-IV-1954)

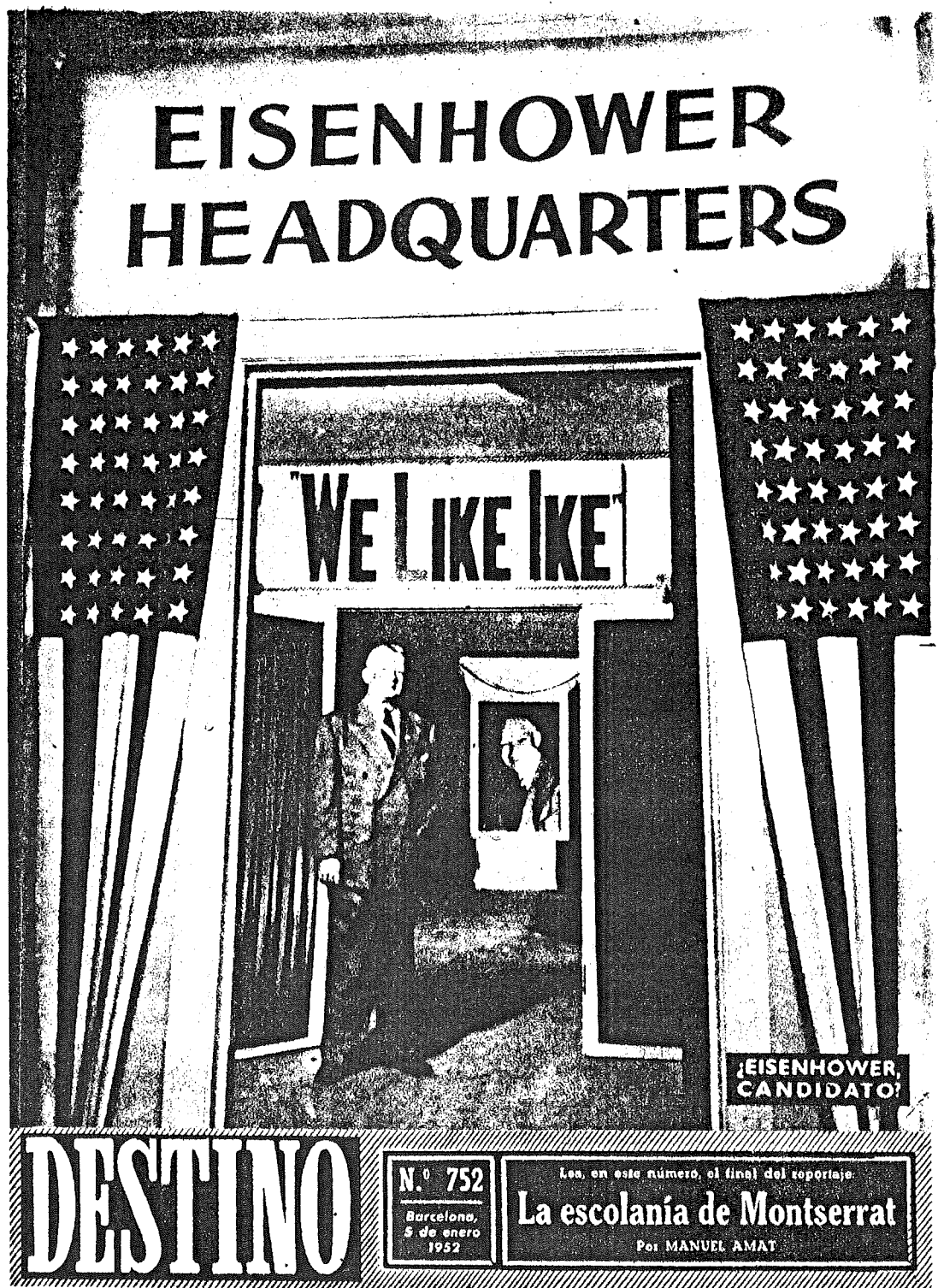


Fig. 3. La part central i l'espai superior de la composició estan ocupats per models de lletra novedosos que transmeten un missatge polític.
(Destino nº 752, 5-I-1952)

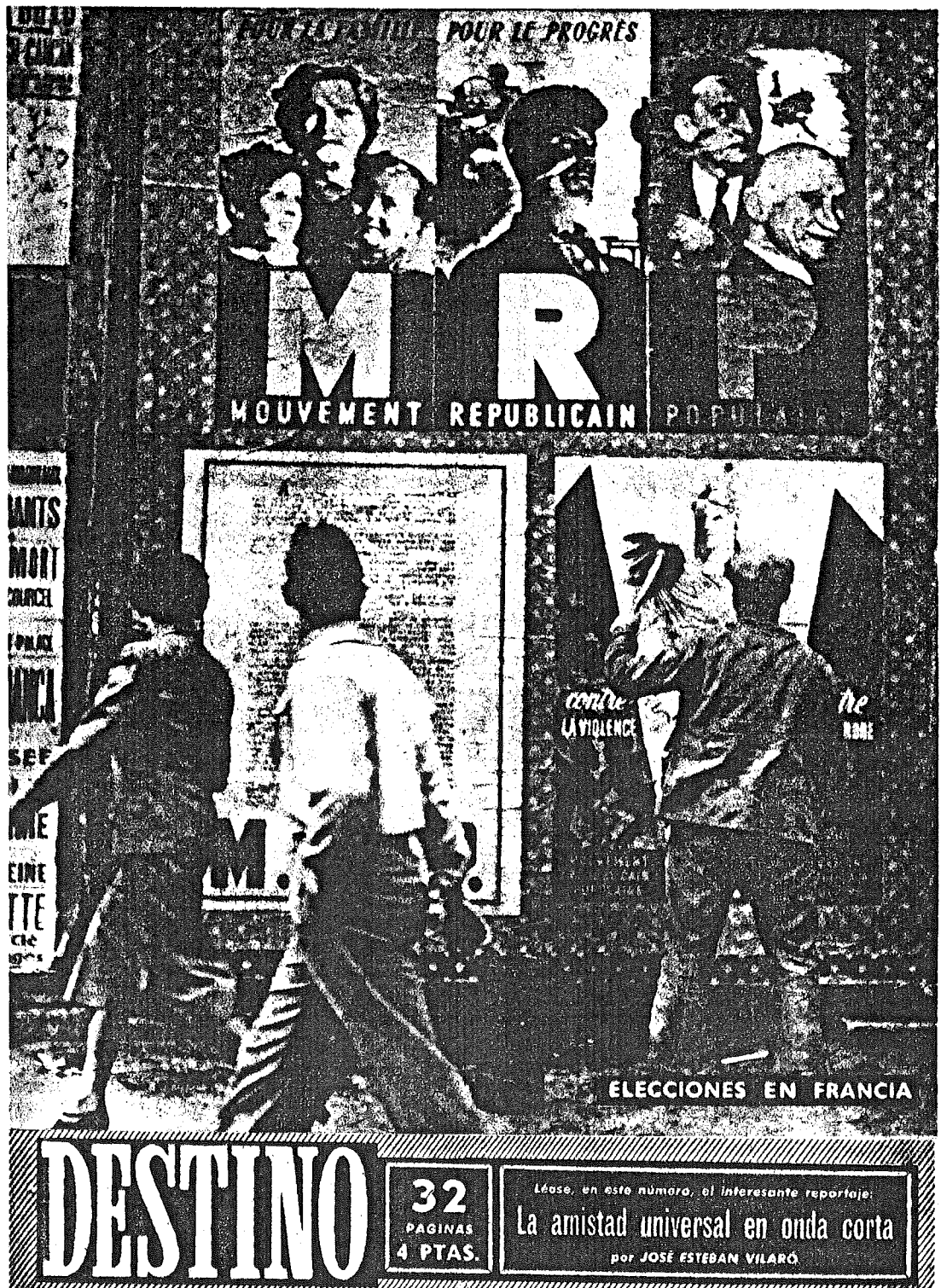


Fig. 4. Els cartells tenen una funció propagandística preferent als espais exteriors. La política i la publicitat van estretament unides en temps d'eleccions.
(Destino nº 724, 23-VI-1951)

ricament adornada de la fotografia periodística. Els cartells ens acosten vivament a les eleccions franceses de 1951 a través de la imatge de la fig. 4. Totsdos exemples no tindrien tanta eficàcia sense la intervenció del material tipogràfic. Degut al règim dictatorial que es patia a Espanya, la notícia de les eleccions democràtiques a president en els països més avançats devia de ser una commoció, en certa mesura evocada pel desig frustrat que era la tònica dominant a l'Espanya del general *Franco*.

Alguns altres noms mítics estan tremendament enllaçats a la política mundial dels anys '50. *Mao-Tse-Tung* a la Xina comunista i el mariscal *Tito* a Iugoslàvia (aquest últim, impulsor de la política neutralista des de 1954, tot i ser president comunista des de 1953, sabia adoptar camaleònicament postures pròximes tant a l'U.R.S.S. com als U.S.A.).

Un personatge important en l'escena política dels U.S.A. va ser *Marshall*, el del «plan», immortalitzat per la pel·lícula de *Berlanga*. Lamentablement, figures com *MacCarthy* (el senador de la «cacera de bruixes») veien espies comunistes camuflats per tot arreu, preferentment si es tractava d'acusar a intel·lectuals i actors de cinema. *MacArthur* i *Nixon* tanquen aquest recorregut pels polítics i/o neuròtics conscienciats del paper predominant dels U.S.A. al món.

Coflictes notoris en va haver al Pakistan i a Bèlgica (els flamencs, sempre reivindicant els seus drets nacionals). El coronel *Nasser* aconseguí repatriar per a Egipte el Canal de Suez, aprofitant la feblesa momentània de l'imperi britànic, recuperant-se encara del desgavell de la Segona Guerra Mundial.

La bomba atòmica era desitjada per totes les potències (preferiblement pel recent creat estat d'Israel), mentre l'O.N.U. intentava jugar el paper de gran forum mundial que tants anys li ha costat obtenir. A l'Exposició Universal de Brusselles l'any 1958, la gran estrella foren els avanços en l'energia atòmica (precisament el símbol distintiu de l'event és el gegantesc «atomium»).

El 25 de març de 1957 es firmava a Roma el tractat del Mercat Comú, i també l'Euratom. En un article titulat «Nosotros también somos europeos» (*Destino* nº 1026, 6-IV-1957),

Santiago Nadal esgrimeix la següent reflexió:

«*El Mercado Común y el Euratom significan el principio del fin del período histórico de los nacionalismos*»

No podia imaginar-se *Santiago Nadal* que el «período histórico de los nacionalismos» continuaria en fase de «principio del fin» durant quaranta anys més, com a mínim.

Si va per a llarg el tema dels nacionalismes, la qüestió del Vaticà potser durarà una eternitat. Els papes que va tindre Roma (i la humanitat, per extensió) en aquell decenni van ser *Pius XII*, i des de 1958 l'entranyable i recordat *Joan XXIII*.

En la línia «divina» podem incloure el llibre «Camí», la primera edició catalana del qual data de 1955. En castellà ja se n'havien esgotat onze (d'edicions), la primera de les quals s'imprimí a València l'any 1939, havent-se traduït a l'anglès i d'altres llengües. *Josep Maria Escrivà de Balaguer* va fer de l'«Opus Dei» un camí llarg. La influència dels seus membres té encara avui «la sombra alargada», com la dels xiprers.

D'altres personatges carismàtics que van adquirir fama universal foren: *Nehru* a l'Índia, *Salazar* en Portugal i *Eva Perón* (morta el 1952) a l'Argentina. *Hussein I*, rei de Jordània des de 1955 li «furtà» més d'una primera pàgina a la *Reina Isabel* de la Gran Bretanya.

L'any 1950, *Destino* era una publicació amb catorze anys de rodatge. El número tenia un preu de 3 pessetes, i un total de 24 pàgines repletes de text diminut, fotografies, anuncis i dibuixos. Pel gener de 1952 puja el preu de l'exemplar a 4 pessetes. Des del número 899 (30 d'octubre de 1954) augmenta a 48 pàgines i el preu queda en 5 pessetes. Abans d'acabar-se la dècada s'estabilitza el preu en 6 pessetes (març de 1957).

Les genials fotografies que omplien tota la pàgina acaparen la majoria de les portades de la revista amb temes de política internacional. A la contraportada, marques publicitàries que actualment conserven intacte llur carisma: *Castellblanch*, *Codorniu*, *Calisay*, *Omega*, *Tissot*, *Soberano*, *Agua Lavanda Puig*, *Heno de Pravia*, *Roca*,...

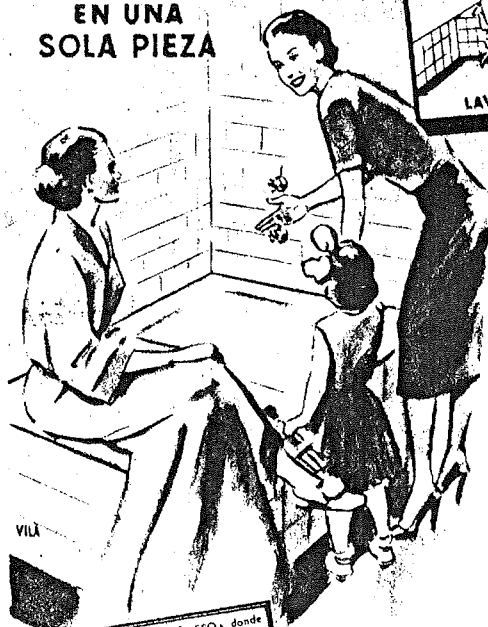
(*vid. fig. 5*)

Nuestra solución
ha sido un

Bañaseo
"Roca"

CRUZADA
contra la
FALTA DE
ESPACIO

5
SERVICIOS
EN UNA
SOLA PIEZA



La acuciante necesidad, mas apremiante de día en día, de aprovechar al máximo los espacios disponibles en los edificios, obliga a reducir las dimensiones de los cuartos de baño o de aseo a medidas inverosímiles.

En ayuda de estas circunstancias, se fabrica el aparato BAÑASEO, que al permitir cinco servicios en una sola pieza (ducha, lavapiés, baño de asiento, bañera infantil y lavadero), ofrece la solución y una oportunidad de reunir los servicios esenciales de higiene en un solo aparato para un espacio reducido.

Al adquirir un aparato BAÑASEO para este cometido, Ud. adoptará un aparato "Roca", garantía de máxima calidad. Exíjalo a su proveedor.

"Roca"

VILA

Solicite el folleto «BAÑASEO» donde
hallará mas detalles sobre este Aparato
"Roca" B-II

Nombre _____
Calle _____
Poblacion _____
Provincia _____

COMPANIA ROCA-RADIADORES

MADRID
EXPOSICIÓN ALCALÁ 67

GAVA
Barcelona

BARCELONA
EXPOSICIÓN DE GRACIA 28

Fig. 5. Les imatges de marca mantenen la seua eficàcia al llarg del temps, identificant un nom «dibuixat» amb un producte o una institució. Els inicis de la societat consumista, caracteritzada per crear contínuament necessitats i modes, disposa de molts mecanismes per captar l'atenció del possible client. En l'exemple podem observar deu tipus diferents de lletra. (Destino nº 693, 18-XI-1950)

A l'interior de la publicació, la cultura i l'entreteniment també estableixen una informació molt dirigida a la burgesia catalana, tot i l'avidesa essencial per les notícies de l'estranger en matèria de política.

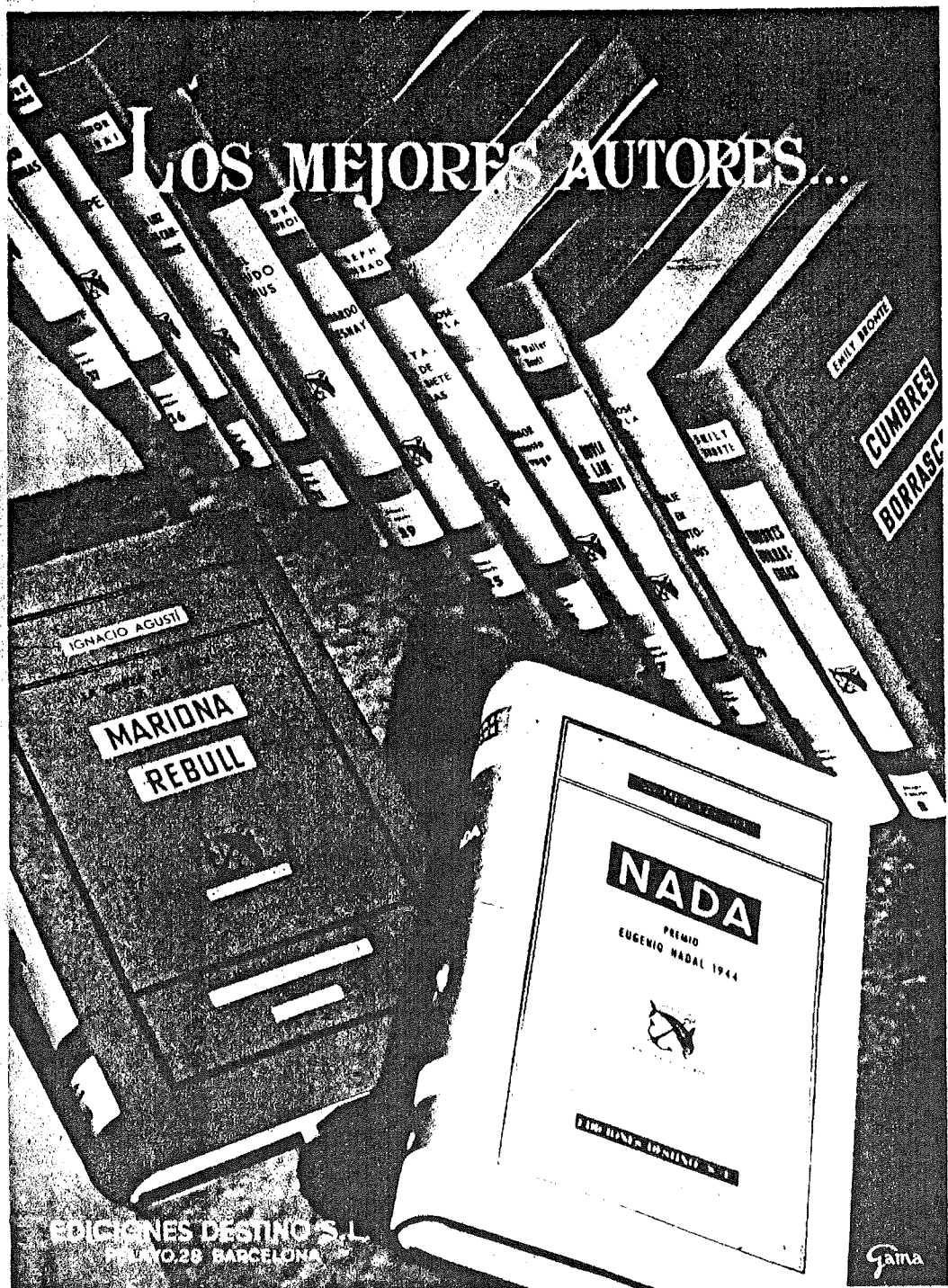
La distribució més corrent és de sis columnes de text, a vegades cinc o inclús quatre. Evidentment, la revista s'escriu en castellà, ja que la censura franquista havia vetat el català, en la premsa i en qualsevol altre mitjà. Tanmateix, aquesta va servir per acollir a la majoria dels literats catalans consagrats avui.

Una llarga llista enceta el nostre recorregut pels col·laboradors del **Destino**: *Jaume Vicens Vives, Carles Sentís, Carmen Laforet, Miguel Mihura, José María Pemán, Maria Aurèlia Capmany, Miquel Llor, Josep Maria de Sagarra, Wenceslao Fernández Flórez, Camilo José Cela, Guillermo Díaz Plaja,...* Entre les figures literàries d'àmbit estatal de les quals es fa ressò destaquen: *Joan Vinyoli, Joan Brossa, Carles Riba, Pere Quart (Premi «Ossa Menor» de poesia 1955), Joan Corominas, Víctor Català (Caterina Albert), Joan Perucho, Joan Teixidor, Miquel Asins-Arbó, Miquel Dolç, Josep Maria Espinàs, Llorenç Villalonga, Salvador Espriu, Joan Fuster, Juan Goytisolo, Pedro Salinas, Vicente Aleixandre, Ortega y Gasset, Pío Baroja, Dámaso Alonso, Ana María Matute, Rafael Sánchez Ferlosio (Premi Nadal 1956), Pedro Laín Entralgo, ...*

(vid. fig. 6)

Decididament entusiastes de la comunicació literària i de la cultura d'arreu del món occidental, els responsables de **Destino** mantenen informats als seus lectors de les novetats i els autors més destacats: *Tennessee Williams, Arthur Miller, William Faulkner, George Orwell, Aldous Huxley, John Steinbeck, Ernest Hemingway, T.S. Eliot, Henry Miller, James Joyce, Georges Simenon, Jean-Paul Sartre, Simone de Beauvoir, André Gide, Albert Camus, André Malraux, el filòsof Karl Jaspers, Curzio Malaparte,...*

Seguint l'ordre d'importància que **Destino** li dedica als temes d'actualitat, després de la política i la literatura vindrien les seccions d'art i espectacles. Hi trobem una preocupació



*Fig. 6. Els llibres són arxius de material tipogràfic. Les cobertes resulten severes en aquesta col·lecció de l'exemple: composicions a base de text i espai.
(Destino nº 683, 9-XI-1950)*

constant per l'art i els artistes. En aquest punt, cal assenyalar el recolzament constant dels seus columnistes per la introducció de les més novedoses tendències artístiques (en els camps de la pintura i l'escultura), així com una defensa a ultrança de l'art informal. Els documents són nombrosos, i sempre reflecteixen unes simpaties, inusuals en aquells moments, per les aventures més arriscades.

En les figures 7 i 8 (dos pàgines d'un mateix article) podem veure una capçalera que juga amb les xifres 1990-1950, adoptant uns caràcters definitoris per a cadascuna. L'article de *Joan Teixidor* repassa els primers cinquanta anys del segle en matèria d'art, sobretot les vanguardies i els «ismes». S'inicia el recorregut amb l'impressionisme i el post-impressionisme. Després de tractar les influències de l'arquitectura i la fotografia, passa a comentar el cas específic del cubisme. Surrealistes, abstractes, futuristes i primitius completen aquest ràpid i breu repàs per la primera meitat del segle. Aquesta fulla recopila un passat enriquidor, i sembla l'inici d'un futur immediat que vindria pleteric de novetats i «trencaments».

(*vid, figs. 7 i 8*)

El mateix *Joan Teixidor*, autor de l'article que acabem de comentar i reproduir, poc de temps després (al nº 683 de la revista, data 9-XI-1950) (*vid. fig 9*) li dedica un extens elogi a la primera exposició individual d'*Antoni Tàpies* a Barcelona. Un *Tàpies* surrealista que pertany al grup «*Dau al Set*», amic i admirador de *Joan Miró* (així com els seus companys de grup *Cuixart, Tharrats i Ponç*), un jove enigmàtic que inicia una carrera estelar: «con el largo tiempo que le queda para negarse y afirmarse», tal i com diu *Teixidor* per finalitzar l'article esmentat.

La carrera internacional de *Tàpies* (exposicions a la Martha Jackson Gallery de N.Y. en 1953 i 1957, premis i mencions,...) i dels artistes informals que van revolucionar l'ambient artístic de l'època serà entusiàsticament relatada pels successius números de la revista. Aquest punt serà tractat en un altre apartat del present treball. De moment parlarem dels artistes internacionals que sovintegen les pàgines del **Destino**.



Joan Miró



Marc Chagall

1900-1950

PEQUEÑA HISTORIA DE MEDIO SIGLO

(Véase DESTINO núms. 676, 677, 678, 679, 680, 681, 683, 687, 689, 690 y 692)

CINCUENTA AÑOS DE ARTE

por JUAN TEIXIDOR

y ULTIMO

PARECE ser que una de las características esenciales del arte de estos primeros cincuenta años de nuestro siglo es la discontinuidad, la sucesiva polarización hacia nortes contrarios. Cuando se compara nuestra época con otras más armónicas y equilibradas, se observa que lo que complica extraordinariamente el panorama actual es la simultaneidad de tendencias opuestas que persisten y luchan en unos mismos años. La sucesión ininterrumpida de los ismos se realiza a través de enérgicas y destempladas negaciones y afirmaciones. El artista de nuestro siglo aparece doblado de teórico porque no le basta con el recurso de una técnica para situarse frente a su tema; necesita, además, una previa elaboración mental que le guíe en el camino que va a emprender. No está seguro no ya de sí mismo, que esto le sucede a todo artista responsable de cualquier época; sino que, además, duda de la bondad de sus intenciones, de la autenticidad de sus medios y de sus fines. Por eso el arte moderno ha cambiado continuamente de programa y se nos aparece como algo problemático, en pleno esbozo siempre, sin capacidad para detenerse, eternamente insatisfecho, irvido y desolado, orgulloso y violento, hecho y rehecho mil veces como si le fallara aquella sana tierra donde se asentaban los cimientos de las serenas estructuras antiguas. Es lógico que para el espectador corriente este espectáculo tenga mucho de deprimente. La aventura del arte moderno se ha realizado en la intimidad de sus creadores

y antes de que pudiera ascender al público ha sido en parte negada por estos mismos creadores. Puede observarse que nunca como en nuestra época ha existido mayor divorcio no ya entre el público y el artista, una tarea de creación. Pensadores y escritores no pudieron seguir al arte de su tiempo porque a pesar de que ellos realizaban en su terreno propio una misma marcha aventurera, no tuvieron tiempo para detenerse en las razones concretas que motivaban el salto continuo de los artistas. Es ésta una de las circunstancias más trágicas del arte actual: el cabo de cincuenta años incluso entre las mejores selecciones se encuentran resistencias difíciles de vencer.

Insistimos en que la mayor dificultad para la comprensión del arte moderno proviene de su falta de continuidad, de la ingente teoría de ismos que produce al espectador corriente una impresión de caos. Sin embargo, conviene aclarar desde el primer momento que esta impresión puede ser superada si se toma una perspectiva. Tiene que llegar el momento en que pueda hacerse la historia del arte moderno prescindiendo de la pequeña historia de los ismos; examinando a través de los mejores hombres de estos años el indiscutible sello de unidad que marca el conjunto de sus obras. A veces las diferencias son más aparentes que reales. En la anécdota de todos los días se establecen oposiciones que, aunque justas, no llegan a afectar un núcleo esencial que caracteriza el conjunto. En el afán investigador ya existe un punto común que singulariza una época. Pero hay, además, una serie de convicciones sedimentadas a través de los años que lo mismo se encuentran en un «fauve» que en un cubista, en un surrealista que en un abstracto de última hora. Es esta tarea de síntesis la que consideramos esencial de ciertos momentos. La esfinge de cien caras nos mira siempre de la misma manera. El sentido de esta nueva forma de mirar constituye el ambiente general de toda una época; y, por lo tanto, de su aspiración más secreta, de su latido más hondo.

POSTIMPRESIONISTAS, CUBISTAS Y ABSTRACTOS

Durante siglos el artista utilizó formas, colores y ritmos supeditándolos a un fin que trascendía del mismo arte. No por estas mismas formas, colores y ritmos se creaba la obra de arte, sino por lo que había en ellas de referencia a una realidad exterior. Retrato, paisaje o composición equivalían a un esfuerzo de síntesis y agudización de ciertos caracteres de la naturaleza exterior. En el juicio de la obra intervenía siempre este factor de referencia como valor decisivo. Así un paisaje era bueno en tanto que prolongaba en nosotros una idea o un recuerdo previo. Reproducción o interpretación de la naturaleza constituía el fondo esencial del quehacer artístico. Es innegable que este quehacer se realizaba a base de un esfuerzo de comprensión de un doble juego de alteraciones y modificaciones que nos ilustraba sobre la sensibilidad y de la voluntad del artista, trascendiendo de la pura fidelidad al modelo. En el fondo el problema podía plantearse igual que en la actualidad, porque como siempre, lo que importaba era la pura

expresión individual. Pero el artista antiguo creía que su expresión estaba fatalmente ligada a esta referencia de la realidad. Lo que separa decisivamente la mentalidad de nuestro siglo de los anteriores, es la convicción lentamente elaborada de que las líneas y las formas tienen una significación independiente de la que les proporciona la naturaleza cuando las utiliza para sus fines específicos. El arte actual ha querido servir de sus medios expresivos de la misma manera que la música se sirve de los sonidos. Como si se tratara de piezas aisladas e independientes, ha intentado crear un mundo expresivo que se valga por sí mismo, que encuentre en sus límites estrictos su plena justificación. La conciencia de este problema nutre de angustia la creación plástica moderna. Pariendo de la idea que líneas, formas y colores tienen un significado, en sí mismas que no es exclusivamente decorativo, sino profundamente expresivo, el arte actual crea sus mundos desde la entraña misma de sus elementos, liberándolos y abandonándolos al azar de su fuerza y de su significado.

En el proceso de esta aspiración, todos los ismos del siglo han aportado su colabora-



Picasso en su taller

ción. La idea de que el impresionismo constituyera la última etapa de la gran pintura realista europea, es válida solo hasta cierto punto. Piénsase en aquel amor exclusivista que sintieron por el color aquellos grandes maestros. Ya en ellos empieza a resquebrajarse la mentalidad antigua con su tendencia a las instantáneas cromáticas y a las eliminaciones depuratoras. Tanto Claude Monet, como Pissarro, como el Renoir de sus últimos desnudos, nos ofrecen una alucinación cromática y lumínica que se independiza violentamente de modelo. Pero es en la obra de los postimpresionistas donde esta liberación va acrecentándose. Bonnard y Vuillard, con sus tapicerías cromáticas, preparan el camino tanto de las sutilidades de los «fauves» como del bodegonismo posterior. Van Gogh y Gauguin ya tendieron a los tonos puros, por encontrar en ellos la significación destruida por el arte. Seurat se mueve en un clima tan eminentemente musical, que todo en él se crea como desde la luz de un taller irreal e imaginado. En Matisse esta revolución cromática ha llegado a uno de sus límites: la preocupación de la reproducción exacta de la naturaleza desaparece totalmente y queda tan sólo el leve temblor de unos colores puros, cuya eficacia expresiva no necesita justificaciones extrañas. Derain, Vlaminck, Dufy, Othon Friesz, Marquet, trabajaron en la misma dirección.

A través de todos estos nombres, nos encontramos en el camino de la liberación del color. Pero casi paralelamente podemos asistir a la liberación de las líneas y de las estructuras. El cuadro «Grandes Bañistas» de Cézanne, lleva las fechas de 1898-1905. La reacción contra el impresionismo es la reacción de un valor puro contra otro valor puro. Frente al exceso cromático que nos lleva a la dispersión, se afirma la necesidad de la construcción y el valor estructural de la obra de arte. El cubismo nace en 1907-1908 y con él se consigue la liberación de otros de los valores esenciales de la obra de arte, según la mentalidad de nuestro siglo. Picasso y Braque elaboran sus teorías y sus obras reaccionando violentamente contra la supresión del tono local, contra el culto de la instantánea. Intentan buscar una constan-

8

Figs. 7 i 8. Una revista de divulgació pot convertir-se en un poderós instrument ideològic. Respecte a l'art modern, Destino va exercir una important funció pedagògica entre la burgesia catalana, introduint el respecte i l'admiració per les noves tendències. (Destino nº 697, 16-XII-1950)

se que afirma rigidamente la forma plástica. Para ello acentúan contornos y estructuras. En sus comienzos heroicos paralizan toda acción para que no se pierda la rigidez del esqueleto, la estructura básica. Suprimen incluso el color. Pero en sus pesquisas va acentuándose la evasión de los datos inmediatos; espacio y formas más que imitados son imaginados. Continúa la obra del desprendimiento iniciada por los cronómicos. En un cierto sentido es a partir de ellos que la precariedad liberación se impone de una manera definitiva. Todo lo que les antecede les permitió plantear el problema con una violencia desconocida hasta la fecha. La época de las primeras telas cubistas de Pissarro y Braque de Juan Gris, de Metzinger, de Gleizes, de Marcoussis, de Lhote y de Delaunay, quedará como una de las más exaltadas de la historia de la pintura. Todos estos artistas, en una forma u otra, hicieron marca en las décadas siguientes. Pero la huella de su intuición juvenil se mantiene intacta en lo mejor de ellos. El cubismo tiene enormes raíces e indefinidas proyecciones. Lo hallaremos en el neoplasticismo de Piet Mondrian, aunque aquí sobre nuevo sentido y tienda hacia una metafísica elemental que constituirá la tentación de todos los nacionalismos de nuestro tiempo, el frente de ellos la nueva arquitectura funcionalista acuñada por Le Corbusier y Walter Gropius.

Si el cubismo define y fija objetos concretos para que nuestro afán de claridad mental se posea en ellos, otro grupo de artistas más desconocido pero no por ello menos importante, desdichados los fueros del movimiento y del ritmo. Frente a una concepción plástica que se complacía en la estática, oponen su frenesí dinámico, su obsesión por las líneas-fuerza que destruyen la presencia más rígida de las obras. Más allá de lo concreto, esta pintura puede trazarse en la palabra de los futuristas italianos, que la confunden a veces con una vana ilusión mecánica, con un puertil entusiasmo por la velocidad. Más profundo y auténtico, Kandinsky descubre este mundo de ritmos liberados. Pichabia y Brañuaj colaboraron en el descubrimiento. También aquí, como color y línea en el caso de cronómicos y cubistas, el ritmo vale por sí mismo y cada vez necesita menos la referencia con la realidad. Los surrealistas, con otro mundo mental, no dejarán de recoger las lecciones de este destructor de lo concreto.

Todos estos esfuerzos ocupan cincuenta años de vida y lucha. Con ellos se logra crear esta obra de arte, en la que las significaciones no son nunca externas a sus elementos básicos. El arte no figurativo o arte abstracto como el que ahora priva en las salas de París, Londres o Nueva York, constituye una consecuencia de esta liberación. En general, los artistas más jóvenes realizan un intento de síntesis entre las varias concepciones anteriores. Conjugan valores cronómicos con rígidas estructuras llenas de ritmo y de tensión. En todo caso, mantienen vivo su fe en la ruta de liberación de sus predecesores.

LÍRICOS Y SURREALISTAS

Pero el panorama plástico de medio siglo no queda inconexo con los nombres de los liberadores del color, la forma y el ritmo. A su lado existen otros grupos de artistas que repudian la raíz eminentemente racionalista

y científica de aquellos descubrimientos. Aunque en definitiva no niegan las conquistas realizadas, estiman que todas ellas se reflejan solamente a un aspecto de la obra de arte. Creen que la vivencia espiritual oculta en formas, ritmos y colores, no debe tender a la indiferencia de los signos genéricos. Aspiran a un ritmo que justifique el esfuerzo evocacional. Sin ánimos para volverse a las creaciones antiguas donde el esplendor técnico se vinculaba a una clara significación, intentan hallar otros mundos que satisfagan sus aprehensiones líricas. Si nunca como ahora la pintura ha sido aquella «cosa mental» que preconizara Leonardo, por otra parte, también puede afirmarse que en ninguna época como la nuestra, aparece más corroida por larvas inconscientes, por espasmódicos esfuerzos evasivos, por líricas desesperadas y violentas. En el fondo del gusto por todos los primitivismos, hallaremos este afán evasivo de los que no se satisfacen con un simple orquestación de los elementos básicos de toda plástica. Estas tentativas podrían haber representado una corrección fundamental de la obra de los no figurativos. En cierto modo, implican un retorno a la anécdota, a la historia, a las significaciones extraliterarias. Sin embargo, conviene aclarar que se realizan a través del mismo desapego de la realidad inmediata que caracteriza las innovaciones anteriores. También aquí nos encontramos con la persistencia de la raíz suprema de la plástica de este siglo. Y por eso los fragmentos de realidad que nos ofrecen estos artistas, son fragmentos arbitrados por la imaginación. Se combinan y ordenan libremente. Recurren al sueño y al absurdo. En el momento de escoger preferen a la luz diurna, una luz de noctámbulo; a la perspectiva visual, una carta microscópica y macroscópica del universo; a la piel y carne de las cosas, el reflejo escénico y el claroscuro fantástico de las horas extraordinarias. Como precedente de estas realidades fantásticas que alterna la superficie del arte contemporáneo, ya en los comienzos de siglo nos hallamos con el modernismo que encuentra en Gaudí su intérprete máximo. El uso y abuso que se ha hecho de este nombre por parte de los surrealistas, no puede extrañarnos, aunque en muchos casos sólo sirva para desvirtuar su más íntima raíz espiritual. Ya se sabe que sólo vemos lo que nos interesa y que lo mismo que los surrealistas otros exégetas igualmente interesados, sólo se fijarán en circunstancias técnicas gaudinianas que favorezcan sus puntos de vista. Sin embargo, Gaudí, más allá del mismo modernismo que lo explica, representa la irrupción de una fantasmagoría expresiva que tiene equivalentes y correspondencias en otros nombres del arte actual.

Los primitivismos reforzaron también estas tendencias. Por una parte, hallaremos los múltiples consecuencias de la aventura del edouanier Rousseau. Por otra, el entusiasmo por el arte negro que preconizara Pissarro y que ha constituido uno de los grandes descubrimientos del siglo. Siempre la obsesión por un mundo nuevo que pudiera utilizarse para substituir el antiguo. Del arte negro se aprende una violencia que lo mismo se encuentra en las «gouaches» que en los surrealistas. Un Rousseau, por ejemplo, aun con toda su independencia, con su enorme grandezca de solitario, de artista que aspira a crear prescindiendo de toda teoría — aded



Giorgio de Chirico frente a uno de sus cuatrocientos autorretratos

a órbita del ojo y el oriente del corazón en que para que la visión sea radiante o desaperzada, nos dice — sufre el acoso de este primitivismo que a él lo lleva, aferradamente, a románticos y góticos. Rousseau es el puro movimiento del corazón y por eso su arte constituye quizá excepción en este siglo. Pero la violencia radica también en él y lo lleva a la negación de la realidad más inmediata.

Marc Chagall es otro de estos cultivadores solitarios de un mundo poético que en su caso tiene raíces orientales, fatalidades castrenses. El arte evocador de sus cuadros pertenece a este nuevo afán por el enigma y el misterio que se despierta en todas partes. En la misma Italia, Giorgio de Chirico con su «pintura» metafísica, abre las puertas a una interpretación ilusoria del irracionalismo italiano. Sus pavoritos y sus calles son tan fantásticas como las de una imposible ciudad lunar. Arte de consuno, se completa en el lirismo de los signos, en el retorno al ideograma indefinible como es el caso de Paul Klee, aventurándose en una inocencia neoinventada. Todo el surrealismo está al acecho con su vana dialéctica, con su violencia de grupo y su insistencia iconoclasta.

Max Ernst, el André Masson, de los primeros tiempos, Yves Tanguy, los catalanes Salvador Dalí y Joan Miró, se entregan a este cultivo sintomático de las realidades ignoradas que aunque pueden tener vigencia real serán siempre como inventadas por la forma con que se combinaron en la mente de sus creadores. El surrealismo, como escuela, no puede agotar las posibilidades de estos pintores. En Joan Miró, por ejemplo, el acerbo anhelo se lleva a un mundo de contornos soñados en cuyos siempre cambiantes que no puede relacionarse con la teórica más estrecha de tantos surrealistas «puros». Siente también el amor al color y a la materia como los



Raoul Dufy

maestros más serenos y despreocupados. Pero siempre habrá en su obra esta raíz evasiva característica de los que buscan para la pintura una nueva tierra para escampar.

Ya hemos dicho que a pesar de su oposición a los plásticos abstractos, todos estos artistas y grupos se encuentran con ellos en su repudio de la realidad inmediata. Por eso las dos direcciones plásticas esenciales de este medio siglo, pueden coincidir a veces. El genio de Pissarro radica en la capacidad de síntesis de que hace gala a través de su obra. No pierde nunca lo categórico y rígido de su época cubista; pero ha sabido alterarlo con la dinámica y la significación de sus monstruos y de sus ritmos. En su caso, se entrecruzan múltiples caminos: línea, color, ritmo y poesía llegan a soluciones de una sencillez y una violencia únicas. Por eso puede afirmarse que a su sombra se cobija todo el arte de este medio siglo.

FINITO FINAL

Volviendo al punto de origen, repetimos una vez más que el arte ha vivido siempre por unas razones intrínsecas que no tienen nada que ver con las referencias a otros valores espirituales que pueden hallarse en él. Pero lo que caracteriza el arte actual es la destrucción consciente de estas referencias para dejar desnudo el puro valor expresivo de sus elementos constitutivos: línea, forma, colores y ritmos no en su puro significado decorativo como pretendían evidentemente al gusto, sino también en lo que poseen realmente de expresión y de vida. Acudimos una vez más al ejemplo de los sonidos y la música.

Puede dudarse del éxito de esta empresa. Puede, incluso, insistirse que esta destrucción no era absolutamente necesaria. Pero estas consideraciones nos llevarían a una zona polémica que no interesa aquí. Trábase tan sólo, de dar una breve y fragmentaria idea de la evolución del arte en este medio siglo. Hacer ver a través de varios e incompletos ejemplos, algunas de sus razones esenciales.



Auto-retrato de Matisse, en 1918

Braque en el taller de Montmartre de su primer época cubista

Cesáreo Rodríguez-Aguilera és un altre crític d'art col.laborador assidu en la secció «Panorama de las Artes y las Letras». En la susdita secció llegirem els noms més reeixits de l'escena artística mundial: *Raoul Dufy*, *Oswaldo Guayasamín* (pintor equatorià), *Alvar Aalto* i la resta d'arquitectes europeus afincats als U.S.A., *Constant Permeke* (pintor i es-cultor belga), la tríada *Picasso*, *Miró* i *Dalí*, *Will Faber* (pintor alemany), i una llarga llista de consagrats avui en dia.

Destacarem, per la relevància del cas, la crònica enviada des de París pel també pintor *Vila Casas* arran de l'escandalosa exposició del revolucionari *Yves Klein*, judoka i fervorós cavaller de la Vera Creu, el qual es va atrevir en 1958 a exposar «el buit», el «no res», provocant un autèntic escàndol i causant una veritable commoció entre el públic i la crítica, que es va dividir entre admiradors i detractors fulgurants.

(*vid.fig. 10*)

L'opinió favorable de l'esmentat *Vila Casas* l'obligarà a explicar detingudament els motius pels quals defén la postura inquieta de l'artista francès, al qual considera un personatge molt ancorat en els temps que corren, fruit d'un desencís generalitzat i preconitzador de tendències que destruiran l'estancada que pateix l'art convencional.

Els músics també són notícia privilegiada en tots els números de la revista. *Xavier Montsalvatge*, atent a totes les tendències, s'encarrega de transmetre la crònica dels concerts de música clàssica (cal no oblidar la tradició operística de Barcelona), així com les transgressions d'aquesta (el jazz, ballable, popular, atonal,... del rock no se'n diu res). De bellnou els noms gloriosos: *Joaquín Rodrigo*, *Cristóbal Halfter*, *Narciso Yepes*, *Yehudi Menuhin*, *Von Karajan*, *Bernstein*, *Xostacòvitx*, *Arthur Honegger*, *Xavier Cugat*, *Victoria de los Angeles*, *Paul Hindemith*, *Béla Bartok*, *Benny Goodman*, *Mezz Mezzrow*, *Sidney Bechet* (tots tres clarinetistes de jazz), *Louis Armstrong*, *Dizzie Gillespie*, *José Iturbi*, *Oscar*

PANORAMA DE ARTE Y LETRAS

EL «CUADRO» YA NO EXISTE por VILA CASAS

LOS HECHOS

EL evanescimiento de la última exposición de Yves Klein en París, fué diferente a todos los otros.

La galería se abrió y el público entró en tromba. Perplejidad, desconcierto, aplauso y silbido. Algunos estudiantes de Bellas Artes — burbulla renacentista, ojo caído y pantalón de gruesa pana — voceaban su descontento. Uno de ellos, carboncillo académico en mano, avanzó resuelto hacia el muro blanco, dispuesto al garabato y a la maulatura. El expositor, judío, cinturón negro además de pintor, le cogió suavemente del brazo y le desaconsejó de hacerlo. Otros compañeros se cuidaron del resto. Dentro la sala, la gente apretujada, presenciaba el espectáculo con la pasión de una buena velada de ríngun.

Fuera, más de dos mil personas, empujaban para entrar. Algún vecino debió de telefonar reclamando orden. Los bomberos llegaron con la escalera larga y las mangas de las grandes operaciones. La policía, porra blanca en acción, organizó el cerco. A pesar del tumulto, no hubo víctimas de gravedad. Tarde, en pleno burullío polémica general y discusión acalorada, los grupos fueron disueltos, y se restableció el orden.

Estos fueron los hechos. Unos he-



Yves Klein, con Vila Casas, en la galería donde se celebró la exposición.

chos con expresión amorosa, una dama platino, respetabilísima. En contraste, el murmullo de un profesor de la Sorbonne se clavaba como una oración de últimas voluntades.

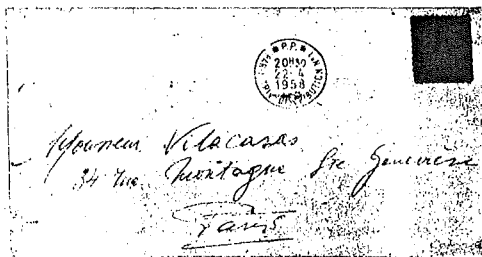
—Terrible. Hemos llegado a la descomposición perfecta. Tocamos ya el vacío absoluto. Después de esto, el suicidio.

estaban echados y la revolución — su revolución — en marcha, vislumbraba ya el derrumbamiento de una segunda Bastilla.

El factoso — éste de revolte — pintor atleta de treinta años y cara de hombre de bien, se llama Yves Klein. Ningún antecedente especial en su carrera, ni nada de precocidades anecdóticas de biografía de niño prodigio. Hijo de artistas. Como el especifica bien, padre figurativo y madre abstracta. Vocación, formación y orígenes, sin estridencias. A este respecto, Klein, no escinde a nadie las reproducciones de su representativismo de primera juventud.

UN SELLO KLEIN

El encauzamiento hacia la rotundidad planimétrica de Klein es relativamente reciente. En 1956, recibió la invitación de su sensacional exposición azul en París. La invitación, una cartulina azul ultramar, habíase enviado con sello especial. Sello Klein. Hecho sin precedentes en el correo postal francés, el sello del pintor era un pequeño cuadrilátero, azul compacto como el de su impreso. Hoy, en día, éste, debidamente matesellado, llega a cotizaciones altísimas en la colección



Un sobre con el sello Klein

chos que marcarían fecha histórica en el vasto universo de aquello que en lenguaje culto llamaríamos: civilización artística o mundo del espíritu.

DESPUES DE ESTO, EL SUICIDIO

Para el espectador, crítico y artista, habituado al régimen actual de ensis, el suceso revestiría la violencia de los cantos épicos de más dramático alcance. El grito era fuerte, y las consecuencias alarmantes, imprevisibles. El buen ciudadano francés experimentaba la angustia de los acontecimientos fatales, y el empuje intelectual, razonaba la responsabilidad filosófica del arte actual, frente a los tiempos que vivimos. El esnob frotábase las manos de gozo, mientras que un señor de edad avanzada, recordaba el precedente de escándalo de dos casos similares: la primera aportación impresionista en los sosegados salones franceses de comienzos de siglo, y el robo «escultórico» de Apollinaire al museo del Louvre.

Fuera de eso, jamás el parisense asistió a las Galerías de Arte de uno y otro lado del Sena, preparado y acostumbrado a emociones fuertes, hubiese sido dado, espectáculo semejante. Porque ni la violencia lineal geométrica de las composiciones cubistas, ni el golpe directo de la pincelada «flauve», ni dadaísmo, expresionismo, surrealismo, simbolismo alguno, abstracción comprendida, habíanse jamás atre-

—Apruebo el intento, pero me temo que hayamos ido demasiado lejos. Al igual que las últimas experiencias nucleares, este arte, tendría que estar severamente controlado y actuar único, exclusivamente al servicio de la humanidad, afirmó una conocidísima personalidad política.

Contrariamente a la costumbre, el crítico de un diario conservador, no tomaba ningún apunte.

—Puedo decir que en el transcurso de mis cincuenta años de profesionalismo crítico, he visto colgado de todo. Pintura modelada con arena, marquetaría o incrustaciones de las más inimaginables materias: vidrio, espejo, escombro de pescado, algodón, cuero viejo y atambre retorcido. Lo de hoy, no obstante, me es completamente nuevo — una exposición sin cuadros. La primera en París y en el mundo entero.

LA REVOLUCION EN MARCHA

Los entusiastas rodeaban al maestro, en plena euforia de triunfo. El éxito estaba asegurado. Era innegable que los «elastocistas» tradicionales, aquellos que por vocación o rutina, pintaban aún el cuadro o iban a verlo o a comprarlo, acababan de recibir un duro golpe. Golpe técnico de puño deportivamente especializado. La más terrible llave del judo, cinturón negro-pintor. Pues la exposición que acababa de abrirse, no contenía un solo cuadro. Solamente, las cuatro paredes desnudas

de «arureasa del filatélicoafortuna-

do. Ya entonces su actitud fué de choque. Una nueva escuela acababa de nacer. La de la monogromía unida. En ella, la abstracción del tema llegaba a los límites de lo absoluto y a la eliminación máxima. Arabesco, signo, línea, grafismo, composición, arquitectura y forma habían desaparecido bajo la mancha masiva y uniforme de la capa de pigmento azul cubriendo la totalidad de la tela. Su exposición constaba de diez obras. Diez cuadros hermanos gemelos rigurosamente parecidos los unos a los otros, idénticos en su tonalidad ultramar y en las dimensiones de sus formatos. Klein, acercábase en su intento, a la integración de lo que él consideraba esencial al oficio plástico de nuestro tiempo: la asociación mural de la pintura a la arquitectura y al espacio. Libre de toda influencia exterior aprendida y estereotipada, nungún hombre librábase en pionero al trabajo de demolición que habíase señalado. Demolición del adorno y del cuadro mal llamado «artístico».

Para su labor, el instrumento tenía forzosamente que ser de afilada y cortante mecánica. Un nuevo Monsieur Guillotin del arte actual, aparecía vestido de azul ultramar.

LA ELIMINACION DEL CUADRO

Esta fué su época azul. Desde entonces, fiel a sus principios, el joven atleta evangelista, ha proclamado su verdad a los cuatro vientos. Exposiciones, encargos, grandes premios y la culminación del emplazamiento de sus dos grandes plafones en azul liso al Gran Teatro del Gilschirichen en Alemania, podían haberle decantado hacia la flexibilidad, conservadurismo y sistema del hombre allegado. No ha sido éste su caso. Klein no abandona fácilmente su banco de ensayos. En la última experiencia, la de su reciente exposición, no puede hablarse de estacionamiento, ni mucho menos de retiro hacia las buenas maneras. En términos de judo, su ataque sería calificado de «profundamente mente incisivo».

Antes, Klein pintaba aun el cuadro. Sin argumento, dibujo ni línea. Sin nada. Todo liso. Pero cuadro al fin. El bastidor, la tela y el plátano para ser colgado existían, reales, palpables, evidentes. Hoy no Klein ha eliminado el cuadro. Hacia este necesario, urgente, el último estado, la prueba final, de su propio acuerdo: la descubierta del espacio blanco. Como para probar, que el único medio existente al artista de nuestro siglo para escapar al marasmo y confusionismo reinantes, es el retorno al punto de origen. Al cero inicial. Al orden.

Siento la responsabilidad de mi propia grafología encima el lienzo. Al pretender dividir la inmensidad espacial, el trazo, la línea, el punto, empujémece lamentablemente la belleza original. Este es el pecado del artista. El querer «hacer» imponiendo su voluntad, en forma de técnica, o expresión al clima virgen de lo intocable. El cielo es bello porque aturdidamente aún no se ha encontrado la forma de dibujar encima de él. No es forzosa e indispensable la vuelta al silencio poético de las superficies.

Su amigo le agradecerá un buen libro

Biblioteca RAIXA

le ofrece una selección de sus primeros 25 títulos reunidos por temas y en una atrayente presentación de libros para obsequio

De venta en librerías

ULTIMO TITULO PUBLICADO

INDAGACIONES POSSIBLES

Joan Fuster

Figs. 9 i 10. Una malèvola coincidència ha reunit en aquest treball els noms mítics d'Antoni Tàpies i d'Yves Klein. A la fig 9 (Destino nº 683, 9-XI-1950) tenim una elogiosa crítica de Joan Teixidor a la primera exposició individual de Tàpies a Barcelona. Passem a la fig 10 (Destino nº1089, 21-VI-1958) i llegim el succulent comentari de Vila Casas a l'exposició del buit presentada a París per Klein. Enmig d' ambdós articles, un apunt sobre l'església dels Templaris a Segòvia: la Vera-Creu. Val a dir que Yves Klein fou cavaller de la Rosa-Vera, templari convençut.

Podem així mateix comparar i contrastar les capçaleres de secció.

Esplà, Manuel Palau, Maria Callas, Igor Strawinsky, Arnold Schoenberg, Heitor Villa-Lobos, ...

I si la música i el teatre estan presents al **Destino**, un fenomen especialment característic dels anys '50 rebenta el gros de la informació artística: el cinema. Tant els reportatges i les entrevistes com la publicitat mereixen un interès cabdal pel que respecta a l'activitat de la indústria del cinema durant aquests anys d'esplendor. Una dècada màgica per al «7è art». Un temps de maduresa i activitat desorbitada. La influència universal de la pantalla activa la preponderància dels U.S.A. en la implantació de l'«American Way of Life» (que tan encertadament retrata *Josep Renau* als seus fotomuntatges). Els astres, les estrelles de les pel·lícules americanes, així com els directors, captivaran l'atenció del gran públic, àvid de notícies sobre les peripècies dels seus ídols: *William Holden, Audrey Hepburn, Orson Welles, J. L. Mankiewicz, Alfred Hitchcock, Glenn Ford, Alan Ladd, Peter Graves, Paul Newman, Tony Curtis, Janet Leigh, Diana Dors, Jane Russell, Laurence Olivier, Vivien Leigh, Ingrid Bergman, Bette Davis, Marlene Dietrich* (ja coneguda com «l'àvia del món»), *Anita Ekberg, Susan Hayward, Gene Kelly, Cary Grant, Robert Taylor, Barbara Stanwick, Henry Fonda, Errol Flynn, David Niven, Charles Laughton, Frank Sinatra i Bing Crosby* (tots dos cantants), *James Mason, Eleanor Parker, Debbie Reynolds, Jules Dassin, Maurice Chevalier, Juliette Gréco, Ives Montand, Edith Piaf* (aquests últims també cantants), *Ava Gardner, Gregory Peck, Robert Mitchum, Deborah Kerr, Stewart Granger, Richard Widmarck, Charlton Heston, Marlon Brando, Sidney Poitier, Rock Hudson, Yul Brynner, María Félix, Elsa Martinelli, Lucia Bosé, Vittorio de Sica, Carlo Ponti, Giulietta Massina, Federico Fellini, Vittorio Gassman,...* I ja més pròxims geogràficament: *Gila, Fernando Fernán Gómez, Carmen Sevilla, Lola Flores, Adolfo Marsillach, Alberto Closas, Núria Espert, Amparo Rivelles, Antonio Molina, ...*

Entre la immensitat d'informació cinematogràfica que ocupa l'espai de les revistes, podem destacar dos fenòmens que van brillar especialment al panorama global de la dècada:

les noces de *Rainero* de Mònaco amb *Grace Kelly* (1956) i la sèrie monotemàtica interpretada per *Romy Schneider* (l'any 1956 s'estrena «Sissi»). Una allau d'articles referents al casament del príncep amb l'actriu estan molt pròxims a la realitat actual, llevat que ara mateix les pàgines són ocupades per les filles d'aquells (qui no coneix, per les revistes, a *Carolina* i *Estefania?*).

La popularitat de les aventures principesques de «Sissi», especialment entre el públic femení més jove, ocasionà l'aparició d'un dels còmics per a joves més coneguts, i amb el mateix nom de l'heroïna dels films.

La re-descoberta de la bellesa femenina d'aspecte imponent vindria de la mà de les actrius italianes activíssimes durant el primer esplendor internacional del neo-realisme. El ressorgiment de la feminitat salvatge i quasi exòtica per la seua voluptuositat estan representats pels mítics noms de *Sophia Loren*, *Anna Magnani*, *Gina Lollobrigida*, *Silvana Mangano* i la sempre enigmàtica *Marina Vlady*.

La rèplica dels U.S.A. no va tardar en aparèixer, i les dones explosives amb cintura d'avespa constitueixen dos mites dels més grans dins del firmament de Hollywood: *Liz Taylor* i *Marilyn Monroe*. Possiblement degut al tarannà pudorós dels americans, també introdueixen el contrapunt als excessos exaltant les figures més quotidianes d'*Audrey Hepburn* i *Grace Kelly*. Aquesta última, elegant i snob, procedent dels alts estaments socials, havia nascut per convertir-se en princesa, i omplir amb els seus romanços pàgines i més pàgines de les revistes de caire rosa. Per acabar d'arrodonir aquest contrast entre els gustos de les multituds, apuntar els gestos provocatius de la sempre misteriosa i cenyida *Kim Novak*.

Un dibuixant especialitzat en cartells i anuncis de cinema per a revistes que va marcar amb els seus treballs (sempre molt difosos) un estil propi i personal va ser *Jano*. Els retrats d'aquells mites de la pantalla del cinema ja van, en molts casos, enllaçats directament amb els seus dibuixos, que conservem a la memòria com una imatge que reflecteix una forma peculiar

de tractament del retrat: treballs ràpids, en funció de la immediatesa per difondre la propaganda de cada nova pel·lícula. *Jano* també aportarà una calligrafia pròpia del seu estil.

El traç de la lletra i l'ornamentació dels textos aporten sistemàticament una ambientació del missatge, que passa de ser una informació merament verbal a desxifrar tot un conjunt de continguts molt més específics del tema representat. La il·lustració de la fig. 11 ens servirà per exposar gràficament aquesta idea. Cadascuna de les pel·lícules programades en la cartellera conté un tipus de lletra diferent, adequat a la situació i l'època reflectida pel film en qüestió.

(vid. fig. 11)

Aquest llenguatge basat en les imatges és universal, i està per damunt dels significats lingüístics verbals, ja que pot adequar-se a qualsevol idioma, almenys en tots aquells que fan servir l'alfabet llatí per comunicar-se gràficament.

I si hi quedava algun dubte respecte a la universalitat de l'alfabet llatí com a mitjà de comunicació entre els homes i els pobles, l'any 1956 la República Comunista Xina adopta oficialment les grafies de l'abecedari llatí, amb trenta lletres que substitueixen al complicat sistema ideogràfic d'escriptura xinès, compost per 3.000 signes imprescindibles (en realitat 60.000 per conèixer tots els existents).

(vid. fig. 12)

Mentre els 600 milions de xinesos d'aleshores enceten una integració a la cultura internacional de l'alfabet llatí, un estat creat en aquell moment per als jueus (l'estat d'Israel), recupera no sols la llengua dels hebreus, sinó l'alfabet propi històric d'aquesta llengua, manifestant així un intent de testimoniar llur identitat a tots els nivells (territori, llengua oral i escrita diferenciades, exèrcit propi), després de molts segles d'exode.

Una imperiosa necessitat de constatar la vitalitat d'una cultura que pràcticament s'havia

Un Grandioso Anticipo
 DEL MEJOR AÑO CINEMATOGRAFICO
MGM



LOS CABALLEROS del REY ARTURO
 (KNIGHTS OF THE ROUND TABLE)
 ROBERT TAYLOR • AVA GARDNER • MEL FERRER
 PRIMERA PRODUCCION M-G-M, EN
CINEMASCOPE
 EN *Magnifico* COLOR





MOGAMBO
 (MOGAMBO)
 CLARK GABLE • AVA GARDNER • GRACE KELLY
 COLOR POR *Technicolor*

MGM

FORT BRAVO
 (ESCAPE FROM FORT BRAVO)
 WILLIAM HOLDEN
 ELEANOR PARKER • JOHN FORSYTHE
Anisco Color





Rhapsodia
 (RHAPSODY)
 ELIZABETH TAYLOR • VITTORIO GASSMAN
 JOHN ERICSON • LOUIS CALHERN
 Sonido estereofónico PERSPECTA • Color por TECHNICOLOR

MGM

Todos los hermanos eran valientes
 (ALL THE BROTHERS WERE VALIANT)
 ROBERT TAYLOR • STEWART GRANGER • ANN BLYTH
 COLOR POR *Technicolor*





JULIO CESAR
 (JULIUS CAESAR)
 MARLON BRANDO • JAMES MASON
 JOHN GIELGUD • LOUIS CALHERN
 EDMOND O'BRIEN • GREER GARSON
 DEBORAH KERR

MGM

Fácil de Amar
 (EASY TO LOVE)
 ESTHER WILLIAMS
 VAN JOHNSON • TONY MARTIN
 COLOR POR *Technicolor*





..... PELICULAS **MGM** EN SU LOCAL PREFERIDO
 2

Fig. 11. El cinema es converteix, durant els anys '50, en el mitjà per excel·lència de transmissió d'obres artístiques. Model i reflexe dels canvis, exigeix unificació de criteris visuals i comercials. Les revistes, conscients de la preponderància del cinema, serviran de reclam i enllaç.

Els tipus de lletra representatius de cada pel·lícula han de reflectir el producte que s'ofereix. En la il·lustració, un cas entre els nombrosos mostraris de cartelleres apareguts a les pàgines d'aquells temps. (Destino nº 893, 18-IX-1954)

AL PIE DE LAS LETRAS

DOS LIBROS SOBRE TURQUIA

La reforma de la escritura china

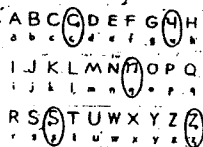
Si los dirigentes de la China comunista se salen con la suya, los chinos dispondrán de ese alfabeto que reproducimos para nuestros lectores. Y pasarán a la historia los 84.000 comunicados algnos de la escritura china siendo sustituidos por un alfabeto latino de treinta letras. No encontraremos ascari V y, en cambio, hay cinco letras añadidas para facilitar la lengua china. Esta revolución filológica, si es que llega buen día, será de efectos tan revolucionarios como la misma captación del inmenso país por el comunismo.

Según una leyenda, al comienzo de la civilización, un sabio llamado Cang Chich tomó como modelos los signos de la Naturaleza y escribió con ellos las primeras palabras. La escritura china fue taban tanto los objetos como las ideas. Durante muchos siglos, esta complejidad de su escritura ha hecho que los chinos permanecieran en un misterioso aislamiento, y por lo menos, contribuyeron poderosamente a ese aislamiento. Ahora, el dilema de escribir (pues sólo tenemos que pensar si nosotros mismos escribiríamos con facilidad si tuviéramos que desmenuar el dibujo de 84.000 ideogramas) hizo que las masas permanecieran incultas. Hoy día, sólo se venían por ciento de los 600 millones de habitantes de China sabiendo escribir. Se tardaría seis años en aprender los 3.000 signos imprescindibles para leer un periódico.

Mucho antes de que los comunistas se apoderaran de las masas, los eruditos y filólogos chinos trabajaban en la simplificación de su idioma, pero la mayoría de ellos querían conservar los antiguos caracteres ideográficos. Los textos se escribían en un idioma que no se podía enseñar a sus técnicos si éstos no entendían los libros. Por ejemplo, constituyó una verdadera pesadilla expresar en chino términos como «máquina de combustión», «reacción termoquímica», etc. Y, sobre todo, se encontraba con que no podían realizar una eficaz propaganda política. Pero por muy acostumbrados que estuvieran los comunistas a obedecer y ser obedecidos no podían lograr de un solo golpe que los 600 millones de chinos empezaran a entender su alfabeto latino. Tuviéramos que resignarse a adoptar la escritura tradicional quitándole ahora un trazo, luego otro. Así fueron simplificando los trazos necesarios para dibujar los 800 caracteres más usados.

Por lo pronto, han decretado la obligatoriedad del idioma común, lenguaje de los círculos oficiales y lenguaje para enseñar los cuatro dialectos chinos principales y a los 200 dialectos menores. Se obliga a las masas de casa y a los obreros a que estudien fórmulas para pronunciarse correctamente el mandarín. Para los comunistas, la reforma del idioma es tan importante, que la estudiaban ya mientras luchaban contra Chan-Kai-Shek.

En las primeras pruebas oficiales que han hecho —hace unas semanas— para introducir el alfabeto latino, han encontrado gran hostilidad o indiferencia en las masas que, a pesar del dominio comunista, muestra siendo de un rancio tradicionalismo en lo que al idioma se refiere.



El nuevo alfabeto chino

de habitantes): Italia, 8.004; Francia, 9.993; Inglaterra, 17.702. Pero la cosa es más peor, porque las ediciones son en España casi la mitad, en número de ejemplares, que en esos países.

Señala el señor Lasso de la Vega que está perfectamente documentado en este asunto, y del que son los datos antes transcritos, que no podemos obtener el 45 por 100 de la producción española se exportaría regularmente a América, de donde resulta que en España se viene a consumir un ejemplar por cada 18.000 habitantes.

Estos datos se guata sólo a los países de habla española en once millones de pesetas anuales en libros con destino a bibliotecas públicas. Por otra parte, los editores tienen que reunir a los productores para sostener su industria. Y se pregunta el señor Lasso de la Vega: ¿Dónde hay en España los 1.850 novelistas indispensables para que cada uno de los 550 editores matriculados puedan contar con tres novelas por año? Lo que podemos asegurarse es con Juan Lasso de la Vega, es que hay de sobra novelistas en el país que quieren su nivel debido, la producción librística crezca en número

En su prólogo a Historia de Turquía dice Philip Price, que ha habido muchos prejuicios contra Turquía y que es hora que estos desaparecieran, puesto que Turquía es el único baluarte digno de confianza con que contamos en Oriente Medio. Porque lo que defenderán los turcos, insiste el autor de este libro, es precisamente el modo occidental de vida.

La transformación ha sido extraordinaria y aunque no todos los especialistas en asuntos de Oriente Medio se han tanto de Turquía como Mr. Price, no cabe duda de que debemos otorgarle crédito, pues sus datos son de primera mano. En efecto, esta no es una historia académica, ni siquiera un libro de historia propiamente dicha, sino que el autor se ha propuesto mostrar cómo se ha desarrollado el Imperio Otomano y cómo está procurando el pueblo de la República turca resolver los problemas que le presenta su incorporación al mundo moderno, como reaccionan ante las amenazas externas y cómo han forjado sus alianzas y amistades con los países occidentales.

El autor es el Imperio Otomano y cómo está procurando el pueblo de la República turca resolver los problemas que le presenta su incorporación al mundo moderno, como reaccionan ante las amenazas externas y cómo han forjado sus alianzas y amistades con los países occidentales.

El autor es el Imperio Otomano y cómo está procurando el pueblo de la República turca resolver los problemas que le presenta su incorporación al mundo moderno, como reaccionan ante las amenazas externas y cómo han forjado sus alianzas y amistades con los países occidentales.



En Sarajevo encontramos al primero del que asistió al archiducado Fernando en 1914, desencadenando así la primera guerra mundial. También se entrevista allí el autor con el Beta-ul-Ulama, que es algo así como el «Gran Sacerdote del mahometismo», el principal eclesiástico actual con el pasado otomano de Bosnia.

«No olvide usted que Turquía se ha unido al Pacto del Atlántico», dice Rhoads, «y el santón le replica: «Hay los turcos, por desgracia, no son ya lo que eran. Si les conviene, se unen a quien sea.»

CONCURSOS LITERARIOS PREMIO DE NOVELA CATOLICA, DE ESCELICER

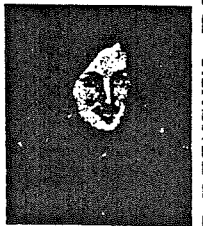
La Editorial Escelicer organiza en la Feria de Sarajevo, estableciendo como condición previa que haya sido de inspiración o intención anticatólica. Como premio que el Premio convocador por este año fue declarado desierto, este año convocatorio se extenderá dos: el Laurel del Libro 1956 y el Laurel del Libro 1957, debiendo cada uno de ellos con un alfiler de Oro en el que figurará el título de la obra, y la cantidad de cincuenta mil y setenta y cinco mil pesetas, respectivamente. Estos cifras serán conceptuadas, al mismo tiempo, como derechos de autor para la primera edición de los novelas premiadas, que serán publicados por Escelicer, S. A., dentro de su colección «El Duoblo».

Podrán optar al Laurel del Libro 1956 y al Laurel del Libro 1957 los autores inéditos escritos en castellano, tanto de autores españoles como hispanoamericanos, que ocupen una extensión mínima de 200 folios mecanografiados o dobles espacios.

La presentación de originales se hará indistintamente para los dos Premios convocados y será de la competencia exclusiva del Jurado la decisión de discretar los dos premios entre los dos novelas premiadas. Este jurado estará compuesto por siete miembros, cuyo nombre se hará público juntamente con el fallo definitivo.

Los Premios Laurel del Libro —según la base 6.ª— no podrán ser divididos ni declarados no desiertos. El plazo de admisión de originales terminará el día 31 de diciembre de 1956 y los premios serán otorgados el 23 de abril. Fiesta del Libro. Los originales serán enviados por duplicado a Escelicer S. A. Hacer 10 de agosto, s/n. Madrid.

Al mismo tiempo, Escelicer convoca otros premios llamados «Abel y Mery» y «Biblioteca de Lectura Ejemplares». El primero está reservado a novelas para jóvenes y dotado con 15.000 pesetas. El segundo, el segundo, para chicos y chicas, dotado con 10.000 pesetas, y extensión de 100 folios. Los dos premios de ambos Premios son las novelas (novela, novela, etc.) que para los Premios Laurel del Libro



FICHA LITERARIA GOGOL

Año 1829: «Eran Kuchelgar en la aldea de Dukánka»
Año 1835: «Arabes y miranos». El retrato, las memorias de un alienado, «El cazador» «Terns Pulbos» «Viv», «El espectro del Neva», «El inspector», «Extrema» «Presencia de» «Inspección» «Una excursión»
Año 1837: «El capote» «El» «Las cosas muertas»
Año 1842: «Las aventuras de» «Los asuntos muertos»
Año 1847: «Españoles» «Correspondencia con mi» «Amigo»
Año 1852: «Al fallar de» «Los episodios dramáticos» «Entre» «El Boas» y «Los jueces»
Año 1883: Aparece en San Petersburgo la mejor edición de sus obras completas.

EL LIBRO DEL DIA

El Jarama

LA PRODUCCION DE LIBROS ESPAÑOLES

SON dignos de mención los datos que aporta el ilustrado especialista don Javier Lasso de la Vega, en un reciente trabajo. Dice este bibliotecario, erudito y filólogo, que el estado actual de compra de los ejemplares y sobre todo la falta de reconocimiento jurídico de la biblioteca como servicio público merece ser estudiado en sus méritos y que los españoles no han adquirido el hábito de estudiar cotidianamente y de leer para recrearse.

Es cierto que en los últimos años hemos progresado muchísimo en la difusión del libro en España. Algunos escritores o basados generales, como don Pio Baroja, no pueden creer los ritos que hoy alcanzan algunos editores de autores jóvenes. Pero, de todas maneras, y en esto tiene mucha razón el señor Lasso de la Vega, nos hallamos muy retrasados en esto con relación a otros países. Por ejemplo, Hungría, un país de ocho millones de habitantes, con un mercado colosal con el que se representan las creaciones de autores españoles, que podemos afirmar el Atlántico, publica 6.722 libros al año con un crédito nacional de apenas 400 millones, por término medio, unas 3.500 obras, entre nuevas y reediciones.

Brusela publica 4.523 libros al año, Hungría, 3.804; Polonia, 4.602; Yugoslavia, 3.524 (para 16 millones).

VISITENOS SENSACIONAL OFERTA en PAÑOS RAMOS

PELAYO, 10 Junto Plaza Universidad



Miguel de Cervantes, grabado en la Biblioteca Nacional de Madrid

de títulos y de ejemplares en los términos que la cultura española necesita.

Y por otra parte, sería falta de voluntad para el Estado el no ayudar al libro en su aspecto práctico, ayudar los trámites a que hoy está sometida su producción. Por ejemplo, hasta ahora, un pretendido literario que los premios literarios había oprimido que grandes masas de público se interesaran por la novela española. Nunca se ha conseguido tal difusión de novelas escritas por españoles jóvenes, totalmente desconocidos. Por bien, ha fallado tiempo para que en sectores que por unas u otras razones tienen preferencia por los premios literarios privados, se haya formado en seguida ambiente contra ellos, hasta culminar en la reciente decisión de intervenir oficialmente en la concesión de dichos premios, con lo que se asegura a estos el dano que es de esperar.

Fig. 12. L'any 1956 s'adopta oficialment l'alfabet llatí (mínimament transformat per adequar-lo) a la República Popular de Xina. (Destino nº 992, 11-VIII-1956)

desintegrat obliga els jueus a desbancar-se de la corrent unificadora de l'alfabet llatí. Aquest és un clar exemple de la preocupació per l'aspecte formal de les lletres, i no solament del contingut lingüístic del missatge verbal en la seua component gràfica.

(*vid.fig. 13*)

Per finalitzar aquest recorregut a través dels esdeveniments internacionals de la dècada estudiada, apuntarem un darrer testimoni dels temes que més van preocupar al gran públic d'aleshores: els descobriments i avanços científics.

En successius capítols d'aquest treball d'investigació explicarem la gran quantitat de novetats revolucionàries que van canviar radicalment el concepte de la lletra impresa i els mitjans de comunicació en general. De moment, observant la *figura 14*, hi comprovarem l'impacte de notícia que tenia un tema com les noves tècniques contra la poliomelitis. També l'inici de les investigacions per dominar el càncer són notícia constant a les revistes (ja s'aconsella als fumadors que reparen en les possibilitats de càncer que aquest costum perjudicial augmenta).

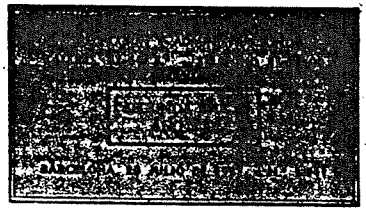
Havíem dit anteriorment que els experiments amb energia atòmica fascinaven a científics i governants. El mateix *Albert Einstein* donarà a entendre el seu posicionament al respecte, fotografiant-se amb la llengua fora.

Amb tot, la permanent obsessió estava en els experiments per controlar l'espai exterior. La cojuntura política de la guerra freda permet als enginyers i científics aeronàutics experimentar en immillorables condicions (tant els nord-americans com els soviètics lluiten esforçadament per guanyar la «cursa de l'espai»). El gran cavall de batalla radica en ficar el primer home a la Lluna. Aquesta cursa la van guanyar finalment, l'any 1969, els U.S.A. Però, als anys '50 s'estableix un curiós enfrontament, ja que les forces oposades aconseguixen triomfs parcials. Un dels més efectius combats per la possessió de l'espai el va guanyar l'U.R.S.S. quan va adelantar posicions llençant a l'espai exterior un animal i



DESTINO

NUMERO DE 40 PAGINAS • SEIS PESETAS



Desde que Israel se constituyó como Estado, el hebreo ha sido la lengua oficial

העברית העברית



El hebreo es un lenguaje endemoniado y difícil. Tiene alfabeto propio. Se escribe y se lee al revés de nuestras lenguas

CARTAS DE ISRAEL LA INTEGRACION DEL PAIS: LA LENGUA HEBREA CONTRA BABEL

por José Pla

LA RESURRECCION DE UNA LENGUA

DECIMOS en la carta anterior que a través de que explica el establecimiento de los judíos en Israel por sus el agua lo proyecta con sobre un país abandonado, eremático y estéril, de miles y miles de kilómetros de túberos para hacer llegar el agua hasta ellos, e intentar y el dinero han permitido si han obtenido ya grandes resultados. La zona norte de Israel (Galilea) lo muestra claramente a la zona central, donde se agotan, se agota, puede ya afirmarse que tienen el problema de agua resuelto. Ahora el agua está llegando a la boca del desierto del Neguev, desde del "Garden" situado a más de 400 kilómetros de la zona que se está colonizando en los momentos presentes. El agua,

pues, va bajando hacia el sur y alcanza ya el desierto poblado de tribus de beduinos y de caravanas de camellos. Donde llegan los judíos, o tierra eremática a verosísimos pocos meses. Esto, ha podido hacerse, se hace y se irá haciendo a base de un esfuerzo que no puede describirse. Esto equivale a una tensión constante que no tiene parangón probable, en el ámbito de la tierra. Lo repetiremos a pesar de ser un país pequeño, y una cosa muy seria. Pero esto es una explicación material de la resurrección de la nación judía. Hay alguna cosa más que explica este renacimiento. Israel es, en el mundo, un país que un número enorme, primitivo de sesenta y dos millones y tres millones de su tierra. Todos y cada uno de estos

Ni cetera completo el diagnóstico de la lectura psicología europea de nuestro tiempo si no se valora el actual momento de orgullo, de satisfacción, de confianza y de empavorecimiento en que viven múltiples sectores del pensamiento presente de Europa. El vuestro da una vuelta por los países que rodean a España y vuelve acostumbrado de las laceraciones de sus calles, de la intensidad de su tránsito, de la "proximidad" de los comercios, de la acritud de los establos, el crítico literario o artístico se estaba ante la vivacidad de los movimientos y de los quehaceres que contemplan en los círculos de nuestra familia europea, el intelectual goza regocijándose el poder y el empoderamiento de las grandes empresas automovilísticas, textiles, químicas, constructoras del área geográfica próxima a nosotros, el ideólogo y el bolchevique se hallan hoy en una de las saetas más elevadas y optimistas de toda la vida. Al observar los países que se están dando basta la justificación y la combatividad de los países europeos el ama de casa ante con frecuencia el impetuoso de nuevas máquinas domésticas, la adopción de comodidades nuevas y progresivas en lo doméstico, en la industria, en la agricultura o la turística. Estamos, pues, al borde de la concepción de que vivimos en el mejor de los mundos posibles.

Más, traslucido, conviene recordar que la tempestad de la crisis y condena de "Laudado", antes que borrar se hiciera medir los umbrales de esta existencia y le obligase a retroceder del optimismo superficial inducido por los conceptos. Quizá sería interesante con aquellos aspectos, los superlativos y externos de la realidad europea para el "hacer" cual es la sustancia y cual es el ser de dicha realidad. En su primer término, conviene contrastar con el escarabajo negro y brillante de las líneas de "Hoy", de los escaparates de París, de los coches y las viviendas modernas de Alemania, el cuadro de tantos problemas por resolver como lleva la Europa de nuestro tiempo: problemas económicos y humanos que saltan — si se desliza no tiene igualmente parcial y fragmentario — pero no olvidados del optimismo.

REFLEJOS

EUROPA, CON PROBLEMAS

Como podemos, en primer término, sentirnos felices por el progreso y el dinamismo material de Europa esta tonalidad caudal. Pensemos un instante en una familia de doce hijos que crece en la cárcel o en la zona común y meditemos el hecho que nos merecería escuchar de otros son la "real" realidad, estamos viviendo a manso villero. Este hecho nos muestra a depurados de espíritu de optimismo y aun de optimismo. Sin embargo, la realidad es la situación de la Europa de 1955 y ha seguido por correr un "blanco" sobre los muchos desaciertos cometidos en la liquidación de la última guerra y en el establecimiento de la paz.

Como el bolchevismo, sentirse cómodo y bienvenido en Europa mientras duraban las características y las indisciplinadas en el extranjero occidental como Francia y la guerra atravesaban situaciones críticas y penales. Hoy y hoy, del, don José María Pemán me citaba en "AB", "Muchos pretenden hacer ahora del canal de Suez como río de cabildo muerto, y aprovechar el cuerpo cabildo para por dar a Francia o Inglaterra el respeto, con la intención de venir con que los resultados se lo pierdan, en cuanto por den a los poderosos venidos a mundo. Máximo, nosotros, cuando al venir a menos esos poderosos venidos a mundo o menos en múltiples unidades, todos los europeos y aun todos los demás. El cabildo de cualquier progreso de los blancos que hace por una "Bolchevismo" del mundo de colores variados podría experimentar en la medida de los intereses cuando ha deteriorado el sistema de la versión, por efecto de la caída en algunas latitudes de la autoridad transitoria o regular, y si libre la más suerte de reconciliación con una de ellas termina en que se reanuda el hecho y se imponen

européas. Habría de contentar por fuerza en que aquellos momentos empapanan anular la integridad física y sus intereses. De hecho, la salida hacia distintos ante una plebe multitudes desde el "se" nación en un europeo como las otras o de si Europa el mundo más ancho que aquellos de potencia. El aceptar de que puedan darse situaciones de este tipo en el día de hoy constituye para un europeo una aceptación semejante a la del suizo personaje de cuento que decía que si hubiera un río para que a su enemigo le arrastrara los días.

El concepto total de la europoidad en su doble dimensión espacial y temporal, no puede combinarse con la tenacidad temporal y eterna de optimismo que existen en muchos almas. Los hechos demuestran lo contrario: frecuentemente salta y se desmorona el optimismo por la Europa de la postguerra. No es extraño de la Europa eterna el conmemorar la realidad que se rodea con optimismo que uno debe ver los aspectos negativos y desalentadores de nuestro mundo y que desde los sentimientos positivos que permanecen en sus "Luchas" los creados en gran parte por la miseria moral, por el descomulgado y el partidismo con que se han elaborado frecuentemente las máximas cuestiones que tenemos planteadas (por que nos hemos planteado los van dermeulen de una línea, la sin mirar a las batallas que se rodean con que nos hemos metido de la construcción de la paz sin recordar a los millones de prisioneros liberados por los "de" con que nos hemos creído ante la intensidad de guerra sin haber mirado en las instituciones y los principios destruidos por esta; con que hemos olvidado los restos del liberalismo económico sustituido sin considerar sus límites y sus límites morales).

Esto sería por lo demás lo más grave que podría ocurrir a la Europa inventora del derecho de la matemática y del racionalismo: perder la ley el número y la seriedad cuando se trata de juzgar su propia situación.

Fig. 13. Els signes de l'escriptura determinen marges racials i polítics: l'estat d'Israel adopta l'hebreu com a llengua oficial, i també el propi alfabet particular. (Destino nº 1.041, 20-VII-1957)



Fig. 14. Les portades de la revista que ara analitzem són sempre atractives i adequades. El ressò dels descobriments científics arriba a l'opinió general mitjançant les publicacions il·lustrades.

(Destino nº 923, 16-IV-1955)

mantenint-lo en òrbita. També els «Sputnik» marcaren època.

(vid fig. 15)

Astronautes i cosmonautes, americans i soviètics, els E.U.A. contra l'U.R.S.S., la guerra freda tant a la Terra com a l'espai exterior.

La preponderància mundial del model nord-americà resulta cada vegada més evident. I si l'«American Way of Life» s'universalitza, una preocupació comuna a tots els humans, símbol del progrés desmesurat i del nostre temps, està present en les investigacions submarines del comandament *Cousteau*: la conservació del medi ambient i de l'entorn natural. El «Calypso» era conegut per als lectors de **Destino**.

Finalitzem aquest repàs als esdeveniments mundials de la dècada de trencament amb una mínima reflexió sobre el concepte de «Joventut». Després d'imposar-se el model consumista, calia ampliar els mercats i l'oferta de productes. Tant els fabricants com els publicistes van saber introduir la possibilitat de mercats nous entre la gent jove.

Aquesta particular visió comercial de la joventut estableix un sistema de valors tendenciosos, ja que força l'individu a conquerir l'objecte del desig en el temps estipulat, supeditant al factor temporal uns altres paràmetres com: la reflexió, la tria, la selecció, el gaudi i la saviesa.

Cal recuperar l'admiració per l'experiència. La joia de la joventut no pot erigir-se en calibrador fonamental dels gestos i les accions. En aquest estudi sobre un temps passat hem pogut retrobar actituds dignes de tindre en compte en qualsevol moment. En tot cas, i per evitar malentesos, recuperem les paraules del pare *Alfons Roig*:

«L'amor al passat no ha d'impedir de cap manera l'amor a la vida, als seus riscos i llibertats. Una altra cosa és pur arqueologisme.»

LA ASTRONAUTICA COMO REALIDAD POR P. MATTEU SANCHEZ Y MARIO LLEGOT

OBJETIVO LA LUNA

LA EXPEDICION INTERPLANETARIA: 5 DIAS DE VIAJE EN ASTRONAVE

y III

CONSTRUIDA la Estación espacial en la órbita conveniente, y una vez dispuestas las astronaves, nos será permitido alcanzar nuestro primer objetivo planetario, la Luna.

EL SUEÑO DE XXV SIGLOS

Al pensar en la forma de las futuras astronaves, inconscientemente las imaginamos parecidas a grandes proyectiles, o sea completamente aerodinámicas. En este caso, nada más lejos de la realidad. No olvidemos que en el trayecto satélite artificial-Luna, y registro, no hay que atravesar ninguna atmósfera que pueda, por roce, frenar el movimiento de manera semejante a la resistencia que el aire opone a nuestros obuses de artillería.

No deben, extrañarnos, pues, las caprichosas estructuras que sus diseñadores dan a las astronaves futuras, en las cuales, como veremos, tanto las cabinas para la tripulación como los depósitos de combustible tienen forma esférica, ya que la esfera es el cuerpo geométrico que a igualdad de superficie tiene mayor volumen.

Según el proyecto de Werner von Braun, al que ya nos referimos en otros artículos, la expedición construida por cincuenta científicos y técnicos despegará en tres grandes vehículos de la Estación espacial, en donde se harán montado, al igual que una enorme casa prefabricada, con las piezas recibidas sistemáticamente desde la Tierra, utilizando los conos de tres etapas ya descritos.

Cada astronave tendrá unos 49 metros de altura y 14 de anchura. En la parte superior hay una enorme esfera dividida en cinco pisos, que alberga a los miembros de la tripulación. De arriba abajo, el primer piso está ocupado por el mecanismo de control, desde donde se puede regular el combustible, temperatura, presión, oxígeno y otros aparatos ímicos. Además, alberga la cabina para radio, que establece continuamente contacto con otras aeronaves y la Estación espacial. En el centro de este compartimento se dispone de un observatorio celeste. En el segundo

piso están montados los aparatos de registro y otros accesorios. En el tercero — que, naturalmente, es el más ancho — están los cuartos-vivienda de la nave interplanetaria, con las consabidas literas y un buen espacio destinado a cocina-comedor y demás dependencias. En el cuarto piso está instalado el principal tablero de mandos y unos armarios conteniendo aparatos de recambio y otros auxiliares necesarios para el buen funcionamiento de la astronave. En el último piso, aparte el espacio destinado a maquinaria, hay depósitos de agua, tanques de oxígeno, bombas de aire, baterías eléctricas y purificadores de agua, etc.

La esfera albergará a los astronautas no solamente durante los cinco días que durará el viaje de ida, sino que, debido a la bien acondicionada instalación, servirá de estancia provisional una vez alcanzada la Luna, en espera de una base definitiva.

Debido de la cabina de la tripulación se instalarán dos brazos metálicos, montados sobre unas guías circulares que les permitan dar un giro completo en torno al eje vertical del aparato. Durante el trayecto estos brazos permanecerán plegados contra el vehículo. En el extremo de uno de ellos irá montado un espejo solar productor de energía, y en el otro un disco radio-antena para ondas ultracortas.

En la base hay una batería de treinta motores-cohete, accionados por el combustible almacenado en dieciocho tanques de propulsión, que, situados en la parte media del vehículo, llevan más de tres millones de litros de hidracina, amoníaco y ácido nítrico. De estos dieciocho tanques, cuatro tienen un diámetro superior a diez metros. Estos últimos, una vez vacíos, son abandonados en pleno viaje. Aquellos cuyo combustible se ha gastado para el aterrizaje se abandonan en la Luna.

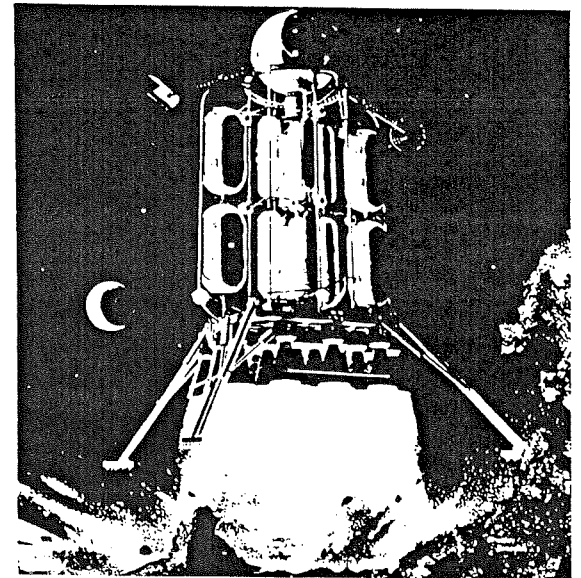
De los tres combustibles citados, el que presenta una mayor novedad es la hidracina, que fue descubierta en 1887 por el químico alemán Lurius y durante muchos años sólo se empleó en los laboratorios como reactor.

En las postimerías de la última contienda los alemanes se dieron cuenta de que era un combustible ideal para proyectiles-cohete y aviones a reacción. El «Messerschmitt 109» — primer avión alemán a reacción, que no lle-

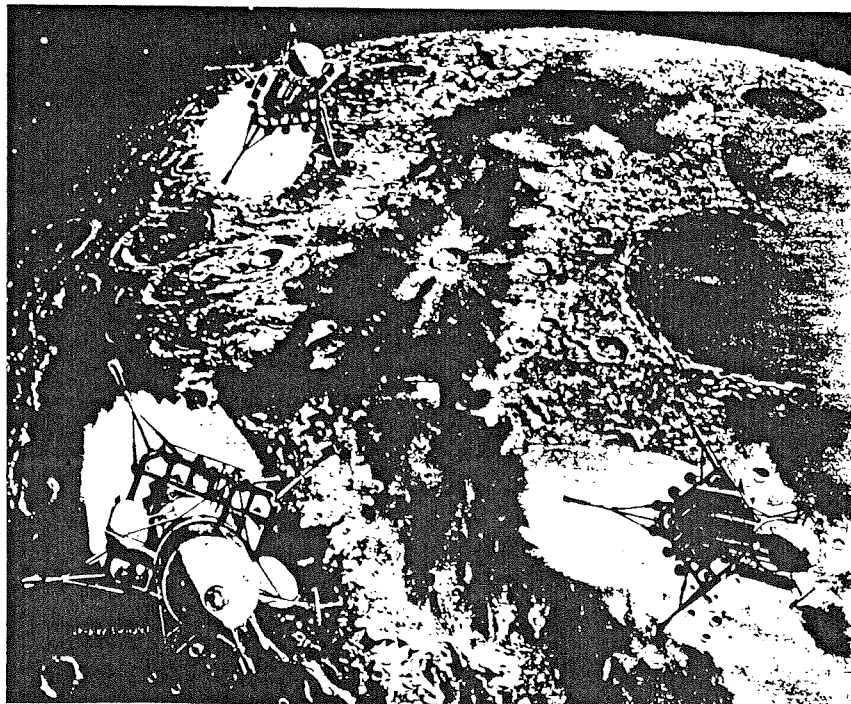
gaba a medir cinco metros de proa a popa, quemaba lo que se llamó «Substancia C» que era un compuesto de hidracina, agua y algunos mercurio, explosivo muy poderoso y, sin embargo, fácil de manejar.

Al igual que las armas «V» este carburante no cambió el curso de la guerra, pero su descubrimiento ha influido tanto en las bombas volantes al extraterrestre progreso de la Astronautica en los últimos ocho años.

La hidracina es un compuesto de hidrógeno y nitrógeno, o sea de los mismos elementos que integran el amoníaco. Fisicamente es un líquido parecido al agua, aunque tiene distinto punto de ebullición y diferente densidad. Los procedimientos de obtención utilizados por los alemanes han sido muy mejorados en estos últimos tiempos, apareciendo incluso en el mercado muchos derivados que tienen gran aplicación en varias



Las tres astronaves inician el aterrizaje en la Luna



Una astronave posándose en el suelo lunar

ramas de la industria, en la horticultura y en la medicina.

Una de las tres astronaves llevará solamente combustible para el viaje de ida, a fin de aprovechar el espacio suplementario como almacén de los equipos necesarios para la estancia en la Luna. Al regresar, este vehículo será abandonado en nuestro satélite.

HACIA UN MUNDO ETERNAAMENTE SILENCIOSO

Desde el satélite artificial partirán las tres astronaves con destino a la Luna. En teoría, la velocidad requerida para alcanzar nuestro objetivo será de 11.75 Km./hora, pero como los vehículos construidos junto a la Estación del espacio se hallaran ya animados de la misma velocidad que esta, bastará con un aumento de 3.890 Km./hora. Dicho aumento será alcanzado a los 15 minutos de haberse efectuado el despegue, e inmediatamente los motores dejarán de funcionar. La inercia y la atracción lunar harán el resto.

Como se ve, el gasto de combustible que así considerablemente reducido. La duración total del viaje de ida será de unos cinco días. Durante el trayecto los astronautas contemplarán un cielo absolutamente negro, en el que verán brillar al Sol — parecido a una gran boca de horno, completamente recortado en el cielo — junto a las estrellas, que presentarán un brillo fijo no parpadante, semejantes a pequeños discos. La Vía Láctea les parecerá como un enorme enjambre de miles de millones de soles que atravesara (uso el firmamento).

A medida que se alejan de la Tierra, esta se ofrecerá como un globo girando lentamente sobre su eje con su mitad iluminada, y sobre el fondo oscuro del hemisferio en tinieblas de la Tierra, el satélite artificial reflejará la luz del Sol bajo la forma de un punto brillante.

Mientras tanto, la Luna se agranda, y al primer día de navegación serán solados los últimos restos de combustible. A este fin, varias mecánicas provienen de adecuadas cantidades tendrán que salir al exterior y desconectar las esferas ya inútiles, abandonándose

Fig. 15. La lluna, als anys '50, esdevenia un objectiu en tots els aspectes: els poetes s'hi aproximaven més que els científics. La passada Guerra del Golf ens ha demostrat que la informació televisiva desvirtualitza completament la realitat. Ingenus o no, podem continuar imaginant una lluna poètica com a representant de móns inabastables.

(Destino nº 855, 26-XII-1953)

I.b.

El cas d'Espanya.

Ben allunyada de la nostra visió històrica es situa l'opinió negativa de l'escriptor *Jesús Moncada*, segons el qual l'Espanya dels cinquanta era com «un pou negre i sense fons».

L'entorn específic de la present tesi, tal i com resa el títol, s'enquadra al territori de l'estat espanyol. Una vegada hem concretat en l'apartat anterior els paranys internacionals d'aquella època, i després d'una relació esquemàtica de les constants mundials més destacables, passem a referir la situació dels espanyols mentre va durar aquella «dècada de trencament», que és com nosaltres qualifiquem i definim aquells anys. Insistim en la idea dels «indicis» que expliquen el temps present.

Per a *Jean Maheu*, els cinquanta són anys d'«alliberaments», l'època que va inventar la nostra societat actual.

Centrant-nos en la component plàstica referencial que esdevé el «leit-motiv» del present treball, descobrim una pauta estètica novedosa en cada capçalera, en cada anunci publicitari, en la majoria de les manifestacions plàstiques que seguidament utilitzarem per il·lustrar aquest capítol i la resta de l'estudi.

Certament no es pot dir que els cinquanta a Espanya van ser un moment històric privilegiat. Tanmateix, nosaltres volem reivindicar la màgia d'aquells esforçats creadors, el desig incessant que els movia per tal d'aportar novetats en tots els àmbits de la investigació i la convivència. Una maror d'efervescències recorre el discurs ocult d'aquells anys.

El «pou negre i sense fons» del qual parla *Moncada* podria ben bé aplicar-se-li a una dècada sense transformacions ni canvis substancials. No és aquesta insuficiència la característica dels anys '50. La foscor i la fondària existien sobretot en la misèria material i moral que van patir les capes socials més modestes, els treballadors més humils, i sobretot aquells republicans que no havien optat per abandonar la seua terra després de la Guerra. També fortes eren les prescripcions del govern i el paper censor de l'església. No obstant, ja veurem en els capítols successius amb quina subtileza i enginy treballaven els creadors per superar els límits imposats per part dels censors.

(*vid. fig. 1*)

Entre 1939 i 1975 governa a Espanya el dictador *Francisco Franco Bahamonde*, el «Generalísimo». Tant ell com la seua esposa *Carmen Polo* sovintegen les fotografies a les pàgines de societat en les revistes de gran tiratge.

Franco era admirador de *Joaquín Costa*, portentós polític aragonès que a les darreries del segle XIX propugnava la necessitat de construir pantans per donar cobertura a les zones agrícoles de regadiu. *Franco* portarà fidelment a la pràctica aquest ideal, i gràcies als primers acords econòmics amb els Estats Units (1953) comença una sèrie d'obres hidràuliques per ampliar espectacularment el mapa d'embassaments del territori espanyol.

Afeccionat als projectes mastodòntics (fidel seguidor de *Primo de Rivera*), *Franco* també s'aventura en la construcció d'una xarxa radial de carreteres, i en la mateixa línia desproporcionada gestionarà transformacions espectaculars de terrenys de secà en regadius (Plan Badajoz).

(*vid. fig. 2*)



Esa sensación de vacío que experimentamos cuando la memoria no acude a nuestras llamadas o las ideas se disipan sin poderlas fijar, es síntoma claro de desgaste cerebral.

La sensación de cabeza vacía es algo más que un símbolo, es el indicio de la falta de elementos que hacen al cerebro activo, ágil y, en definitiva, útil.

Estos elementos son: ácido glutámico, fósforo y Vitamina B₆, componentes de

FOSGLUTÉN

RECONSTITUYENTE CEREBRAL

C. S. 13.665

Pág. 37.—EL ESPAÑOL

Fig. 1. La il·lustració que presentem podria ben bé definir el malestar general que patia la societat espanyola recent inaugurats els anys '50.

(Setmanari El Español, 1953)



Fig. 2. La popularitat és l'eix fonamental propagandístic que pot mantindre una dictadura en el poder, a més evidentment de la força i la repressió de les llibertats. El «Caudillo» va optar per inaugurar pantans i preses, la qual cosa esdevenia algunes vegades motiu de mofa. També recorregué a peripècies espectaculars com el «Plan Badajoz», camuflatge d'interessos especulatis.

(Portada revista-butlletí Temas españoles)

Juntament amb els pantans i les carreteres, el «Caudillo» no cessava d'inaugurar obres desmesurades: l'any 1952 finalitza la construcció de la immensa «Universidad Laboral de Gijón». Dos anys abans, l'estat havia adquirit la majoria de les accions de la Companyia Telefònica a la multinacional I.T.T. nord-americana. Tots els mitjans de comunicació estaven al servei del règim, i cada article o llibre havia de passar forçosament la censura, tant la del règim com l'eclesiàstica.

L'organigrama de poder als ministeris franquistes havia tingut normalment un component majoritari de falangistes des que la Guerra Civil havia donat com a guanyador al dirigent del sector «nacional». Els anys '50 aportaran novetats i canvis substancials, introduint monàrquics, democristians, militars i tecnòcrates.

L'oposició al règim en l'exili (vertebrada sobretot pel P.C.E.) va patir un sobtat cop d'efecte quan el govern de Franco aconsegueix l'entrada com a observador a l'O.N.U., i posteriorment l'ingrés com a membre actiu (1955).

L'aparició d'una sèrie de publicacions un tant especials ens dóna eixa idea de renovació d'estructures que necessitava una societat excessivament encorsetada. El 6 de maig de 1952 apareix el setmanari «El Caso» (on estaven censurades les fotografies de cadàvers). En una altra línia d'humor negre destaca «La Codorniz», amb un grup de col.laboradors gràfics de primer ordre: *Mingote, Gila, Mihura, Paniagua,...*

Prendre-s'ho amb humor era l'única manera que existia per superar els entrebancs i, en molts casos, la fam. També es podia recórrer a la fe. L'any 1952 es va celebrar el XXXV Congrés Eucarístic Internacional de Barcelona. *Joaquín Ruiz Giménez*, aleshores ministre d'Educació, va ser un protagonista destacat de l'esdeveniment, el qual va reunir un milió d'assistents fidels als actes.

Les «cartillas de racionamiento» van desaparèixer just després del Congrés Eucarístic,

acabant així amb una funesta època d'estraperlistes que s'havien enriquit a costa del mercat negre d'aliments.

Algunes novetats indiquen una recuperació de les investigacions a l'enginyeria i la producció de bens de consum. El dos de març de 1950 es presenta oficialment el tren lleuger TALGO, d'invenió i fabricació espanyola. El mateix any es constitueix SEAT, companyia nacional d'automòbils amb patents italianes. Al llarg de la dècada, «Pegaso» comercialitza uns models de cotxes esportius de gran luxe, meravelles tècniques i de disseny que no van arribar a quallar en una marca pròpia per falta de visió de futur.

La dictadura imperant oferia exclusivament el tipus d'informació més convenient per al règim.

En el «II Consejo Nacional de Prensa» (12-XII-1954), el ministre d'Informació definia així la «llibertat d'expressió»:

«Lo primero que debemos esclarecer es el alcance y contenido de la libertad de expresión. De ordinario se consideran como idénticas la libertad de expresión y la libertad de Prensa o de divulgación. A nuestro juicio, dicha identificación es absolutamente improcedente. Se trata de un equívoco ante el que yo os ruego no paséis a la ligera, pues son dos conceptos que dicen relación a dos áreas jurídicas distintas. (...) La escala de valores del Movimiento arranca del hombre considerado como persona, y asciende a través de la familia, el municipio, el sindicato, el Estado, la Patria, la moral y el dogma hasta Dios Nuestro Señor, primer principio y último fin del hombre. Ahora bien: hay que distinguir claramente entre facultades individuales y facultades sociales».

El No-Do («Noticiaro Documental») transmetia solament missatges patriòtics i gens conflictius que distreien l'atenció dels espectadors mentre s'esperava el començament de

la pel·lícula del cinema. Esdeveniments d'autèntica transcendència com la guerra a l'Ifni (1957-58) eren amagats al públic per evitar les crítiques socials.

(*vid. fig. 3*)

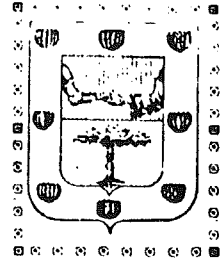
No s'exhibeix -per impossibilitat material-, i no obstant és patent en la ideologia franquista el desig de recuperar aquelles «glorias imperiales» que suposadament havien engrandit el nom d'Espanya en l'època dels descobriments i les colonitzacions. De tot aquell esplendorós imperi tan sols hi restaven unes mínimes possessions de territoris desèrtics a l'Àfrica Occidental, i actualment ens sorprén la insistència demostrada per aquell règim per tal d'introduir en l'educació infantil (amb unes voluminoses «Enciclopedia» de «1er, 2º y 3er grado») una visió de la història d'Espanya basant-se en el mite de la conquesta i la cristianització, en quan que de tot aquell Imperi només restaven uns terrenys pràcticament inhabitable a l'Àfrica més pobre.

Degut a la feblesa econòmica i l'aïllament en les relacions internacionals d'aquells anys autàrquics, al règim del dictador li resulta imprescindible conservar un contacte mínimament cordial amb el governant del país on existien encara les parcel·les colonials: el Marroc.

Dels lligams històrics que havien mantingut el contacte entre Espanya i el Marroc (en una situació de domini i desventaja per als africans, evidentment) tan sols restava la proximitat geogràfica. Però, aquest veïnatge significava una comunitat d'interessos que no podien perdre's.

En una portada de la revista *El Español* (un setmanari que comptava amb dues portades diferents per a cada número) podem entre-llegir, a partir de les fotografies, un cert recel del periodista en el comentari a peu de foto referent a l'entrevista del sultà del Marroc.

L'altra portada de l'exemplar (a la part dreta en la reproducció) critica els sistemes electorals democràtics imperants a Europa, amb un recurs comparatiu quasi exclusiu i de



« CHOCOLATE »

(Foto VERA)

Fig. 3. Les últimes colònies espanyoles a l'Àfrica van ser focus de tensions que eren silenciats metòdicament a l'opinió pública. L'enyorança del passat imperial obligava a mantindre uns terrenys estèrils i allunyats en tots els aspectes. La guerra de Sidi-Ifni no va servir ni tan sols per evidenciar aquestes insuficiències als partidaris de les colònies.

(Setmanari A.O.E., nº 551, 8-I-1956)

caire espiritual: «¿Votar es necesario?: Vivir es necesario».

(vid. fig. 4)

Pel que respecta a la informació hi havia, sobretot, el futbol. Una diversió emancipadora que adquireix el seu statu actual en aquell decenni. Hem vist i escoltat nombrosíssimes vegades el gol marcat per *Zarra* en l'enfrontament de la selecció espanyola contra l'anglesa. Sembla com si aquella gesta heroica hagués marcat a generacions senceres.

Arriben els primers estrangers. *Di Stefano* i *Kubala* es converteixen en personatges admirats en la seua vessant esportiva i d'homes populars.

El fenòmen social que provoca l'espectacle del futbol s'adverteix sobretot en els mitjans de comunicació. En els anys '50 existien, a nivells massius, solament les revistes i la ràdio.

Tot i tractar-se d'un esport, en el moment que deixa de ser-ho per convertir-se en un entreteniment de masses, el futbol abarcarà uns altres àmbits socials i econòmics. La construcció d'estadis de gran capacitat promogué campanyes d'importantes inversions immobiliàries.

(vid. fig. 5)

L'aportació a l'arquitectura i l'urbanisme d'aquestes manifestacions permeten als enginyers i arquitectes projectar i construir espais de grans dimensions que serviran als espectadors i afeccionats per poder contemplar les actuacions dels herois de cada equip.

Dins d'aquesta línia d'importantes intervencions urbanístiques, un tema realment preocupant i candent esdevenia la necessitat de construir habitatges per a l'allau d'immigrants que arribaven a la ciutat escapant de les dificultats del camp. Barris sencers i col·lectius artificials van deixar com a resultat la introducció de zones especialment conflictives a les rodalies de les grans urbs.



Fig. 4. Una singular distribució de l'exterior: dues portades amb notícies diferents. Una composició que recorda més un collage que no un espai compositiu de revista. Unes àmplies línies blanques que separen parcel·les i requadres amb textos de diverses tipografies.

(El Español nº 238, 21-VI-1963)

Club de Fútbol BARCELONA

SUSCRIPCION PUBLICA

de 100.000.000 de pesetas nominales en 200.000 obligaciones hipotecarias de 500 pesetas nominales cada una,

AL 7 POR CIENTO DE INTERES ANUAL

con impuestos a cargo del obligacionista, excepto el de timbre de negociación que será pagado por la Entidad emisora. Con cupones trimestrales vencimientos 31 de marzo, 30 de junio, 30 de septiembre y 31 de diciembre de cada año, siendo el primero a cobrar, íntegramente, el de 30 de junio próximo.

TIPO DE EMISION: 95%, o sea, ptas. 475—por título

Estas obligaciones son amortizables en veinte años a partir del primero de enero de 1960 y entre los títulos amortizados cada año se sortearán los siguientes lotes:

1 obligación con 100.000 pesetas de premio

4 obligaciones con 25.000 pesetas cada una de premio

50 obligaciones con 1.000 pesetas cada una de premio

El resto de los títulos serán amortizados al tipo de 110‰ y en caso de que se aumenten los precios de abono de las localidades del nuevo Campo, existirá una prima suplementaria de amortización.

RENTA LIQUIDA: 5,60%, aparte la prima de amortización

Esta emisión ha sido tomada en firme por un Grupo de Establecimientos de Crédito de Barcelona. En las Oficinas Centrales, Sucursales y Agencias de

Banco de Santander	Caja de Pensiones para la Vejez y Ahorro	Caja de Ahorros Provincial de la Diputación de Barcelona
Banco Soler y Torra	Caja de Ahorros y Monte de Piedad	

se reciben pedidos de suscripción desde el

1.º DE MAYO DE 1957

El Grupo de Establecimientos de Crédito se reserva el derecho de cerrar la suscripción en el momento en que haya sido solicitada la totalidad de los títulos ofrecidos.

Se gestionará la admisión de estos títulos en la Bolsa de Barcelona.

Fig. 5. Anunci a pàgina sencera de la campanya publicitària per finançar la construcció del «Nou Camp». L'únic aspecte interessant pel que fa a la vessant gràfica de la presentació en l'anunci és la severa estructura compositiva a base de lletres d'un sol tipus en diferents grossàries i tamanyos.

(Destino nº 1030, 4-V-1957)

Les obres socials, enteses com un fet caritatiu proteccionista i no com un dret dels ciutadans, resultaven insuficients i sectorials. La implantació de la Seguretat Social propicia l'entramat d'una xarxa sanitària que intentarà dotar d'hospitals i ambulatoris públics a tot el territori de l'estat. Els serveis mèdics entren així en un complex i penós aparell burocràtic dirigit (que no coordinat) per altes instàncies polítiques. La seqüela de tantes dècades d'irracionalitat sanitària segueix tenint actualment algunes conseqüències que no s'han pogut, sabut, ni volgut resoldre.

(vid. figs. 6 i 7)

La recuperació econòmica no alcançà els nivells anteriors a la Guerra Civil fins ben avançada la dècada. El final de l'època d'*autarquia* coincideix amb els primers ajuts nord-americans i la desaparició de la maligna «cartilla de racionamiento».

Alguns incidents meteorològics, dels quals no era culpable el règim polític, aguditzen les situacions difícils. La ciutat de València va ser l'escenari de la «riuada» més esgarrifosa de la seua història. Això esdevé a l'octubre de 1957. Un esdeveniment d'aquesta envergadura va propiciar una allau desmesurada d'informació gràfica, documents i opinions que també inclourem al present estudi, ja que la urgència d'imprimir les revistes durant aquells dies per transmetre la notícia de la «riuada» provocà algunes originals intervencions dels retoladors i dibuixants de textos impresos.

(vid. figs 8 i 9)

Una reflexió de Vicent Ventura extreta del catàleg «*Grupo Parpalló 1956-1961*» ens aproxima a la visió d'un intel·lectual respecte al període històric que analitzem:

«Sota qualsevol règim autoritari les dissidències, ni que siguen estètiques, són dissidències polítiques en la mesura que representen allò que les dictadures no es poden permetre: la

TEMAS ESPAÑOLES

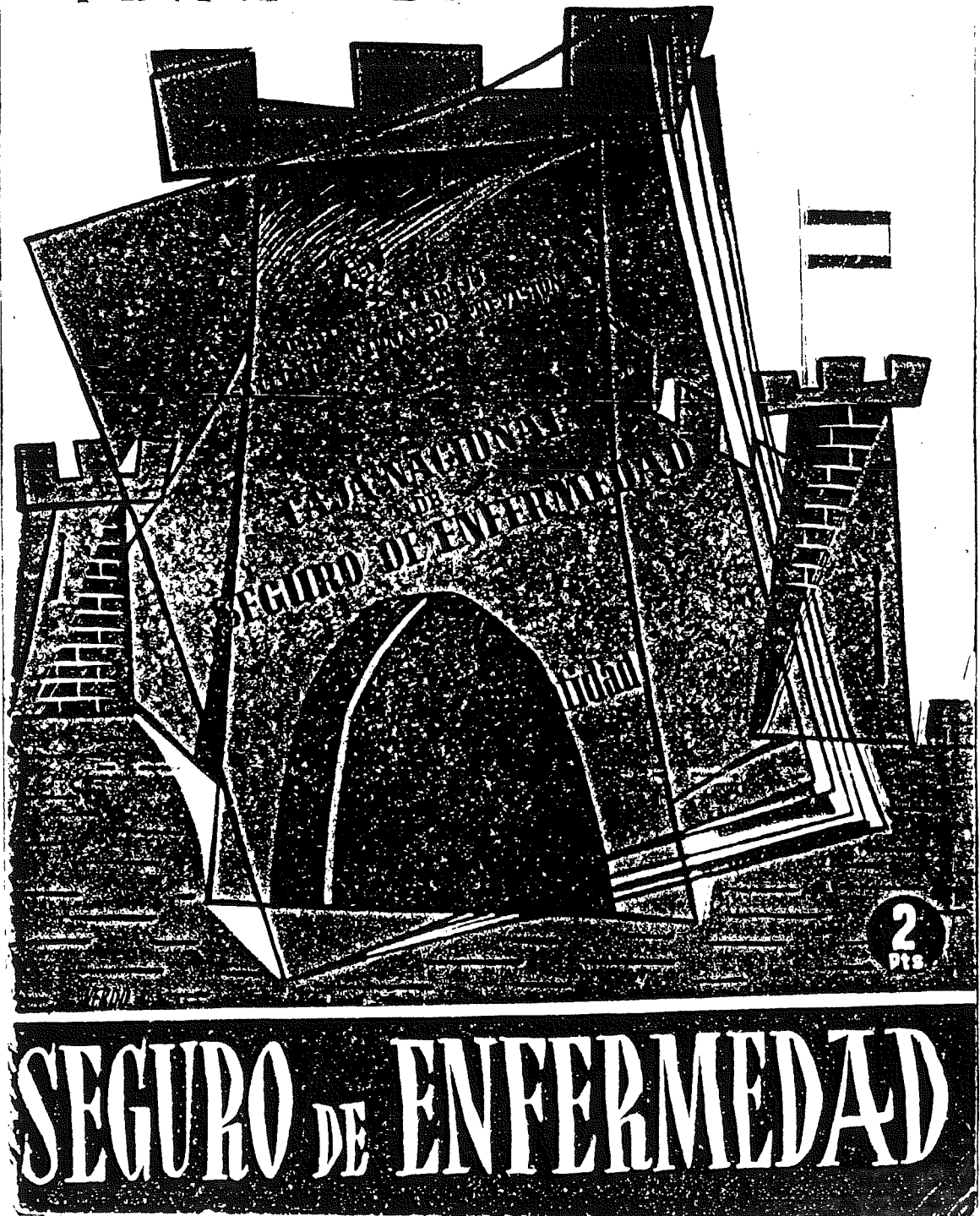
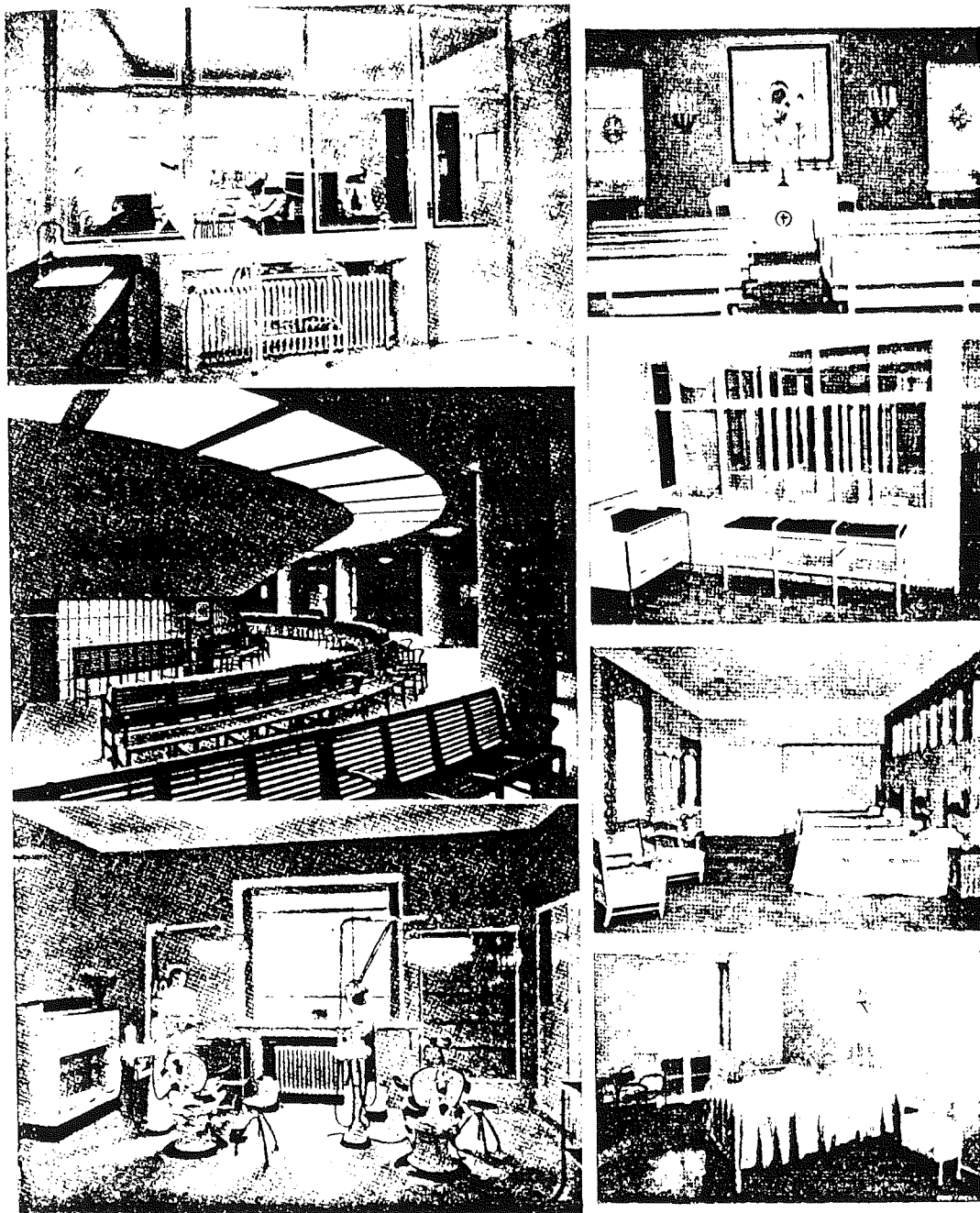
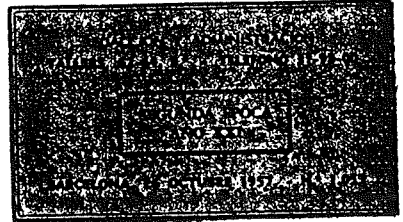
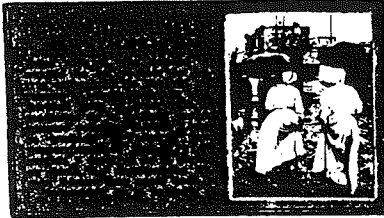


Fig. 6. Les portades de Temas Españoles pintades per Verdú són un bon exponent del contrast entre una idea espontània i novedosa front a una resolució francament fluixa. El text sempre està dibuixat.



Diversos aspectos de las instalaciones sanitarias

Fig. 7. Aquesta pàgina composta amb fotografies pertany al mateix exemplar de Temas Españoles que la fig. 5. El concepte de modernitat introduït amb feblesa pels arquitectes (materials, mobiliari, espais, línies, decoració) és també apreciable en la tímida renovació plàstica de les publicacions oficials.



BARRO Y LAGRIMAS EN VALENCIA

Reportaje de nuestro enviado especial
Fotos exclusivas de Ramón Díez y Vinasas

ARTURO LLOPIS



Este niño y el sórdido y triste escenario que encuadra su figura simbolizan las heras angustiadas sufridas por los habitantes del barrio de Mazarret cuando empezó a faltarles lo más necesario. El pequeño ha podido hacerse con unos panes y embutidos, provisión que atrae a coloso sobre el pecho, camino de su hogar demolido por la riada

CAMINO de Valencia, comienza a llover en Benicarló. La gente mira el cielo con sobresalto y desconfianza. «A lo mejor empieza de nuevo», comenta. Todos pensamos en lo mismo: en el Turia, en la ciudad del fuego damnificada por el agua.

En una estación de gasolina, el hombre que cuida de la bomba nos advierte que no encontramos nada en Valencia. Este «nada» se refiere a carburante para el vehículo y a comida para nosotros.

COMO EN LA GUERRA

Por la carretera damos con unos cuantos coches que proceden de Valencia. Se les

lodo. Son gente sin hogar que se refugia en casas amigas emplazadas en otros lugares. Trasladan lo poco que han podido rescatar de la catástrofe, de las ruinas del día 14, enseres inútiles, inservibles la mitad de ellos, pero que se empeñan en conservarlos porque constituyen el único recuerdo de algo que se llevó el agua para siempre.

Se trata de una multitud cobizaba que no comenta ni sonríe. Los vehículos la espican de lodo, pero nadie protesta. Hay soldados junto a esas caras tristes, números de la Cruz-Roja, bomberos, guardias, multitud de uniformes que el barro unifica; infinidad de muchachos que se han alistado voluntarios



Pocas cosas se han salvado de la hecatombe. En los barrios modestos, entre el lodo, hay los nostálgicos testimonios de unos hogares destruidos, de unos objetos queridos que muchas veces han llegado a sobrevivir a sus propios dueños

reconoce por la costra amarillenta y sucia que los cubre. Al aproximarnos a la ciudad flagelada, el tiempo se enturbea más y más y el cielo, blanco, viscoso, hediondo y resbaladizo, obliga a viajar despacio. Por Campanar entramos en la ciudad en luto. Delante de nosotros una larga hilera de coches y camiones, portadores de socorro y hombres, avanza penosamente en medio de un silencio impresionante y sombrío. Ha desaparecido la alegría valenciana.

A nuestra izquierda, casi rozándonos, marchan camiones cargados de lodo matuliente o atestados de objetos y mercancías dispersas, que van desde los sacos llenos de pan hasta las modestas mesillas de noche, enseres familiares que después veremos en la ciudad siniestrada prodigados entre el lodo, convertidos en masas informes de arcilla, objetos cuya dispersión causa una profunda tristeza, porque evocan la ternura tibia y confortable del hogar perdido.

EL EXODO

La muchedumbre aprovecha el curso abierto en el mar de barro por los camiones. Avanza silenciosa, enmismada y sucia por el

en la penosa tarea de limpiar Valencia y restañar sus heridas en lo posible, jóvenes de las organizaciones católicas, que llevan días sin dormir, con el pico y el azadón en la mano, sin querer ser relevados.

Lo que ahora vemos es el cuadro, tantas veces repetido, de los catastróficos exodos de los pueblos, de la masa flagelada por una horrenda hecatombe, que va de un lugar para otro, un poco aturrida y confusa, sin saber exactamente adónde se dirige.

MILES DE TONELADAS DE BARRO

En este lugar suburbial que se mira a Valencia-ciudad, contemplamos con horror los primeros testimonios de la catástrofe: casas derrumbadas, abiertas en canal o a punto de venirse abajo, roídos sus cimientos por la riada; montañas de barro oscuro, en medio de las cuales aseman ruinas rotas, cajas y sillones de muelle, tapatos de niño o ropa destihada e inservible.

Todo es barro, y el chip-chap de los pies al hundirse en él es el monótono rumor que durante unos días oremos por toda la ciudad con un ritmo pertinaz y obsesante, fatigoso y doliente.

Fig. 8. La «riuada» de València d' Octubre de 1957 provocà un moviment inusual entre les publicacions il·lustrades.

(Destino nº 1055, 26-X-1957)



FRANCO ADOPTA A VALENCIA

En el Consejo de Ministros celebrado en Barcelona recientemente, el Caudillo Franco anunció su decisión de adoptar a Valencia. Conocedor de la tragedia de nuestra ciudad, Francisco Franco, Jefe del Estado español, resolvió decretar su adopción. No son palabras vanas. La adopción por el Caudillo está escrita en leyes y decretos. Tiene una importancia extraordinaria, encierra un alto significado, supone una suerte muy considerable de beneficios. En su visita a Valencia, Franco apreciará que su adopción es el mejor consuelo y la mayor esperanza que nos queda, después de lo que las aguas del Turia desbordadas se llevaron.

(Foto Pizanes)



Fig. 9. En contrast amb la coherència periodística d'altres publicacions estatals, el tractament de la «riuada» de València per part dels informatius locals ratllava de vegades la frontera de l'absurd.

(Clima nº 149, 26-X-1957)

insubmissió. Una dictadura funciona en la mesura que les adhesions són incondicionals i majoritàries. I en la mesura també en què la por imposa als desacords més encara que el silenci la resignació».

Compartim l'opinió de *Vicent Ventura* pel que fa a la impossibilitat moral i material d'expressió que caracteritza les dictadures.

La precarietat econòmica i la repressió política dificultaven enormement el contacte amb l'exterior, que podia haver servit per dinamitzar el minso panorama cultural. Tot i això, els pocs elements que aconseguiran eixir a l'estranger introduiran bona part del repertori que ja es respirava especialment a Europa, un continent que estava recuperant-se a marxes forçades de les destrosses provocades per la segona guerra mundial.

L'apertura que segueix al lamentable període d'«autarquia» vindrà també servida pel fenomen turístic. Als darrers anys de la dècada s'inicia la promoció del turisme internacional, amb uns plantejaments exclusivament folklòrics. Al cap i a la fi, es promou un model de turista que desitja i agraeix la tranquil·litat, desentenent-se així de la problemàtica dels nadius.

Tot i tractar-se d'un tipus de turisme poc exigent, el qual s'acosta a un territori que considera exòtic (degut a la imatge estesa pel règim), aquest contacte amb els forasters obliga a modernitzar certes posicions estètiques dirigides a un públic europeu i americà que ja viu i reconeix les novetats estilístiques (referint-nos a les publicacions i el material imprès en general: cartells, pamflets, imatges de marca,...).

(*vid. Fig. 10*)

La tímida apertura a les corrents estètiques i comercials internacionals una vegada finalitzat el preocupant temps de l'autarquia (primers acords amb els Estats Units en 1953)

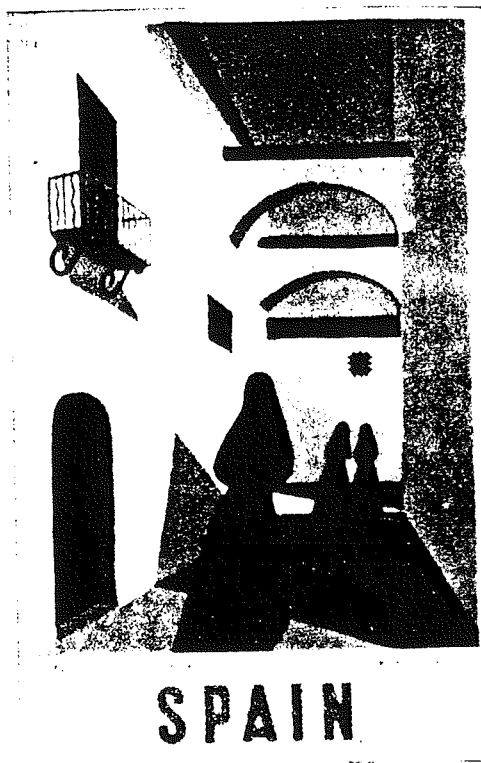


Fig. 10. La imatge de marca «Spain» per als cartells turístics encara no s'havia unificat en aquells incipients anys del «desarrollismo». En les quatre mostres que presentem apareix aquest nom escrit de quatre maneres diferents, sense una tipografia definitiva.

De Cusa Ramos (1960)

transformen la pobresa plàstica imperant i auguren una època d'excel·lents resultats gràfics, si tenim en compte el desfassament que s'havia produït després de la Guerra Civil.

Un bell exemple d'aquestes innovacions el trobem en la publicitat de les conegudíssimes «gafas Amor». Un nom extravagant si considerem la procedència francesa de la marca. La convincent distribució dels espais així com la perícia demostrada pels publicistes de l'agència O.E.S.T.E. es conjuguen amb un resultat de digníssima qualitat i factura.

La riquesa amb la qual es combinaran una gran quantitat de tipus de lletra diferents i l'ordenació de l'espai compositiu per aconseguir que tots els textos possibiliten la lectura transmeten una idea que estarà present al llarg del nostre estudi: l'inici d'un nou comportament visual en el material imprès de les revistes espanyoles dels anys '50.

(*vid. figs. 11 i 12*)

Ja havíem indicat anteriorment (cap. I, pàr. a.) la magnitud dels avanços científics verificats durant la dècada dels '50. El descobriment, l'experimentació i la posterior comercialització dels nous materials industrials produeix una sèrie de canvis radicals en els usos i costums quotidians d'aquells que podien permetre's l'ús i gaudi dels productes de fabricació més actual.

Els plàstics estaven revolucionant el mercat americà en tots els àmbits de producció.

El plàstic es convertirà en el suport material del nou món.

Pel que fa al nostre entorn, la campanya d'introducció del tauler plàstic «Formica» al mercat espanyol s'efectua dotant d'una imatge realment moderna al logotip, i utilitzant sovint tan sols les lletres de la marca per executar la composició definitiva.

La diagramació, a base de text, trenca en aquest cas amb tots els motlles compositius anteriors, i demostra una vegada més que les grans imatgeries del nostre segle són reflexe directe normalment dels successos als camps de la publicitat i la imatge impresa. La gran

Las gafas prácticas y estéticas



DE AMPLIA VISION
Y AJUSTE PERFECTO



Las Gafas Amor se ajustan naturalmente a todos los rasgos fisonómicos.



Ligerísimas, se manejan y llevan sin sentir las. Funcionales, su estructura es fuerte, resistente, adaptada a la visión y el rostro. Estéticas, su línea "moderna" sigue con gracia la de las cejas. Científicas, aseguran la perfecta corrección de la vista.

Las Gafas Amor, al gusto internacional, con sus grandes cristales, llevan como "seguro" en éstos, dos amortiguadores de choques, que son a la vez "embellecedores". Llevan también plaquetas antideslizantes. Su montura está EXENTA DE TORNILLOS. Los cristales quedan inamovibles por sujeción electrónica. De un modo natural, las Gafas Amor permanecen colocadas en posición correcta. Confieren distinción y simpatía. Son de gran calidad y comodidad.



LAS GAFAS
"Amor"
ELEGANTES PARA TODOS Y TODAS

Montura Gafas "Amor"

Enchape-oro 50/1000

Sin aros, ptas. 300.-

Con aros, ptas. 325.-

ADQUIERALAS EN LOS ESTABLECIMIENTOS
DE LOS OPTICOS DEPOSITARIOS OFICIALES

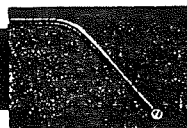
Articulación
sin salientes.

Bolas suaves
estabilizadoras.

Plaquetas fijado-
ras funcionales.

Amortiguador
de choques

Inscripción
de garantía.



INDO

INDUSTRIA NACIONAL DE OPTICA. S. A. - MADRID-BARCELONA-SEVILLA-VALENCIA

Fig. 11. Les lletres cal·ligràfiques de la part superior de l'anunci estan en consonància amb el primer logotip de les ulleres «Amor».

(Destino nº 849, 14-XI-1953)

¿Tienen sus hijos la visión perfecta?

De cada tres niños, uno padece defectos de la vista, que repercuten en sus juegos, sus estudios y su carácter.



M X H E Z F A W N
Y B N F K O L D I
B X H E B ? D
H E T O V B
C H K U
N O E
K C

Muchos defectos de visión tienen fácil remedio acudiendo a tiempo al oculista. Si a la distancia indicada sus hijos pueden leer fácilmente las dos primeras líneas del cartel, cabe felicitarle. Pero, aún así... es más seguro acudir al oculista.

Si prescribe gafas al niño, no se disguste. Siendo gafas **AMOR** las llevará sin darse cuenta. Son modernas, ligeras y a toda prueba. Y con cristales **FILTRAL**, que eliminan las radiaciones nocivas, sus gafas serán las mejores que existan.

Monturas gafas **AMOR** Junior
con aros:
Monel Ptas. 200.
Enchape oro 20/000 Ptas. 250.
Enchape oro 50/000 Ptas. 325.
Sin aros:
Enchape oro 50/000 Ptas. 300.

Amor
para los niños

MODELOS ESPECIALES

Recorte y fije este cartel en la pared, procurando que quede bien iluminado.

SITUE A UNO DE SUS HIJOS
A LA DISTANCIA DE 3 METROS

Dígale que lea con el ojo derecho, cerrando el izquierdo y luego con el izquierdo, cerrando el derecho, todas las letras de la primera línea y a continuación todas las de la segunda. Si no lo consigue, **ES IMPORTANTE** acudir al oculista. Haga esta prueba con todos sus hijos. Háganla Ud. mismo y sus familiares.

Usted quiere garantía; no engaño. Rechace las imitaciones, aunque lleven nombres parecidos. Exija la marca **AMOR** grabada en el interior del puente.



INDO

INDUSTRIAS DE OPTICA, S. A. Madrid · Barcelona · Sevilla · Valencia

**ADQUIERALAS EN LOS ESTABLECIMIENTOS
DE LOS OPTICOS DEPOSITARIOS OFICIALES**

Fig. 12. Amb el nou logotip de la marca «Amor» s'introdueix una vessant innovadora del text cal·ligràfic: la lletra expandida minúscula i cal·ligràfica. El tauler de tamany utilitzat pels examens òptics enriqueix el material tipogràfic de l'exemple.

(Destino nº 949, 15-X-1955)

massa ne gra que cobreix tot el fons i també els ritmes repetitius dels requadres amb l'anagrama del producte, ens traslladen a un instant de la història replet de registres expressius que encara no hem sabut valorar i apreciar en tota la seua complexitat.

(*vid.fig.13*)

La introducció de nous models de pensament i comportament, que constitueix un fet als països més avançats durant aquella dècada, tindrà repercussions secundàries en el nivell de vida dels espanyols. El consumisme a ultrança constituirà des d'aleshores la marca de registre de la societat occidental. Els nord-americans introdueixen la cultura de les quatre rodes, ja que el cotxe es converteix en signe identificatiu imprescindible per a una societat d'amplis espais i mancada de temps.

Algunes marques internacionals distribuïen els cotxes al territori de l'estat. Excepció feta del popular Renault 4, en la majoria dels casos es tractava de cotxes amb dimensions desproporcionades i de gran consum, assequibles tan sols per a uns pocs privilegiats.

La primera versió espanyola del cotxe per a un mercat de majories (fabricació nacional d'una idea autòctona) va ser el «Biscúter». Espècie de recipient menut amb unes diminutes rodes i aspecte encongit. I no obstant, les famílies s'encoratjaven per aconseguir aquest «utilitariu», demostració patent d'una economia familiar satisfactòria.

(*vid.fig.14*)

El primer SEAT 1400 va eixir de fàbrica l'any 1953. Però aquest no va ser el distintiu mòbil de les generacions següents. Haurem d'esperar a 1958, quan comença a fabricar-se per al mercat espanyol el SEAT 600 (una patent italiana importada) que revoluciona el parc mòbil quasi inexistent a l'estat espanyol. Durant molts anys aquest «600» es va convertir en signe identificatiu de diverses generacions. L'apariència quasi festiva del seu disseny està

ALAS-BILBAO

FORMICA
MARCA REGISTRADA

FORMICA
MARCA REGISTRADA

FORMICA
MARCA REGISTRADA

FORMICA
MARCA REGISTRADA

LA MARCA DEL TABLERO PLASTICO

FORMICA
MARCA REGISTRADA

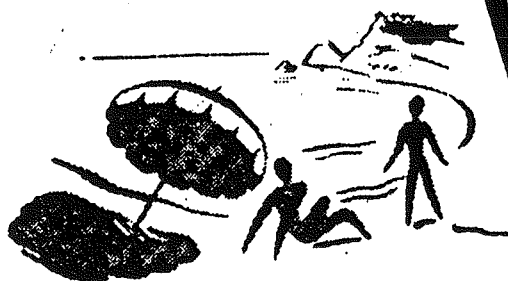
FORMICA

DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS PLASTICOS, S. A.
PUERTA DEL SOL, 10 - MADRID

Fig. 13. Un «revolucionari» concepte compostiu es perfila als ritmes d'aquesta realització de l'agència Alas-Bilbao.

(Destino nº 1160, 31-XI-1959)

para todos los climas...



Gala



Biscuter
200-A

..un "utilitario"
"cuatro ruedas", que
siempre le hará la
vida más agradable.



42-943-A

hoy y puede adquirirlo en 18 mensualidades,
sin aval ni fiador. Consultenost! Valencia, 127 - Tel. *39 16 06

Fig. 14. El Biscúter es converteix, abans d'imposar-se el «600» i la «Vespa», en sinònim d'«utilitari» per a públic de majories. Un vehicle urbà de quatre rodes amb la potència d'una motocicleta i la carrosseria de llautó.

(Destino nº 978, 5-VI-1956)

molt en consonància amb el caràcter mediterrani de llurs creadors i d'aquells que el van importar per fer-ne un símbol de progrés.

El vehicle que estava a l'abast de tothom era la moto, i en aquest sector els fabricants espanyols sí que han sigut capdavanters al llarg de moltes dècades. El gran impacte fou una vegada més de procedència italiana: la «Vespa», un concepte que ha perdurat fins als nostres dies.

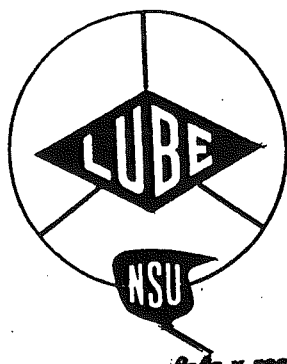
La motocicleta fou dominant en l'àmbit estatal. Cal destacar una vegada més la funció de les agències publicitàries, les quals presentaven el producte d'una manera atractiva, utilitzant un discurs de traçat geomètric quasi enllaçat amb els atreviments constructivistes dels anys vint als moviments centre-europeus. En la reproducció de la fig. 15 tenim un exemple d'extrema senzillesa amb un component diagonal que activa l'estructura vertical-horitzontal primigènia.

(vid.fig. 15)

L'exercici de la dinàmica consumista (tot i tractar-se d'un moment inicial) sumat a la sequera en l'agricultura d'uns quants anys, provoca l'anomenat «èxode rural» cap a les ciutats. La construcció absorbeix en gran part la mà d'obra no qualificada recent vinguda del camp. Les fàbriques s'encarregaran d'assimilar-ne la resta. I queda per cobrir el sector dels serveis, públics i privats.

És durant aquesta dècada que s'inicia la massiva implantació dels «cursos a distància». Un mètode d'ensenyament basat en la lectura i l'estudi individual, sense professors per assessorar i ensenyar, amb unes premisses mínimes per adequar-les al nivell mig dels possibles subscriptors. I destacarem, per la ferma implantació assolida, l'activitat del CCC (Centro de Cultura por Correspondencia), l'anagrama del qual podem veure actualment en els anuncis de nombroses publicacions, conservant l'eficàcia del primer moment.

la motocicleta "utilitaria"...



ordenada y realizada con
el utillaje y maquinaria más
moderna y rápida, nos
permite ofrecer al usuario
capacidad en moto de
más larga vida...

y lo que es más interesante...

la más económica 13.590 ptas.

VUENE EN FERIA EN OCEANO

CONCESIONARIO
motolube
Gala
Barcelona, 190 - tel. 39 67 91 - Barcelona

Lube
LUBE NSU, S.A.
FABRICAS EN LUCHANA (VIZCAYA)

Fig. 15. Les marques espanyoles de motos han sabut imposar des de sempre una presència privilegiada dins del mercat nacional. En l'exemple de la il.lustració, facturat per l'agència «Gala», la claredat compositiva ha trencat amb l'estereotip convencional de diagramació.

(Destino nº 1030, 4-V-1957)

(vid.fig. 16)

L'energia i el moviment seran aplicats, a més dels transports, dins l'habitat de convivència familiar. L'electricitat i els electrodomèstics supliran al carbó i reemplaçaran el gas en la majoria dels casos.

La campanya propagandística de les llavadores «Bru» estava basada en l'«alliberament» de les dones. Desestimant el tipus d'«alliberament» que podia propugnar aquesta marca, una cosa és ben certa: el postulat sistemàticament renovador de la imatge publicitària estès per la susdita campanya.

(vid.fig. 17)

L'atracció subliminal envers la novetat dels aparells d'ús domèstic evidencia un comportament consumista d'àmplia repercusió social.

Els concursos i els premis ja poden abarcar una gran quantitat de seguidors, gràcies a l'audiència massiva dels programes de ràdio i de les publicacions il·lustrades. La Televisió acaba d'inaugurar el seu camí cap al triomf absolut sobre la resta dels mitjans de comunicació de masses (les primeres emissions de TVE daten del 1956), però no assolirà un paper predominant fins haver passat uns anys d'assentament.

Les imatges dels electrodomèstics en les revistes il·lustrades captiven l'atenció de cada mestressa de casa la qual, assetjada per la necessitat recentment «creada» d'un aparell, s'inicia en la quimera obstinada dels concursos, reomplint targetes i col·leccionant cupons.

Cal assenyalar en aquest sentit que les instruccions per participar en els concursos havien d'ésser confeccionades amb la suficient subtileza per conjuntar una atractiva presentació amb la simplicitat adequada.

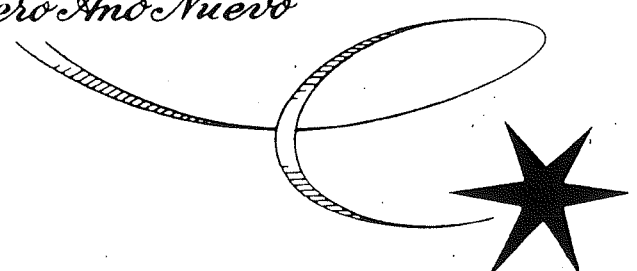
(vid.fig. 18)

SON UN PRODIGIO DE TÉCNICA Y DE EXPERIENCIA: UN ALARDE DE CATEGORÍA

CCC

**CENTRO DE CULTURA
POR CORRESPONDENCIA**

*Desea
a sus innumerables alumnos
y amigos, y a usted, unas muy
Felices Pascuas y
Próspero Año Nuevo*



NO OLVIDE QUE UN REGALO DE "CULTURA"
ES UN RECUERDO DELICADO Y UTIL
UN REGALO PARA SIEMPRE

*Los cursos CCC — con discos o sin discos — en estuche de lujo
INGLES, FRANCES, ALEMAN, LATIN, y SOLFEO y ACORDEON, son
EL REGALO IDEAL*

Hallará también estos cursos
en los buenos establecimientos.

Asimismo, los demás cursos CCC proporcionarán
alegría y agradecimiento:

**CONTABILIDAD • CALCULO • ADMINISTRADOR • SECRETARIADO
• TRIBUTACION • REDACCION • TAQUIGRAFIA • CORRESPONSAL •
MECANOGRAFIA • CULTURA GENERAL • ORTOGRAFIA • DIBUJO
• JUDO • RADIOTECNIA • CORTE Y CONFECCION •**

Todos los cursos CCC tienen calidad y categoría;
SON UNICOS

CORTE O COPIE Y ENVIE ESTE CUPON

Envíeme información GRATIS sobre el curso, o cursos, de

NOMBRE _____

DOMICILIO _____

POBLACION _____ PROVINCIA _____

REMITASE A: **CCC APARTADO 108 (P-144) SAN SEBASTIAN**

EL MAXIMO PROVECHO CON EL MINIMO ESFUERZO EN CCC

CCC ES INCOMPARABLE PARA APRENDER EN SU PROPIA CASA • LOS CURSOS CCC

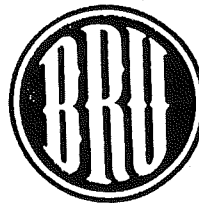
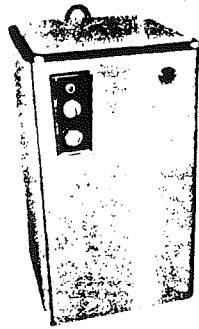
- DELEGACIONES**
- MADRID**
Preciados, 11
- BARCELONA**
Av. de la Luz, 48
- VALENCIA**
G. Sanmartín, 6, 11.º
- ZARAGOZA**
Alfonso I, 28
- MALAGA**
Tomás Heredia, 1

Fig. 16. L'anagrama de CCC s'ha convertit en sinònim de cursos per correspondència. Unes sigles que ja identifiquen suficientment tot un concepte de l'aprenentatge a distància.

(Destino nº 1167, 19-XII-1959)



Este es el nombre que está liberando de la esclavitud y engorro del lavado de la ropa a millares y millares de amas de casa que viven ahora mejor y con mayor tiempo para todo: BRU SUPERMAQUINA DE LAVAR



	Mod. A-40 P. V. P. 3.680 Ptas.		Mod. B-50 P. V. P. 4.850 Ptas.	
	Mod. A-50 P. V. P. 4.380 Ptas.		Mod. B-100 P. V. P. 5.770 Ptas.	
	Mod. A-100 P. V. P. 4.880 Ptas.		Mod. B-200 P. V. P. 7.165 Ptas.	
	Mod. A-200 P. V. P. 5.425 Ptas.		Mod. Duplex B-501 P. V. P. 12.800 Ptas.	

Fig. 17. «Bru» esdevenia, tal i com resa l'anunci, la «palabra clave». Un nom curt i esquemàtic. Un cercle per a l'anagrama (amb la referència circular del tambor-recipient) definint la figura de màxima senzillesa.

Aquest exemple de l'agència «Vila» afegeix l'original joc amb lletres.

(Destino nº 1129, 28-III-1959)

Gran Concurso LA LECHERA

¡ Más de un millón de pesetas en premios !

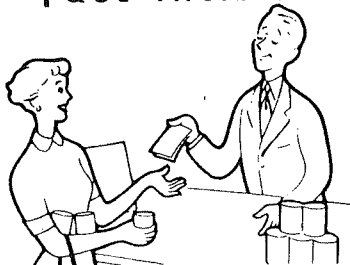


LOTE PRIMER PREMIO

- Nevera eléctrica «FRISAN» modelo 711-1
- Máquina para lavar «LAVINA»
- Máquina para coser, eléctrica
- Cocina eléctrica «EDESA» modelo 3-107-A
- Cristalería de 62 piezas talla a mano
- Vajilla de 57 piezas porcelana tipo «BAVARIA»
- Calentador eléctrico de 50 litros «EDESA»
- Batidor «TURMIX - BERRENS» con filtro
- Aspirador «Electrospiro JUNIOR»
- Receptor de radio «PHILIPS» modelo BE 21 2U
- Molinillo para café «MAXVEL»
- Batería cocina 29 pzas., aluminio «Hisp. Suiza»
- Cafetera eléctrica exprés «SOLAC»
- Cacerola a presión «EDESA»
- Secador para el pelo «VELOX»
- Juego té de 40 pzas. porcelana «SANTA CLARA»
- Plancha eléctrica automática «EDESA»
- Juego café 27 pzas. porcelana «SANTA CLARA»
- Tostadora-hornillo eléctrico «SOLAC»
- Ventilador «M.C.»

... y muchos más premios hasta un valor de más de UN MILLÓN DE PESETAS

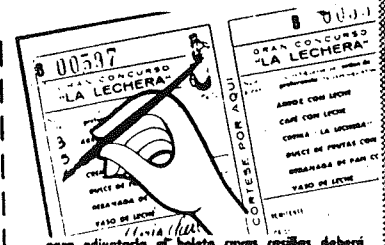
¡ QUE FACIL ES TOMAR PARTE EN ESTE GRAN CONCURSO !



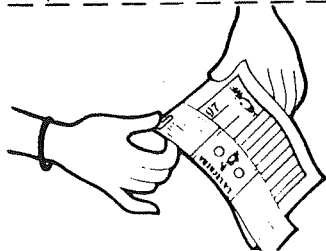
Al adquirir Leche Condensada LA LECHERA, pida al bo-
leto para tomar parte en este Gran Concurso.



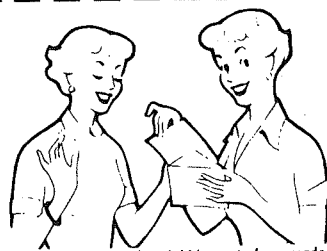
Separe con cuidado la etiqueta del bote o frasco de
Leche Condensada LA LECHERA...



... para adjuntarla al boleto cuyas casillas deberá
rellenar con los números que indiquen a su juicio el
orden de preferencia de los seis usos domésticos.



Una vez juntos boleto y etiqueta...



... póngalos en un sobre debidamente franqueado...



... échelo al buzón y... ¡ seguro que tendrá suerte !

EXIJA EL BOLETO AL EFECTUAR SU COMPRA

Fig. 18. Un reclam de marketing que no ha perdut vigència: els concursos. La venda del producte estarà assegurada si la campanya resulta atractiva i els premis substanciosos.

(Destino nº 797, 15-XI-1952)

El greu problema d'abastiment que havien provocat després de la guerra les «cartillas de racionamiento» amb la consegüent aparició dels mercats d'estraperlo i de contraban fraudulent serà superat i donarà peu a l'aparició de productes més en la línia dels condiments i també d'un paral·lel subministrament d'articles alimentaris manufacturats.

Les fàbriques i distribuïdors d'aquestes mercaderies provocaran així mateix els canvis en els costums alimentaris, motivant nous hàbits consumistes i domèstics.

La introducció d'aquestes novetats s'hauria de transmetre mitjançant les campanyes publicitàries escaients, i aquests canvis en els costums tradicionals, òbviament sol·licitaven una imatge adequada i atractiva. Aquest és el motiu pel qual les imatges de marca d'articles tan quotidians com els produïts per «*Gallina Blanca*», «*Potax*» o «*Maizena*» reflexen una imbricació formal que remet als paranys estilístics de la dècada dels '50.

(*vid. fig. 19*)

En alguns casos de missatge publicitari, els ornaments, els límits o les absències simulades del conjunt ens obligaran a plantejar-nos autèntiques metàfores de l'època.

Ja havíem exposat aquestes associacions simbòliques en la *fig. 1* d'aquest apartat (anunci de «*Fosgluten*»). No acabarem aquest ràpid recorregut per la realitat de l'Espanya dels anys '50 sense introduir un altre corpus de creences immanent a la composició de la *fig. 20*. L'insecticida «*Fulminante*» de *Cruz Verde* ens apareix com una autèntica escorta de protecció de la unitat familiar. Capaç d'impedir l'accés de tot tipus de molèsties a l'entorn unitari de convivència, sembla una apologia del sistema autàrtic promogut durant la postguerra pel règim franquista. La tènica frase: «*y ellos mismos se darán muerte!*», ens suggereix la terminologia d'un veredicte.

(*vid. fig. 20*)

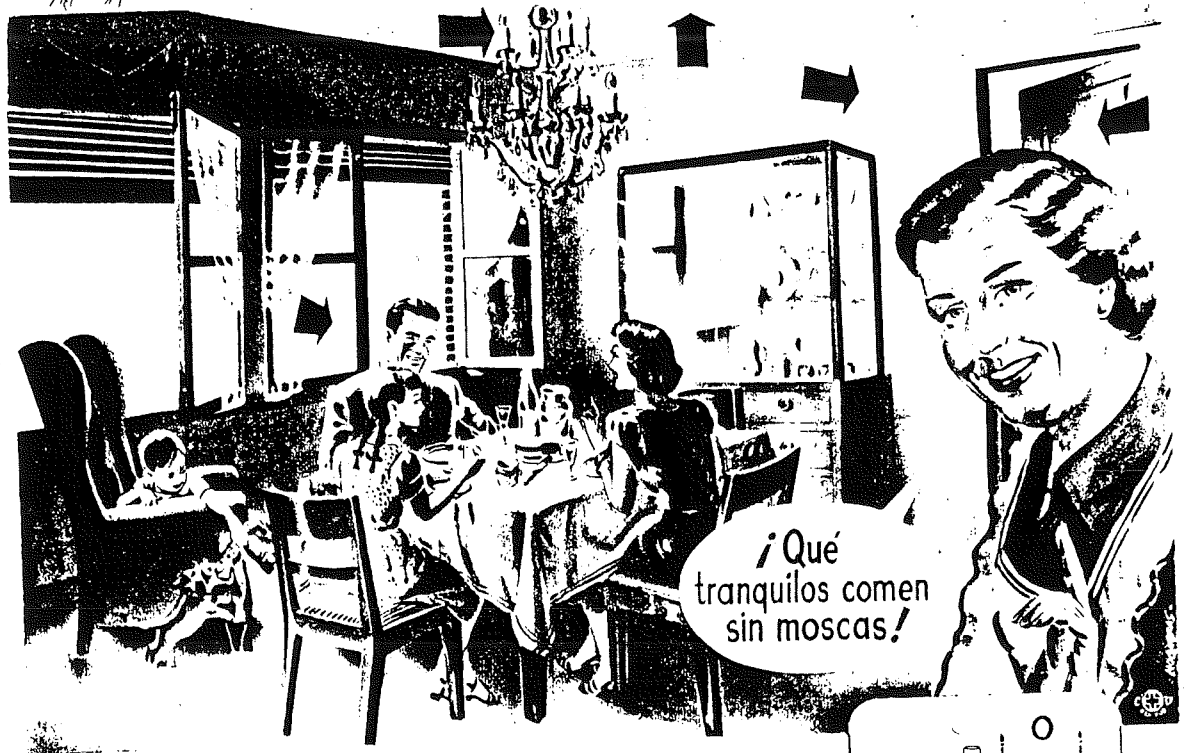


Fig. 19. Passada l'època de les «cartillas de racionamiento» s'introdueix un nombrós i variat llistat de productes alimentaris manufacturats. El signe de la renovació estilística en els tipus de lletra és evident.

(Destino nº 879, 12-V-1954)



**NO PERSIGA los insectos
cada vez que entran**



**Use el "insecticida de superficies"
FULMINANTE Cruz Verde**
¡y ellos mismos se darán muerte!

¡Qué práctico! Basta pulverizarlo bien sobre paredes, techos, puertas y cristales. No mancha.

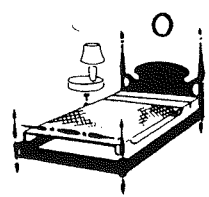
Todos los insectos que haya en la habitación y los que, durante días vayan entrando, morirán al cabo de un rato de haber tocado las superficies pulverizadas.

Abandone los productos que requieren frecuentes pulverizaciones. Dan molesto trabajo, producen mal olor y resultan caros.

Las señoras prefieren el FULMINANTE a cualquier otro producto, porque es seguro y cómodo. ¡Uselo y despreocúpese de los insectos!



EXIJA QUE LLEVE
ESTA CRUZ EN VERDE



CONTRA LOS INSECTOS DE LAS CAMAS

Aquí se nota también la formidable potencia del Fulminante. Extermina los chinches radicalmente. Basta pulverizar a las superficies de la cama y sommier. No mancha los muebles.

Contiene D. D. T. activo a la máxima concentración.

FULMINANTE
Cruz Verde

Fig. 20. D'anuncis suggestius i quasi metafòrics estan repletos les revistes de l'època. Anunci amb dibuix de Nogueras.

(Destino nº 670, 10-VI-1950)

Una societat com l'espanyola, que havia superat el sacrifici de la Guerra Civil fratricida i la pitjor època de fam i misèria durant els anys de l'autarquia, afronta el repte de la «dècada de trencament» amb una vigorositat i un atreviment difícil d'emmarcar, ja que s'inventaran tot un seguit de recursos que curiosament estan així mateix presents en les novetats aportades pels països més avançats.

(vid.fig.21)

Els dissenys de les revistes il·lustrades, i molt especialment les pàgines de publicitat, ens serviran per explicar aquest comportament admirable d'uns grups de periodistes i grafistes que fan d'aquest decenni la prova de foc dels medis més populars de premsa escrita.



JUPERINA

en invierno

Fig. 21. Fotografia de Català-Roca per a la portada del butlletí Juperina (hivern de 1953), publicat per la fàbrica de perfums «Juper», i compostat pel mateix president de la marca.

I.C.

Actituds vitalistes dels grups d'intel.lectuals.

Creuem convenient iniciar el present apartat amb unes oportunes aclaracions tant pel que fa a la situació social i econòmica de l'Espanya dels anys '50 com per tot allò referent al nostre concepte de «cultura» i sobretot de moviments culturals arriscats i «de trencament».

Les actituds a les quals farem referència tot seguit responen a un model d'intencions basat en la reflexió dels sectors més vitals i crítics dins d'un règim repressiu que impedeix el lliure intercanvi de les idees.

La cruda realitat de l'estat totalitari que governava a Espanya pels anys '50 amenaçava d'obstruir i desfer tot un temps de vanguardies, al qual l'aportació dels artistes espanyols havia sigut fonamental.

Per tant, obviarem la «realitat cultural oficialista», descartant-la per haver aportat ben poc a les tendències progressistes i de canvis.

Els grups en els quals s'organitzaven els artistes van significar un dràstic canvi dins del panorama pictòric. El començament de la dècada en quant a manifestacions pictòriques i plàstiques en general evidenciava una pobresa aclaparadora. I no obstant, deu anys després, l'art espanyol (en les manifestacions de la *no-figuració*, l'*abstracció* i l'*informalisme*) havia aconseguit situar-se en una posició privilegiada arreu del món.

La inesperada riquesa artística que ofereix Espanya al món durant la dècada dels '50 va repercutir internacionalment, netejant inclús la imatge de la dictadura, en un moment decisiu d'intercanvis econòmics.

El sentit tràgic de la condició vital que dominava el moviment existencialista de moda,

era palès en la realitat quotidiana espanyola, i potser aquesta consciència tràgica, que era soferta en la pròpia pell dels artistes autòctons reflexava millor que cap altra la vessant existencialista que recorria els paranys intel·lectuals dels països avançats.

Hi havia els grups. I també cal incidir en el paper cojuntural dels defensors, al si de l'església, de l'Art Abstracte Sacre.

Un dels predicadors més convençuts i tenaços en la introducció de les tendències d'avantguarda en l'art sacre va ser el pare *Alfons Roig*.

Aquest home savi, honest i humil, exercí una tasca docent importantíssima a l'*Escola de Belles Arts de Sant Carles*, on des de la seua càtedra d'art sacre introduïa als artistes en formació en el coneixement de les vanguardies i el que ell anomenava «art viu», degut al parentesc amb l'«art vivant» francès.

El pare Alfons Roig, juntament amb d'altres intel·lectuals als quals farem referència al llarg de la tesi, signava una lletra publicada en la secció de «Cartas al Director» al nº 1137 de la revista *Destino* (23-V-1959). En l'actualitat, i després d'haver transcorregut més de trenta anys, les suggerències i la crítica que habiten la carta titulada «*Llamada pública en favor del arte actual*» ens transmeten l'anàlisi d'una situació, tal i com era observada per aquells «inconformistes».

Els noms dels personatges que hi signaven ens resulten ara familiars, ja que durant dècades han representat una part del món de la creació i la vida artística del nostre país. Firmaven el testimoni: *Cesáreo Rodríguez Aguilera, Rafael Manzano, F. Lloveras, Morató Aragonés, Planas Gallés*, el susdit pare *Alfons Roig*, *A. Balvey, M. Dolors Orriols, J. Ma. de Sucre, Mar cel Martí, Gimeno, Muxart, Isern Dalmau, Jordi Benet Aurell, Alexandre Cirici Pellicer, Bosch Roger, J. Amat, J. M. Prim, J. J. Tharrats, Joan Fluvià, Raimundo Llatas, Jordi Mercadé, Joan Prats, Hurtuna, Roser Agell i Josep Maria Subirachs*.

Ben poques vegades es troba a la sempiterna secció de cartes al director un document i

una opinió que després transcendiran en el temps.

En una concretíssima introducció se'ns presenta la problemàtica de caire social observada: *«Entendemos que la extraordinaria significación que asumen nuestros arquitectos, escultores y pintores en el concierto mundial del espíritu creador del siglo XX, constituye un valor inestimable para nuestro grupo humano.»*

Amb una gran discreció i economia de medis retòrics, la carta apunta cap al desfassament històric de l'estat espanyol en matèria artística: *«Tenemos grandes artistas y de hecho no les otorgamos la consideración que merecen, puesto que no nos ocupamos de poseer y guardar sus obras. Cometemos el absurdo de admirar y remitirnos siempre a las obras que nos recuerdan el pasado y, en cambio, no nos ocupamos de promover ni adquirir aquello que sale de las manos de los creadores actuales.»*

La carta adquireix un to mercantilista ja que insisteix en la promoció del mercat interior d'obres d'artistes autòctons, evidenciant una preo cupació per crear un «propi mercat de l'art» que donaria suport al gran nombre de joves creatius que iniciaven les seves temptatives en els camps més arriscats de les novetats. El desig consisteix en evitar l'exili forçós de les millors obres, apuntant la importància del paper que haurien de jugar les institucions públiques, de la mateixa manera que alerta a les iniciatives privades: *«Esperamos que sabrá ahora responder a la inaplazable grandeza de fundar un Museo viviente para el arte viviente, el Museo actual de los artistas actuales, en el que sean guardadas amorosamente las obras de los consagrados, dadas a conocer las de los buenos artistas todavía desconocidos y estimuladas las de los que inician su carrera creadora.»*

La carta en qüestió era premonitòria d'uns projectes que ja s'han pogut realitzar (Fundació Joan Miró, Fundació Tàpies) i d'altres que són actualitat als inicis dels '90: el Museu d'Art Contemporani de Barcelona.

Acaba el text amb una darrera apologia de l'art viu que s'estava imposant en l'època: *«La adquisición de obras de artistas vivos facilita su creación por la ayuda que significa, impide su expatriación casi inevitable y enriquece la ciudad con piezas que de no ser así no tendrá nunca».*

Al llarg del text s'evidencia un to esperançador. Es tracta d'una proposta ofertada per aquells impulsors primerencs de l'art abstracte i informal a l'Espanya dels anys '50, esperançats en les possibilitats de dur a bon terme el projecte i generar un canvi en els gustos de la burgesia dins del mercat de l'art, batalla que a mig termini es va guanyar.

En aquesta mateixa línia de reivindicacions aparegudes a les revistes, i també sol·licitant una intervenció pública, l'arquitecte *Antonio de Moragas*, en una Carta al Director, es mostra a favor de la creació d'un Museu d'Art Modern per a Barcelona, però emplaçant-lo en un edifici de nova construcció, evitant així destrossar l'estructura del casc antic de la ciutat. (*Destino* nº 1018, 9-II-1957)

Tal i com acabem de comprovar, les publicacions de caire popular es fan ressò de temàtiques culturals importants. Aquest paper informatiu de les revistes es converteix en brillant exponent dels corrents d'opinió, tot i existir un control excessiu i una censura estricta que impedièn en una majoria de casos l'exposició pública de les opinions.

El mateix públic, addicte a un tipus concret de revista en funció de les preferències personals, estructurals i estilístiques, funcionarà com a feltre de les informacions, del contingut i de la presentació de cada publicació.

La funció social de les publicacions és comentada per *Gabriel Ureña*:

«*La prensa no se mostró insensible ante las expectativas de una renovación estética, y en sus páginas comenzaron a insertarse nuevos conceptos artísticos*» -pàg. 90, vid. bibl. gen. UREÑA (1982)-

Un altre precursor i propulsor dels anhels estètics abstractes va ser *Vicente Aguilera Cerni*. Igual com *Alfons Roig*, havia tingut l'oportunitat de conèixer la tendència plàstica dels artistes estrangers (informació sistemàticament ocultada als qui restaven sense viatjar). De fet, després de visitar la Biennal de Venècia de 1954, la seua defensa de les corrents no figuratives s'accentua i es decanta per l'abstracció.

Coneixedor de l'obra dels comunicòlegs del nord d'Itàlia i amic personal d'alguns d'ells (*Argan, Dorfles*), *Aguilera* introduirà entre el grup d'artistes més reeixit del panorama valencià la corrent abstracta i el desig de canvis estilístics i estètics.

Aguilera Cerni crea i coordina des de la seua funció crítica un dels grups més característics de la dècada: el *Grup Parpalló*. Un conjunt heterogeni d'artistes valencians s'aplega entorn de personalitats tan carismàtiques com: *Manolo Gil* (pintor, prematurament mort a l'edat de 32 anys), *José Martínez Peris* (decorador, moblista), *Alfaro* (escultor, entra tard i no obstant prompte es fa imprescindible), *Sempere* (des de París aporta un op-art genuí), «*Monjalés*», *Isidoro Balaguer* i molts més que anaven configurant una important renovació estilística, i amb perspectives socials dintre de l'art valencià. En conjunt van ser dotze exposicions col·lectives al llarg de cinc anys desiguals d'existència del grup (1956-1961)

Un fet destacable pel que respecta al *Grup Parpalló*, i que enllaça directament amb el perfil d'aquesta tesi, va ser la publicació d'una revista il·lustrada que servia de contacte amb el públic, i en la qual apareixien reflexions estètiques i comentaris a l'obra dels autors en les successives exposicions. Es tracta de la mítica «*Arte Vivo*» (vuit números en dues èpoques, al llarg de tres anys), revista minoritària que aporta una distribució constructiva molt innovadora per als hàbits de l'època.

Hem seleccionat dues imatges d'aquella publicació, com a exemples ben significatius del que suposa ordenar els espais de la pàgina amb una distribució estèticament «abstraccionista», i creant amb els textos una component plàstica que valora la lletra com una figura més del conjunt.

(*vid. figs. 1 i 2*)

La València dels '50 aporta un esdeveniment artístic destacable que pot ésser també enllaçat amb els inicis del «*Grup Parpalló*»: l'exposició *Arte Español Abstracto*, Primer Salón Nacional de Arte No Figurativo. Una manifestació de la vitalitat incipient de la ciutat,

arte vivo

3 • segunda época • mayo-junio 1959 • VALENCIA • ejemplar: 15 ptas.

SUMARIO

Número dedicado a Juan Gris

1. DEDICATORIA
2. DANIEL-HENRY KAHNWEILER
El pintor.
3. CARL EINSTEIN
Creación y construcción.
4. MAURICE RAYNAL
Juan Gris desde la estética.
5. ANTONIO G. PERICAS
El pensamiento estético de Juan Gris.
6. MERCEDES MOLLEDA
Los «collages» de Juan Gris.

SUPLEMENTO EN HOJA APARTE

Aguilera Cerni
Andrés Alfaro
Isidoro Balaguer
Vicente Castellano
Juan José Estellés
Jacinta Gil
† Manuel Gil
Antonio G. Pericás
Martínez Peris
Monjalés
Montesa
Pablo Navarro
Pérez Esteve
Portolés
Eusebio Sempere
Salvador Soria
R. Soler Boix

GRUPO PAPPALÓ

CONSEJO DE ORIENTACION:

Presidente: Vicente Aguilera Cerni
Vicepresidente: José Martínez Peris
Secretario: Juan Portolés Juan
Periodista asesor: Vicente Ventura

La correspondencia para ARTE VIVO debe dirigirse a Retol Viejo, 5 - Valencia

Deposito legal V. 653. 1958

Fig. 1. Portada interior del nº 3 de la revista Arte Vivo. Distribución dels cinc espais amb línies de separació i ús exclusiu del text, en tipus Futura excepte el títol, amb un tipus de creació. (Tamany original)

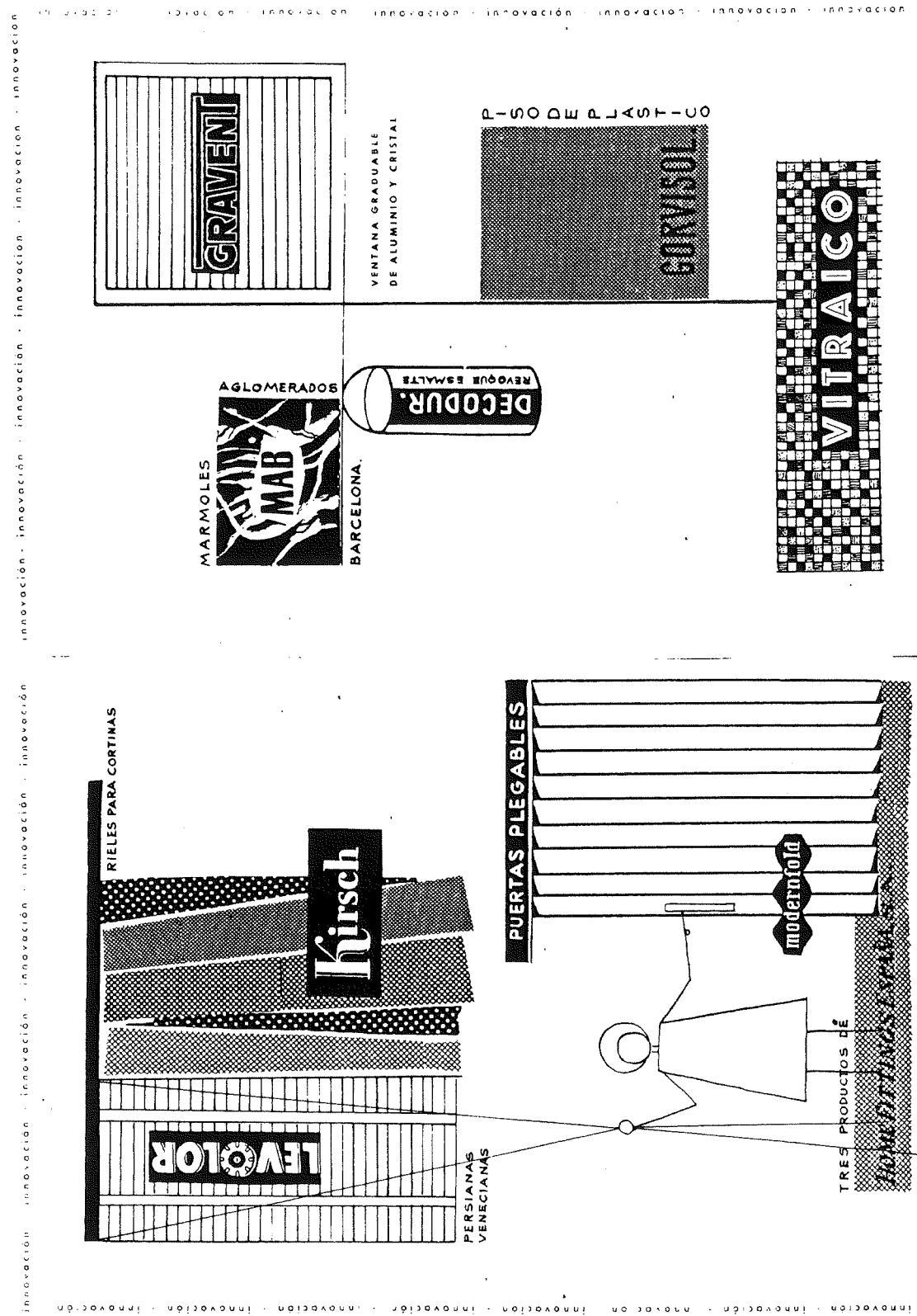


Fig. 2. Anunci a doble pàgina (color blau en el paper original) emmarcat per un contorn amb repeticions de la paraula «innovación». Tant les lletres com el dibuix han sigut realitzats «a mà alçada». L'ús de les tra mes esdevé tècnicament molt imperfecte. (Arte Vivo nº 3, Maig-Juny 1959)

obra d'uns pocs (i arriscats) capdavanters, disposats a trencar amb la monotonia i el desencís general, amb unes tendències que s'imposaven en altres indrets.

El grup que més hauria d'aportar en quant que individualitats artístiques de renom internacional serien els catalans de *Dau al Set*. Tot i haver-se creat a les darreries dels '40, és en la dècada següent que triomfaran als cercles de prestigi, convertint-se ràpidament en autors d'alta cotització en el mercat mundial de l'art.

També *Dau al Set* és l'homònim d'una publicació preparada pels membres del grup, una revista dirigida per *J.J. Tharrats* i en la qual col.laboraven els components del grup. Haurem d'advertir que les pretensions de l'anteriorment citada *Arte Vivo*, i aquesta altra *Dau al Set*, eren ben diferents. En la revista dels valencians del *Grup Parpalló* hi existeix una intenció divulgadora de les tendències plàstiques i teòriques en les quals es troben immersos els artistes del grup, mentre que a la dels catalans dominen les reproduccions plàstiques dels artistes components.

Transcrivim la visió -vid. bibl. gen. UREÑA (1982)- que ens ratifica en els postulats referits, segons la qual: «*Culturalmente el Informalismo trata de aunar lazos con tres prácticas en auge en la Cataluña de los 50: los nuevos descubrimientos científicos y tecnológicos, la filosofía existencialista y la literatura europea*» (pàg. 194)

La nòmina de *Dau al Set* (que inicialment havia mantingut postures surrealistes, mentre que als '50 l'envaeixen els arguments informals i no figuratius) és imponent i significativa: *Antoni Tàpies, Joan Ponç, Modest Ciuxart, Joan Brossa, René Metras, Enric Tormo* i alguns col.laboradors com *Arnau Puig, Joan Eduard Cirlot, Cabral de Melo, Sebastià Gasch, Gaya Nuño, Mathias Goeritz,...*

Als números de *Dau al Set* s'hi troben sovint litografies i dibuixos dels artistes membres del grup. Cal destacar en la confecció de la revista el paper de *Joan Josep Tharrats*, el qual desitjava sobretot muntar pàgines impreses, compondre, retallar i pegar,... Una màgia que no

és la tònica en la personalitat dels artistes, més disposats sempre a creacions completament individuals.

Abans de passar al treball individualitzat, alguns membres de *Dau al Set* tornen a organitzar-se en grup, batejant la circumstància amb el nom de «Taul·l».

(*vid. fig. 3*)

Van existir altres grups i col·lectius (*Inter-nos, Movimiento Artístico del Mediterráneo, Equipo 57,...*) però tan sols incidirem en un més de la nòmina: el grup madrileny *El Paso*.

Al llarg de la seua existència, des que naix en 1957, els homes importants del grup *El Paso* van ser *Antonio Saura* i *Manolo Millares*. En un primer moment formaren part també *Rivera* i *Suàrez*, en marxar aquests entraran *Canogar* i *Feito*.

L'habilitat dialèctica, la diplomàcia i la capacitat organitzativa del dirigent del grup *Antonio Saura* van resultar decisives per introduir en els certamens i publicacions de tot l'estat l'obra dels components d'aquella maniobra de promoció.

(*vid. fig. 4*)

Organismes públics i privats de tot l'estat seran part activa d'una profunda transformació de l'estètica dominant als inicis de la dècada, per culminar els esforços a les darreries dels '50 amb una important col·lecció de premis internacionals aconseguits pels artistes espanyols, guardons que van dignificar indirectament el règim franquista.

Degut al triomf evident d'aquests últims avantguardistes, el mateix General *Franco* va guardonar amb la «*Gran Cruz de la Orden de Alfonso X el Sabio*» al propi *Joan Miró*, el qual era considerat com un mestre de les joves generacions d'artistes plàstics.

Convé afegir, en relació a les manifestacions pictòriques de trencament realitzades al llarg



De izquierda a derecha: Tharrats, Aleu, Guinovart, Cuxart, Tapiés, Muxart y Jordi Mercader. (Foto Catalá Roca)

SIETE PINTORES BAJO EL SIG- NO DE TAUILL por JUAN TEIXIDOR

NO todo en la Barcelona artística actual obedece a una inercia ciega, sin ilusión. En esta primavera hemos podido registrar la estimulante alteración de nervios producida por las colectivas de los italianos y de los franceses; coincidiendo, las exposiciones de Tapiés, Cuxart y Tharrats dieron fe de una actitud positiva, real, frente al hecho de la pintura. Y para rubricar tan excelente temporada sólo nos faltaba la noticia de la constitución de un grupo de jóvenes pintores que puestos a buscar un nexo de unión han escogido con extraordinario acierto el nombre románico de Taüll. Símbolo y cifra, Taüll representa este momento en el que el arte más enraizado, más adherido a una tierra y a una circunstancia histórica, adquiere mágicamente a una significación universal. A través del humor más localizado se deja oír una voz cálida y válida para todos los hombres. Que unos artistas realmente actuales y vivos se planteen el problema de la expresión artística con tan atinada respeto por su antiquísima sangre, merece nuestro elogio. Para ellos el nombre de Taüll evoca una irrenunciable realidad que no puede significar retorno alguno a líneas expresivas determinadas. Mucho más que esto último, Taüll representa tan sólo la consciencia de una sangre y de una historia. Por eso en esta cifra caben los disparates y las contradicciones aspiraciones de los siete componentes del grupo:

Seguendo de izquierda a derecha el orden de la fotografía de Catalá Roca que encabezaba estos líneas, los artistas que componen el grupo son: Tharrats, Aleu, Guinovart, Cuxart, Tapiés, Muxart y Jordi Mercader. Todos ellos tienen ya una obra detrás: el hecho de agruparse no puede representar una renuncia a una labor que les dió carácter. Contactos de amistad, cierta actitud general en relación al problema artístico actual, explica esta unión que deja al margen la singular apertura de cada uno de ellos. En consecuencia, no puede imaginarse un programa común, y aún menos la actitud panfletaria de un manifiesto cualquiera.

El grupo, pues, es una suma de unidades y a ellos debemos referirnos para tener una idea de lo que puede representar este total de esperanzas. Continuando el orden de la foto padremes señalar el valor del arte preciso, objetivo de Tharrats. Su reciente exposición ha servido para corroborar la agobiante luz de una forma plástica que sabe extraer de su juego las más evidentes lecciones. Tharrats quiere restringir hasta el mínimo el papel del misterio. En la inmediata significación de las líneas y de los colores fia el artista su mensaje. Hay un absorbente jeco por la materia, una confianza iluminada en la vida, en la rotundidad abstracta, preciso, de sus combinaciones cromáticas. La inteligencia domina los objetos con elemental seguridad. Y así es en Tharrats loconico, duro, organizado, feliz.

En el caso de Aleu la poesía ha jugado un papel muy decisivo. Empezó con temas complejos que se complacían en la historia, en la acotación literaria. Indudablemente, Chagall pudo enseñarle. Pero su fondo mediterráneo siempre siempre decisivo sobre la arquitectura, el perfil purísimo de los rasgos italianos. Cierta sensualidad en la pasta completó el cuadro de

una pintura que quiere llegar a un violento y apasionado diálogo con todos los hombres.

Guinovart ha logrado crear un mundo de dolor estático, una monumental sinfonía de personajes que se perfilan sobre composiciones ancestrales. Los grandes temas de la familia y del trabajo encuentran en él un comentarista emocionado. Dá siempre a sus escenas un aire austero y noble, un clima casi moral. La constante humana, el último y decisivo gesto de la vida, parecen ser sus obsesiones. «Los trabajos y los días», de Hesiodo, tendrían en él un ilustrador maravilloso.

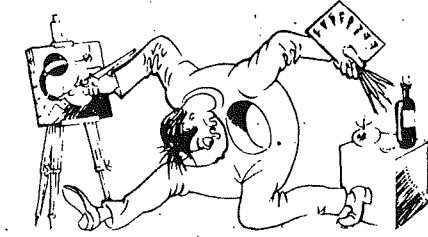
Cuxart se ha inventado un mundo que le permite los más alambicados gestos de un ritual mágico. En atmósferas ensordecidas, en cielos que se intensifican hasta los últimos estratos del sueño, hace flotar la pirueta sonámbula de sus adorables personajes. Admirable feria de una humanidad ingravida, todo en esta pintura parece llevarnos a la efímera fantasía de aquellas burbujas de jabón que se irradian con mil reflejos en la luz más prodigiosa de nuestra niñez.

Tapiés es el último de este pléyade de gigantes románticos que se le juegan todo a la carta de la desolación. Empezó con claridades astrales, con lunas incendiadas, con guardarrapias wagnerianas. Pero en todo esto encontró seguramente demasiada composición para su limpio durezza. Ahora su pintura se orienta hacia la cal más viva, hacia calidades minerales, hacia lo orgánico más indiferenciado. Quienes repiten incansablemente que el error de la pintura mal llamada abstracta es su deshumanización, encontrarían en Tapiés un ejemplo más rotundo a su gratuito criterio. En la obra de Tapiés la vida llega hasta la crispación y el horror.

Muxart tiene la preocupación de la pasta, el gusto por una materia rica, jugosa, que se agita y se enciende hasta el paroxismo. Sus temas le sirven como pretexto para innumeras variaciones que permiten el enriquecimiento progresivo de su mundo denso, dramático. La pincelada tiene una fuerza absoluta; es un gesto sobre la tela, una combinación violenta. La pintura ruete en su caso a recobrar su sentido primigenio, directo. La lección de Noëll parece presidir esta confianza ciega en la bondad del impulso. El espectáculo del mundo, con su sangre más turbia, con su pulso más arrebatado, llena la tela tratada siempre con arrogante amplitud.

Jordi Mercader confía en la fuerza de un expresionismo dramático que hace desfilan ante nuestros ojos un mundo que nos angustia y nos conmueve, y que encuentra sus raíces en los fermentos espirituales de esta postguerra. Hay piedad y violencia en sus rostros, en su casi solonico retablo de sombras y luces. El claroscuro y los negros tienen a veces una fuerza de alucinación. Apoyada en temas de nuestro tiempo, la fuerza descriptiva de esta pintura va rubricada con una forma contundente, eficaz.

Con Jordi Mercader se cierra esta pequeña galería de estos siete jóvenes pintores que han constituido el grupo Taüll. No creo que tengo demasiados riesgos confiar en ellas y en su empresa.



DE LA SINCERIDAD ARTISTICA

MÁS O
MENOS
POR JONAS

UNA de las acusaciones que con más frecuencia y con mayor ahínco suele hacerse al arte nuevo — al que en mi escrito anterior llamaba «libres» — es la de que el artista se produce en el con absoluta falta de sinceridad. He aquí un problema inquietante y, naturalmente, insoluble: el de la sinceridad artística. Un artista es sincero cuando procede en su obra con fidelidad, con honradez, con prudencia para decir lo que realmente piensa, mirablemente bien, pero en lugar de resolver el caso no hace más que plantearlo y dificultarlo.

veracidad. Cuando dice o procura decir lo que realmente piensa, mirablemente bien, pero en lugar de resolver el caso no hace más que plantearlo y dificultarlo.

Existe una infinidad de personas que por tradición, por mimetismo, por irremediable falta de imaginación, identifican la sinceridad artística con la fácil e inmediata inteligibilidad de la obra. Un pintor o un poeta serán sinceros sólo en el caso de que accierten a transcribir pictóricamente o verbalmente un asunto de la llamada «vida real» o un sentimiento compartido por la mayoría. Si el sentido de la vida, con su inquebrantable experiencia, testifica a favor de la representación pictórica, no hallaremos arte un cuadro pintado con sinceridad. Si la pieza literaria describe con palabras de «curso forzoso un estado de ánimo, una pasión, un anhelo de los que han pasado a ser patrimonio común, conoceremos que el poeta ha procedido con honrada fidelidad a sí mismo.

Ahora bien; qué clase de sinceridad es ésta que se complace tan sólo en decir y repetir a los demás, de manera más o menos realista, más o menos impresionista, lo que ya todos saben, conocen y a veces regurgitan? Yo creo — o mejor, siento — que esta clase de sinceridad nada más reza para los benditos pobres de espíritu, para los afortunados que vegetan en pura zafiedad.

A lo que parece, vivimos dos vidas o participamos de dos mundos: uno es el mundo público, social, que compartimos inevitablemente con nuestros semejantes. Y el otro es un mundo íntimo y personalísimo, secreto. Para muchos, para casi todos, ese mundo cerrado no cuenta, no pesa, no determina nada. Dormita en vaguesimas intuiciones que nunca son examinadas por quien de modo confuso las experimenta. Si alguna vez aflora a la conciencia, es para producir movimientos — y a menudo catástrofes — en apariencia inexplicables, cuyo análisis corresponde al psiquiatra. En cambio el artista — o si quiere el sabio en su sentido más lato — se siente poderosamente atraído hacia esa zona interior y misteriosa, la cultivo y de ella se alimenta en gran parte. Nunca llega a comprenderla y mucho menos a dominarla. Es un destino casi siempre infeliz.

Pues bien, verdadero artista es, para mí, el que trata de exteriorizar en su obra, por medio del lenguaje que tiene a su alcance, algo de esa riqueza escondida; de comunicar a los demás, al precio que sea, destellos lo menos amortiguados posible de ese acervo privado y hasta cierto punto original. La cual implica, desde luego, que el artista debe ser un hábil explorador de su región subconsciente. O, en otras palabras: ese artista debe saber cosas de sus provincias ocultas y debe disponer de los medios para expresarlas.

«Parece obvio, pues, que a ese arte no se le puede aplicar el concepto de sinceridad de que disponemos para la vida corriente. El hacerse resulta, por lo menos, ridículo.

Yo creo que el artista libre de nuestro tiempo trata, ante todo, de conocerse a sí mismo, de comprenderse y de explicarse. Y en seguida intenta darse a conocer a los demás. En esto radica, probablemente, la diferencia profunda que le separa del artista pasado o del pasado. He aquí otro de las razones por las cuales el arte — con buena o mala fortuna — se hace cada día más humano, se «humaniza» más y más. Con buena o mala fortuna, sí, pero también con poder, con impulso inexorable».

JONAS

Fig. 3. En la fotografía els homes de Dau al Set que passen a denominar-se «Taüll». Un canvi de nomenclatura cap a la individualització de l'obra.

(Destino nº 924, 21-V-1955)

Una magistral trilogía de
JOSEP PLA.
sobre el tiempo y la vida:
«Las reacciones d'un home qual-
siqui posat davant dels atarats i
irreversibles de l'atenció de la vida»
ELS MOMENTS
(El pas de les hores)
LES HORES
(El pas de l'any)
ELS ANYS
(El pas de la vida)
Vols. 172, 185 y 146 de la
Biblioteca Selecta
Distribución: CASA DEL LIBRO

4 libros de extraordinario interés
para médicos y padres de familia:
Pns.
LA PERSONALIDAD . . . 25
PSICOLOGIA DE
LOS SEXOS 32
LA MASCULINIDAD . . 20
LA EDUCACION DE LA
MASCULINIDAD EN
EL NIÑO 35
por el Dr. J. NOGUER MORE
Pídalos a su librería o a Librería
de Ciencias Médicas. - Proven-
za, 255. - Barcelona

Boletín de
NOVEDADES
DE
Editorial AHR

LA CIRIACION
POR LA MAGIA
125 Pts.
TANTO INICIA-
DOS COMO
PROFANOS, HA
LLARAN EN ESTE TEXTO, Y EN
LAS NUMEROSAS ILUSTRACIONES,
EL LIBRO QUE SACARÁ SU INTERÉS

150 Pts.
Italia
Editorial Iluminada
* GUIAS FODOR *
SIN DUDA ALGUNA LA MEJOR
GUIA TURISTICA EDITADA EN
LA ACTUALIDAD.

100 Pts.
Moscú hoy
EL LIBRO MAS
DOCUMENTADO,
MAS VALIENTE,
Y MAS INTERE-
SANTE. ESTO ES
"MOSCU HOY" - UN LIBRO COMO
NO SE HA ESCRITO OTRO.

150 Pts.
Wolffebien
COMO HA
DICHO UN CRITICO "MI AMIGO DE
JUVENTUD" DE AUGUST KUBITZER
ES LA "REVELACION DEL HOMBRE
INTERIOR" QUE RUE ADOLF HITLER
Solicítelo a su librería

PANORAMA DE ARTE Y LETRAS

LOS PINTORES DE "EL PASO"

por JUAN TELLER

EN el primer año se completan dos años de la fundación, en Madrid, del grupo "El Paso", resultado de dar cabida a las obras de estos pintores que se podían admitir el ambiente artístico que los rodeaba. Eran jóvenes, gente sencilla alrededor de los treinta, que concibieron su obra como la pintura académica oficial, lo cual en realidad no era la pintura, sino para poner en evidencia las tendencias más justificables y por ello más peligrosas que orientaban la pintura española hacia un localismo provinciano, un expresionismo geográfico y folclórico que si se justificaba como responsable recepción de un determinado canon, se podía aceptar como una salida legítima y normal de los problemas expresivos de nuestra época.

Por eso mismo, por sentirse en su época y precario momento, los artistas de "El Paso" se preocupaban casi más por encontrar en su propia ciudad y fuera de su propio país un apoyo en las fuerzas más avanzadas de la pintura europea y americana actual. Ellos mismos han ayudado a aquella decoración que explica en sí misma el valor y se han quedado de una falta

de tradición de vanguardia que los permitiera un pequeño revuelto más normal. Indudablemente eran demasiado sensibles a su tiempo para que se satisficieran con la idea de la aventura del futuro, del puro afán subterráneo tan típico de los primeros años. Los años son curtos; ya pasó la hora de los manifestos explosivos y del escándalo exhibicionista. Eran, como un compañero de generación en todo el mundo, gente aplicada, serena, un poco ácida y volátil y con un gran bagaje de técnica y de preocupaciones plásticas.

Sea como fuere, casi en grupo, "El Paso" vino a representar una fuerza estética, un peso valioso con la pintura viva de nuestro tiempo. Quizá la clave de que un repentinamente se impusieron estas artes hoy que buscaría en el hecho de que el grupo no fue una cosa que al tiempo resultado de una labor previa que ya contaba con una tradición y una conciencia. En general, tratándose de artistas jóvenes, el mundo de su agrupación puede ser un afán más o menos puro de defenderse, de imponerse en un ambiente hostil. Se trata de artistas que más que haber hecho necesitan hacer algo. Pero no era ese el caso de estos cuatro artistas que hoy exponen en la Sala Gaspar: Canogar, Millares, Fero y Saura. Cada uno de ellos, en Las Palmas, en Madrid, en

Tolosa, en Huesca, en Catania, en París ya habían experimentado y probado las posibilidades expresivas de un problema artístico. Así se agruparon cuando ya se sentían seguros de sí mismos, si es que la palabra seguridad puede aplicarse cuando se trata de arte. Sin duda, los años en un arte más social que individual, un arte más de vindicación. Se observaba como buscaban, para indicar un camino donde pudieran trazar nuevas obras en forma de ellas mismas o de otros. Por eso "El Paso" era un grupo y eficaz. No se trataba de una simple reunión de artistas, sino de un esfuerzo colectivo para más de un propósito común. Procurar que el arte de nuestro país sea una concepción dentro del arte actual constituye un noble propósito. Y que esta propuesta se haya llegado a buen fin se comprueba, entre otras cosas, por el Pabellón de España en la última Bienal de Venecia. "El Paso" estaba allí, contribuyendo al triunfo.

Para ser un grupo necesario recurrir a un motivo exterior para justificar la existencia del grupo. Otros circunstancias más técnicas, de pura afinidad, se nos presentan ahora como decisivos. Precisamente a propósito del Pabellón de Venecia, la mayor crítica extranjera señaló los elementos comunes que hacen (oero puesto unificaban la aportación española. Una cierta violencia, el dramatismo expresivo, la expresividad vivida de las formas, la seguridad óptica, el lenguaje provincial, la materia áspera, anticorruptiva, desusada y despojada. El curioso notar que a través de la historia se creían una serie de exigencias plásticas. Italia está muy cerca de nosotros, pero la preocupación por el número, la claridad iconográfica de las perspectivas, la obsesión moral leonardesca, salvo excepciones, no parecen apropiadas a nuestro modo de ser. Ya desde la renacimiento se nota que a través de la historia se creían una serie de exigencias plásticas. Italia está muy cerca de nosotros, pero la preocupación por el número, la claridad iconográfica de las perspectivas, la obsesión moral leonardesca, salvo excepciones, no parecen apropiadas a nuestro modo de ser. Ya desde la renacimiento se nota que a través de la historia se creían una serie de exigencias plásticas.

posibilidades del color. Impresiona ver en artistas por obra para una personalidad más consciente, transición una voluntaria limitación a una gama que se conocen o se entienden en el fríasico gemido de una forma escabrosa, misteriosa, abstrusa en sus desvencadas intenciones. En ese sentido podría hablarse de una unidad de grupo si no fuera que, en definitiva, ya no se trata de grupo sino más profundamente de raza, de país y de historia.

Pero sería injusto no añadir, aunque sea brevemente, a la personal respuesta de cada uno de estos cuatro pintores a una problemática general que sólo puede caracterizarse en tanto que miembros de un cuerpo social y de una época determinada. Ya se sabe; en definitiva el hombre vive solo y solo se salva. Para comprender hoy que alguien a esta última noche de su. El cambio de grupos, épocas, países o intenciones tiene un interés pero no puede llegar nunca a ese último punto donde se alcanza el prestigio de la personalidad.

Luis Fero, mediano, es de los cuatro el que nos ofrece una superficie pictórica más consciente, más disciplinada, más sumergida en el propio cansancio. Es un pintor meditativo que desmuestra pacientemente por su estado de silencio, donde los grises, las

CON EL FINALISTA DEL PREMIO NADAL 1950

Claudio Bassols Jacas y "El Carnaval de los gigantes"

AL día siguiente de la concesión del premio Espinosa Nadal 1950 participó en la Bienal de DESTINO Claudio Bassols Jacas. Acudió a la inauguración de la obra del ganador José Vidal Cadelinas para arrivar una línea de felicitación. Pero esta suerte propicia quedó frustrada porque el grupo ganador estaba allí. La obra fue substituida por su estudio apócrifo de un momento.



Claudio Bassols Jacas, finalista del Premio Espinosa Nadal 1950, en un momento de su obra.

«No era de los momentos. Frente Nadal, y el del carnaval de los gigantes, también con dos líneas muy distintas. Lo que también por su aspecto, me gustaba en Vidal Cadelinas, era su línea y su forma, sencilla y vigorosa. A Vidal le gustaba el color del ambiente de la línea; a Bassols, me lo imaginaba descomulgado de un punto. Por favor, ¡cuidad y profundad!»

«Fue un momento en el que el trabajo como supervisor de control de trajes de la zona aérea de Barcelona.»

«Había escrito algo antes de el carnaval de los gigantes? «Sí, había escrito algo antes de el carnaval de los gigantes. Era un texto que yo había escrito para el carnaval de los gigantes en mi primera novela en serie.»

«¿Otro texto que proyecta? «He hecho cuatro viajes a América. En 1947, en 1948 en 1949 y el último en 1950. Me gusta mucho la América, especialmente en Oklahoma, donde en la vida se hacen americanos. Desde allí he

venido y los colores son como una zona oscura, compuesta de las blancas y los negros fundamentalmente. Hay algo de oscuridad en las formas, algo de oscuridad, algo de oscuridad, que me interesa con un tipo de oscuridad que me interesa. Desde allí he

venido y los colores son como una zona oscura, compuesta de las blancas y los negros fundamentalmente. Hay algo de oscuridad en las formas, algo de oscuridad, algo de oscuridad, que me interesa con un tipo de oscuridad que me interesa. Desde allí he venido y los colores son como una zona oscura, compuesta de las blancas y los negros fundamentalmente. Hay algo de oscuridad en las formas, algo de oscuridad, algo de oscuridad, que me interesa con un tipo de oscuridad que me interesa. Desde allí he

venido y los colores son como una zona oscura, compuesta de las blancas y los negros fundamentalmente. Hay algo de oscuridad en las formas, algo de oscuridad, algo de oscuridad, que me interesa con un tipo de oscuridad que me interesa. Desde allí he venido y los colores son como una zona oscura, compuesta de las blancas y los negros fundamentalmente. Hay algo de oscuridad en las formas, algo de oscuridad, algo de oscuridad, que me interesa con un tipo de oscuridad que me interesa. Desde allí he

venido y los colores son como una zona oscura, compuesta de las blancas y los negros fundamentalmente. Hay algo de oscuridad en las formas, algo de oscuridad, algo de oscuridad, que me interesa con un tipo de oscuridad que me interesa. Desde allí he venido y los colores son como una zona oscura, compuesta de las blancas y los negros fundamentalmente. Hay algo de oscuridad en las formas, algo de oscuridad, algo de oscuridad, que me interesa con un tipo de oscuridad que me interesa. Desde allí he



Saura, Millares, Canogar y Fero

de tradición de vanguardia que los permitiera un pequeño revuelto más normal. Indudablemente eran demasiado sensibles a su tiempo para que se satisficieran con la idea de la aventura del futuro, del puro afán subterráneo tan típico de los primeros años. Los años son curtos; ya pasó la hora de los manifestos explosivos y del escándalo exhibicionista. Eran, como un compañero de generación en todo el mundo, gente aplicada, serena, un poco ácida y volátil y con un gran bagaje de técnica y de preocupaciones plásticas.

Sea como fuere, casi en grupo, "El Paso" vino a representar una fuerza estética, un peso valioso con la pintura viva de nuestro tiempo. Quizá la clave de que un repentinamente se impusieron estas artes hoy que buscaría en el hecho de que el grupo no fue una cosa que al tiempo resultado de una labor previa que ya contaba con una tradición y una conciencia. En general, tratándose de artistas jóvenes, el mundo de su agrupación puede ser un afán más o menos puro de defenderse, de imponerse en un ambiente hostil. Se trata de artistas que más que haber hecho necesitan hacer algo. Pero no era ese el caso de estos cuatro artistas que hoy exponen en la Sala Gaspar: Canogar, Millares, Fero y Saura. Cada uno de ellos, en Las Palmas, en Madrid, en

posibilidades del color. Impresiona ver en artistas por obra para una personalidad más consciente, transición una voluntaria limitación a una gama que se conocen o se entienden en el fríasico gemido de una forma escabrosa, misteriosa, abstrusa en sus desvencadas intenciones. En ese sentido podría hablarse de una unidad de grupo si no fuera que, en definitiva, ya no se trata de grupo sino más profundamente de raza, de país y de historia.

Pero sería injusto no añadir, aunque sea brevemente, a la personal respuesta de cada uno de estos cuatro pintores a una problemática general que sólo puede caracterizarse en tanto que miembros de un cuerpo social y de una época determinada. Ya se sabe; en definitiva el hombre vive solo y solo se salva. Para comprender hoy que alguien a esta última noche de su. El cambio de grupos, épocas, países o intenciones tiene un interés pero no puede llegar nunca a ese último punto donde se alcanza el prestigio de la personalidad.

Luis Fero, mediano, es de los cuatro el que nos ofrece una superficie pictórica más consciente, más disciplinada, más sumergida en el propio cansancio. Es un pintor meditativo que desmuestra pacientemente por su estado de silencio, donde los grises, las

delicada relieve al mejor primitivismo del siglo XIX. En definitiva, sus cuadros son expresivos. Temas de ellos la conciencia, la autoconciencia, la distancia y el movimiento hacia la luz.

Rafael Canogar, el hermano del grupo nacido en Toledo en 1924, es un creador de la materia gráfica de los espasmos lejanos que se agitan a través de una dignidad expresiva. Hay algo de pintura en bruto, de oscuridad que llega hasta la ferocidad, en el esfuerzo de la pincelada para cubrir la tela. Como si quisiera plasmar un mundo en abstracción que intencionalmente, hacerse evidente en el mismo instante de sus intenciones y de las probabilidades. Otra, rosa, grises y negros crean una serie de tonos a un cuerpo más vacío que nos ofrece un momento, un lugar de volutas angustiosas. Pero al lado de esta fuerza silenciosa, la que él califica de ciudad de un momento, podemos comprender un momento del hombre pictórico que aproxima su obra a las grandes creaciones barroco-orientales. En una construcción entre una primitiva fuerza telúrica y una autoconciencia abstracta, gráfica advertimos el mejor primitivismo de su pintura.

Manolo Millares, nacido en la Gran Canaria, en el mismo tiempo de más agresivo y el más tímido de estos

Fig. 4. L'habilitat i la diplomàcia d'Antonio Saura aconsegueix culminar en una acceptació internacional del grup madrileny «El Paso».

(Destino, 17-I-1959)

de la dècada, els tres esdeveniments més importants al respecte:

- La *Primera Bienal Hispanoamericana de Arte* celebrada en 1951.
- El *Primer Congreso de Arte Abstracto* celebrat a Santander en 1955.
- La *III Bienal Hispanoamericana de Arte*, també l'última, celebrada a Barcelona el 1955, on *Tàpies* va exposar les primeres obres informals.

Aquesta renovació del panorama artístic anava lligada a una sèrie de corrents intel·lectuals en tots el àmbits de les humanitats i les ciències.

La cultura catalana i la literatura escrita en català havien resultat malmeses per les prohibicions i l'atac sistemàtic del règim franquista envers tot allò que significava una representació dels corrents no oficials, i més encara si estaven escrits en una llengua distinta a la considerada única i representativa dels espanyols: el castellà. La mínima flexibilitat dels censors, forçada per la situació d'apertura exterior, permet introduir lentament les edicions catalanes.

De gran repercussió es pot considerar el treball d'un bon grapat de lingüistes i historiadors de la llengua, coordinats des de Mallorca per mossèn *Antoni Maria Alcover*, i que va donar com a resultat un completíssim estudi de recopilació, editat en volums d'aparició paulatina al llarg de la dècada: el Diccionari Català-Valencià-Balear.

Després d'uns anys particularment positius per a la llengua com havien sigut els inicis del segle XX, i molt més intensos a l'època de la Segona República espanyola, el desgavell de la Guerra Civil i la posterior instauració d'un estat de segrest institucional va provocar l'exili dels intel·lectuals i la por a l'interior de poder expressar-se lliurement. Amb els inicis de la «dècada de trencament» es renoven les esperances i apareixen editorials disposades a recuperar la vitalitat d'una cultura traumatitzada.

(*vid. fig. 5*)

* MN. JACINT VERDAGUER * JOAN MARAGALL * POMPEU FABRA * JOSEP CARNER *

QUART CREIXENT

LA PUBLICACIÓ QUE TOTHOM ESPERAVAM

N.º 3

<p>F. Maspons i Anglès Rafael Tassà Miquel Martí i Soler Joan Cruïelles Carles Soler Jordi de Moragas J. A. Lladó Alexandre Cirici Pellicer M. Sanchis Guarnier M. Adlert Noguerol Pere Galadri i Roca Joaquim Casas Maurici Sarrahima i poemes de M. Martí i Pol, Josep M.ª Llampart, Fèlix Cucurull i Josep M.ª Andreu</p>	<p>El nou renouement L'obra narrativa de Manuel de Pedrolo El sursó a Catalunya L'indiferentisme Els Consells catalans a la Mediterrània Silenci Literatura basca Vers la cromoplàstica Antics llibres de Medicina en llengua catalana L'home de lletres Festa del foc al Pirineu: Les "falles" de Gili El concert de Mendelssohn La mina</p>
--	---

Preço per subscripció: 20 pts.

BIBLIOTECA RAIXA

Col·lecció popular catalana d'autors de CATALUNYA, VALÈNCIA, ILLES BALEARS I ROSSELLO

ENSAYO, LITERATURA, DIVULGACIÓ, CULTURA CATALANA, TEATRO

De imminent aparició: N.º 26

CEL·LULOIDE RANCI

(EL MATARÓ DEL MEU TEMPS)

per Joaquim Casas

Obsequi a los subscriptores del volum anual de CAP D'ANY
Facilitades para la adquisició de las titules publicades

NOVA EUROPA

La col·lecció de la joventut europeista.

N.º 1

ELS POBLES JOVES

de Joan Cruïelles

Preço: 40 pts.

(de immediata aparició)

Col·lecció **ELS AUTORS DE L'OCCELL DE PAPER**

Antologia literària comprensiva d'assaig, narració i poesia

N.º XIX

<p>José M.ª Palou Camps Joaquim Casas Miquel Barceló</p>	<p>Aeroport Un home en oblit La Cançó de Simbad el Mariner</p>
--	--

N.º XX

<p>Joan Cruïelles Beatriz Civera Josep Serra Juner, pyrre.</p>	<p>Silenci demogràfic Autonomies Balada eucarística</p>
--	---

60 autors de toda la àrea lingüística catalana

P. pública: 7 pts. P. subscripció: 5 pts.

Col·lecció **L'ESPIGA**

La cultura valenciana en diversitat de temes i serietat d'autors

N.º 32

HOME

per Xavier Casp

Preço públic: 17 pts.
Por subscripció: 20% dia.

NOVA COL·LECCIÓ LLETRES

La narrativa moderna a l'abast de tothom

Último título:

N.º 35 Pere Calders

GENT DE L'ALTA VALL

P. públic: 20 pts. P. subscripció: 15 pts.

Próximo título:

N.º 36: Antònia de Saint-Exupéry:

PILOT DE GUERRA

P. públic: 25 pts. P. subscripció: 20 pts.

BIBLIOTECA "LES ILLES D'OR"

DE LITERATURA, HISTÒRIA I CIÈNCIA DE LES BALEARS

Últimos títulos publicados:

LES DONES Joan Bonet

SES MATANCES I SES FESTES DE NADAL

Ms. Antoni M.ª Alcover

Preço de cada ejemplar: 20 pts. Suscriptores: 15 pts.

Los volúmenes de LES ILLES D'OR no deben de faltar en la biblioteca de ningún amante de la cultura catalana, que ha tenido en Mallorca ilustres cultivadores en todas las épocas de nuestra historia.

DICCIONARI CATALÀ-VALENCIÀ-BALEAR

"TOTA LA LLENGUA CATALANA EN EL TEMPS I EN L'ESPAI
RECOLLIDA EN AQUESTA OBRA MAGNA"

Las facilidades de suscripción ponen esta obra al alcance de todas las posibilidades

INFÓRMESE SIN COMPROMISO ; EN PUBLICACIÓN VOLUMEN IX

DICCIONARI CATALÀ-VALENCIÀ-BALEAR

(DICCIONARI GENERAL DE LA LLENGUA CATALANA)

El amante de nuestra cultura autóctona hallará resueltas todas sus dudas y contribuirá a la más ambiciosa proyección de la lengua catalana. **INFÓRMESE HOY MISMO**

difusora general

TRAFALGAR, 76 Esol. 1.ª
TELEF. 3110 85-2110 82

RAMON MINTANER * BERNAT MEJGE * RAIGIA * MARCH * RAMON LLULL * LLUIS VIVES

SANT VICENÇ FERRER * JAUME ROIG * EIXIMENIS * TEDOR LLORENTE * COSTA I LLOBERA

Fig. 5. Composició compartimentada i repleta de tipus diferents de lletra. Tot un temerari exercici de llibertats en ple règim franquista.

(Destino nº 1071, 15-II-1958)

En la pàgina il·lustrada de la *fig. 5* s'hi verifica el nou estat de les coses a l'àmbit lingüístic nostrat. En aquest anunci de les novetats literàries observem el paper distingit d'alguns homes de lletres valencians (*Manuel Sanchis Guarner, Miquel Adlert Noguerol, Xavier Casp*) promotors d'aquesta recuperació del paper de la llengua. Curiosament, alguns d'ells s'han situat posteriorment a les antípodes dels seus inicis reivindicadors.

De la composició d'aquesta pàgina volem destacar la riquesa tipogràfica, ja que es tracta d'un reclam de novetats editorials literàries, i precisament els anuncis de textos amb textos es convertiran en exponents destacables del motiu d'aquesta tesi: la funció plàstica de les lletres. També extreurem dels requadres publicitaris l'original col·lecció europeïsta «Nova Europa», que s'inicia amb el suggerent títol *Els Pobles Joves*. El comportament dels intel·lectuals més avançats dels anys '50, tant pel que fa a Espanya com a la resta d'Europa, serà d'un començament en la idea d'entesa entre els pobles del «vell continent». I en aquesta línia d'indícis en les hipòtesis del present treball n'aportarem un que ja s'havia evidenciat: La configuració de l'actual unitat europea passa per la visió de compromís dels diferents estats sobirans involucrats, visió assumida inicialment pels polítics i intel·lectuals més progressistes d'aquells anys de trencament.

Un literat que aleshores començava a gaudir de gran ressó (i principalment per l'èxit de la seua primera novel·la: *La familia de Pascual Duarte*), esdevé patriarca de les noves generacions. Admirat per tothom, brillant i incisiu, *Camilo José Cela* presideix les més importants activitats literàries del moment. A més de col·laborar en les publicacions més prestigioses, s'encarrega de promoure una revista de literatura, ambiciosa i de caire novedós: **Papeles de Son Armadans**. Aquesta publicació, dirigida pel mateix *Cela*, activa els moviments de renovació, i des de Mallorca funcionarà com un catalitzador d'experiències: aplecs, premis, edicions,...

Aquest gal·lec assentat a les Illes, de ploma maligna i insidiosa, catapultada des del seu

escriptori alguns dels valors artístics i literaris que més han destacat després al panorama de les arts i les lletres espanyoles.

(vid. fig. 6)

Els tres focus principals d'iniciatives culturals coincideixen amb les ciutats que han vist néixer als grups d'artistes comentats: Madrid, València, i molt especialment Barcelona. També són, precisament, els indrets on estaven ubicades les editorials i les impremtes més importants. Per a les publicacions il·lustrades aquesta circumstància és fonamental, ja que l'activitat editorial ha de comptar amb una infraestructura bàsica, una sèrie d'elements tècnics que faciliten el treball productiu i un potencial humà capaç de generar actituds innovadores.

Els grups d'artistes plàstics estan forçosament alentats i inclús planificats per uns assessors teòrics: crítics, assagistes, periodistes,...

El factor econòmic no deixa de tindre la seua importància vital, i seran precisament els columnistes aquells encarregats de dur a bon port les iniciatives del sector del mercat, dirigint les virtuals adquisicions cap a un terreny, o en sentit contrari. Els galeristes han de fer la resta, incitant als col·leccionistes cap a un producte còmode o bé al contrari, motivar-los envers un possible risc: invertir en obres d'incerta revalorització.

Aquest dilema va ser afrontat amb perspicàcia pels marxants de l'època. Els polítics del règim també van saber treure partit de la situació, i l'allau de premis en certàmens internacionals va fer la resta: a l'Estat Espanyol es va consolidar, al llarg dels anys '50, un entramat d'interessos que va fer dels artistes informals, abstractes i no figuratius, un valor en alça del producte espanyol més genuí.

En el terreny de les innovacions estètiques, adquireix singular importància el món interconexionat de l'arquitectura, l'interiorisme, la decoració i el mobiliari. No podem oblidar



LA ERA DEL PAYASO

Por A. FERNANDEZ SUAREZ

ANDAN por ahí unas cuantas barbas literarias llevando a sus dueños de un lado para otro, llevándolos, en ocasiones, a la celebridad. Una vez son barbas auténticas. Son, generalmente, barbas fabricadas, disfraces, máscaras pilosas que el sujeto se coloca sin naturalidad, para llamar la atención, para componerse una cara, con propósitos frívolos o con propósitos muy calculados. Una barba auténtica es una barba solicitada por la fisonomía de su dueño, por imperativo profesional o por el mero descuido y la espontaneidad vegetativa. Las demás barbas son falsas. Por eso convendría distinguir tres clases de portadores de barbas: los barbados, los barbudos o *barbatenientes* y los *barbantes* o *barbistas*.

Son barbados aquellos individuos a quienes brota la barba tal como florece la vegetación en el monte, y ellos la ostentan como ostenta el león su melena, sin ninguna idea preconcebida. A los barbados nada tenemos que reprocharles. Tienen derecho a su frotida salvaje —de náutrago, de bandido o de pirata— y a lo sumo podemos aconsejarles que se afeiten, por las razones que instauraron la costumbre de cortarse las uñas. La segunda clase, la de los barbudos o *barbatenientes*, está formada por esos caballeros que exhiben dignamente un suplemento arborecente en la cara porque les va bien o porque lo necesitan para imponer respeto, en cuanto profesores —pongamos por caso— o padres de familia numerosa. Esta clase de barba reclamada por la honrronía o la profesión nos parece perfectamente correcta y está temperada por la tradición. Pero hay una tercera clase de sujetos que llevan la barba como si no les perteneciera, como un objeto adventicio, pegadizo e injustificado o bien con la intención astuta y bien pensada de lograr ciertas ventajas derivadas de la notoriedad. Son los *barbistas* que



Camilo José Cela, el flamante académico, es uno de los barbistas literarios más famosos del país.

deberían pagar el impuesto municipal que gravan la publicidad en las fachadas de la edificación.

Pero esta historia de barbas está muy lejos de ser una broma. Es, por el contrario, material para un tratado de sociología. Refleja un hecho importante, grave: el hecho de que vivamos una época donde la propaganda sea tan excesivamente necesaria para triunfar. La *barba barbista* no es sino el más inocente de los trucos que puede manejar hoy un hombre para distinguirse en la espesa indolencia del

(Concluye en la pag. 16)



ANTHONY EDEN, GOBERNANTE EJEMPLAR

Por Mario LACRUZ

EN el momento de escribirse estas líneas, viaja hacia Nueva Zelanda el más actual y espectacular ejemplo vivo de un hombre público menudado por una circunstancia fatal: su propia enfermedad. Hoy por hoy políticamente derrotado me atrevo a suponer que la figura de Anthony Eden no tardará en quedar rehabilitada a los ojos de sus con el acierto correspondiente; aunque es indudable que Eden ha abandonado para siempre la vida pública. Esta rehabilitación tendrá lugar, tal vez, muy pronto en cuanto se manifiesten las ventajas de la intervención armada francobritánica en Egipto, como afirma agudamente el corresponsal de "El Noticiero Universal" de Barcelona, Luis Carandell, que lo ha dicho durante muchos meses en el Medio Oriente. Los inconvenientes de tal intervención, desde luego, nos son de sobra conocidos.

En el caso contrario, la rehabilitación se hará esperar algunos años. No pretendo especular sobre un hecho consumado de la política internacional que ha sido objeto de un análisis exhaustivo por los comentaristas mejor informados. Yo no poseo ninguna información inédita. Pero me ha sorprendido que los reporteros mundiales, olvidando la norma que hoy prevalece en la técnica periodística, no hayan sacado más partido de lo que llaman los americanos el interés humano del asunto. Este adjectivo "humano" que se emplea

(Concluye en la pag. 2)

Fig. 6. Dures crítiques de Fernández Suárez a qui mai no ha sigut compassiu: Camilo José Cela, home de lletres amb una gran capacitat per llençar joves promeses. (La Jirafa nº 15, 1958)

que les novetats tipogràfiques sempre han tingut un paral·lel formal amb els models arquitectònics. La «joie de vivre» que inundava les construccions i els interiors dels apartaments a Europa i els E.U.A. també arriba a l'Espanya de l'apertura.

Un jove de polèmiques actituds i activitats com *Oriol Bohigas* serà l'exponent més significatiu d'aquest moviment innovador.

Ja hem parlat del cas d'un valencià arriscat: *Martínez Peris*, fundador del grup *Parpalló*. A Barcelona proliferen les cases de mobiliari funcional. El prestigi internacional de grans figures de l'arquitectura que van dissenyar mobles funcionals (*Charles Eames, Arne Jacobsen, Eero Saarinen*) serà interpretat igualment, però amb una visió clarament mediterrània, per distingits exponents del nostre entorn.

(*vid. fig. 7*)

La renovació formal i de principis està evidentment lligada al descobriment de nous materials i a les aplicacions de les noves tecnologies. Però tota aquesta introducció de matèries i procediments no hagués conduït enlloc si, a l'aspecte tècnic, no s'afegia una visió completament revolucionària dels comportaments i els models de viure.

L'espai, els conceptes formals i la visió des d'angles estètics transgressors seran evidents en la component estilística novedosa d'aquests anys, tant en el camp de les arts considerades «majors» (arquitectura, plàstica, música) com en la modesta tipografia de les revistes il·lustrades, que configura la part central del nostre estudi.

Si la construcció i el mobiliari són activitats industrials en les quals s'imposa el comportament artístic, evident sobretot en la substància comercial de les modes, el cinema també compta amb una vessant industrial que és necessària i inherent al «setè art».

Seguidor de les últimes tendències crítiques i socials que estaven marcant el cinema italià, reproduïm unes declaracions del maltractat director *Juan Antonio Bardem*, en les quals

ARTE Y LETRAS

UNA EXPOSICION EXCEPCIONAL EL GRUPO R PRESENTA LA NUEVA FORMA, MAS COMODA Y MAS BELLA, DE VIVIR

A nueva arquitectura, en Barcelona, será librando totalmente una de las mejores batallas. El Grupo R, en su segunda salida a la palestra, demuestra, contra lo que muchos venían creyendo, que el confort, la comodidad y la belleza son patrimonio de las modernas concepciones arquitectónicas.

¿Qué era momento esta demostración? El grupo (especialmente el vulgar denominado) identificó la nueva arquitectura, y con ella el nuevo estilo decorativo, a la libertad y a la incomodidad. La intimidad hogareña, a los ojos de la burguesía, requería necesariamente de cosas banales... En contraste al confort de ver a innumerables matrimonios anónimos del mundo y de las visitas en avión, ciertos hábitos de la vida, la red y el cable transmitidos, que, paradójicamente, vivían entre lámparas de candelabros, coronas, sillas, sillas, sillas y traves de tiempo de sus abuelos, etc.

Muy agudamente, el Grupo R ha entendido este abarrotado estado de cosas en un caricaturesco plano que presenta la exposición de la Galería Layetana. Una familia de esas que acaban de descubrir avocada con unos señores del otro siglo francés, que hacen vida en medio de aparatos y muebles modernos.

Si la Exposición Industrial y Arquitectónica que celebra el Grupo R necesitara un slogan, ya proponeríamos: «Viva una vida moderna y viva mejor». La reducción del espacio como es una labor, pero se trata de hacerla, como de que misma a traducción del americano.

LO ÚTIL PUEDE SER LO BELLO

La buena idea del Grupo R es en esta ocasión ha sido, para mí, colocar el acento de la exposición sobre lo industrial, dejando un poco en segundo plano el aspecto que llamaríamos artístico.

Las arquitecturas, rememoradas, hasta la fecha (y digo habiendo desde el punto de vista del vulgar) parecían más preocupadas por la espectacularidad que por las cuestiones prácticas. El símbolo de la nueva arquitectura parecían ser cosas horribles (fachadas de hierro, cuarteles, agujeros de metralla, etc.) por regímenes de ventanas. El símbolo de la decoración moderna, a los ojos de los ignorantes, era el mueble de la Exposición.

El grupo R, con su Exposición, cambia los términos de la polémica: «No habíamos de arquitectura y decoración — dice —. Hemos únicamente de industria y lo equipando del caso es que, al seleccionar y exponer una serie de nuevos elementos industriales concebidos no por artistas, sino por técnicos únicamente preocupados de la utilidad, el Grupo R pone de relieve, está clamorosamente los postulados de la nueva estética».

Los once arquitectos del Grupo R han seleccionado aquellos productos industriales cuya evidente calidad les hace recomendarlos desinteresadamente al público. Hasta la fecha exposiciones de este tipo eran mera propaganda industrial. A la colectiva del Grupo R no ha sucedido quien ha que-

rido, sino únicamente aquel que ha sido mencionado por los organizadores. Lo que la Exposición de las Leyetanas propaga, afirma y analiza es un modo de vivir, un modo de vivir mejor de lo que hasta ahora se ha vivido.

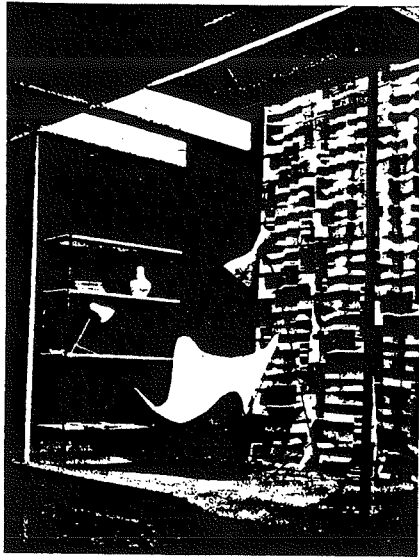
Una vez aceptado este programa industrial (y lo acepta el visitante más laico), la estética se da por adelantada. Las funciones exhibidas en la Exposición ofrecen la belleza de un funcionalismo de un momento. Son bellos porque han sido concebidos desde un punto de vista utilitario, sin poder prestarse a la imaginación y a la fantasía. Son bellos por ser bellos. Y porque son bellos, normales y sencillos, son resultan graciosos.

NOVEDADES CONVINCENTES

Sería muy difícil que alguien, desde el punto de vista práctico, espurro reparar, por ejemplo, a la placa conchada completamente transparente empleada como elemento de cubierta; que se percibiera la enorme variedad de colores y calidades de los vidrios.

La cantidad de determinados tipos de madera, los revestimientos de gres y de cerámicas en platos, el estudio completamente nuevo, la pintura para la protección de la madera contra los ataques de parásitos, la utilización como pavimento del tablero de fibra a base de caucho, la carpintería lacada que evita los alabes y logra un espesor total reducidísimo.

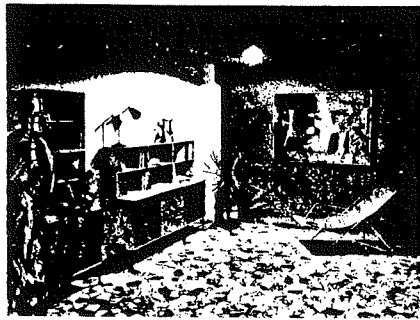
Proseguiríamos indefinidamente este artículo de enumerar las ideas de nuevas novedades de tipo industrial, algunas de ellas desconocidas, ha resumido el Grupo R en su Exposición. Y ahora me doy cuenta de que



El famoso sillón de hierro y cuero sobre una cojina, según dibujo de Planaschard

un enteramente de cristal acorri; puerta de marco también del mismo cristal, transparente y con ruidos y óptica a los 30°, para las preferencias hechas con aluminado interior, etc.

¿qué? — me dice una de las organizadoras. De haberlo caso a mi informador incluso en las salas se ha sucedido pocas entre los nuevos visitantes y la suya recién más



La sala dedicada a elementos de decoración interior

me olvidé el conjunto de puertas, ventanas, persianas que se ha iluminado oportunamente a contraluz, y en el cual figuran persianas que son a la vez enrollables y giratorias; ventanas de puzillo-

El conjunto industrial patrocinado por el Grupo R resulta especialmente para el técnico de la construcción, en el propio tiempo que curioso en extremo para el visitante profano.

LOS MUEBLES DE UNA NUEVA ÉPOCA

El mobiliario que ocupa buena parte de la Exposición ha ganado también una decisiva batalla en la consideración popular. Los muebles modernos pueden ser bonitos. Empleo a propósito el adjetivo bonitos por ser más banal que el de bellas.

«Sabes las parejas de recién casados que han desfilado por



Un aspecto de la primera sala de la Exposición, presidida por un cuadro de Joan Miró

o menos nostálgica de los muebles Luis XVI o 'hipendite'.

En el aspecto de mobiliario, se ha preocupado a los organizadores que el mueble haga honor a la denominación que sea realmente muebles y no inmuebles como estas absurdas comodidades sabelinas o estos pesados hielos de comedor. En este sentido es un acierto que un mueble exhibido que consta de diversos elementos muy ligeros que pueden juxtaponerse sencillamente dando lugar a muebles muy distintos.

Una de las grandes atracciones del Salón «la cocottes», como me dice justamente un amigo es el «Blen Best-form», el mueble mar-

timoso en todo el mundo en el momento presente. No se puede bajar ninguna revista de arquitectura en que el sillón Best-form se encuentre cuatro o cinco veces.

Como ya se contó en DESTINO tiempo atrás, este sillón fue proyectado por tres arquitectos, uno de ellos el catalán Antonio Bonet, residente en América.

Por cierto que me anuncia que Bonet va a construir una casa en el Trat de Llobregat («Acomodamiento a la vista»).

Otra novedad: un sillón de madera con asiento y respaldo de cuero. El respaldo es inclinable a voluntad, inapreciable directamente en un sillón de este tipo, del que se construye incluso una variante completamente desmontable. Entre las varias cosas que han llamado poderosamente la atención de los visitantes, figura el conjunto de lámparas. Es curioso cómo las lámparas españolas se han puesto rápidamente a la altura de la mejor producción extranjera. Y no menos curiosa su adaptación inmediata por parte del público. Ni los materiales de construcción ni los muebles han avanzado en España tanto como las lámparas.

Todo cuanto acabamos de enumerar es soberanamente bello. Incluso es muy bonito. Hay que entender la leyenda de que los muebles modernos son antipáticos, inodoros. Al contrario, es cuestión de que empiece a circular la especie de que nada supera en elegancia y en confort a un parámetro de casa con los datos.

UNA MISMA SENSIBILIDAD EN LA CASA Y EN EL ARTE

No sería justo terminar esta crónica sin referirnos a la aportación de varios artistas. Además a los estampados según dibujos de Ramón Nogué, E. Planaschard y J. J. Tharrats. Es la primera vez que artistas de vanguardia colaboran con un grupo de arquitectos en realizaciones de arte aplicado.

En la Exposición se exhiben obras de A. Cornellá, esculturas de Ángel Ferrat, Eudias Serra y de Oseta, una pintura de Joan Miró (que ha tenido que ser asegurada en 20.000 pesetas) etc.

Y otra lección de la Exposición es el íntimo y profundo acuerdo existente entre los pintores y escultores modernos y la nueva arquitectura. El sillón Best-form y el cuadro de Miró, por ejemplo, corresponden a un mismo

SYRA
Francisco Espriu
del 3 al 14
HOY INAUGURACION

Lea
VIDA DEPORTIVA
APARECE
TODOS LOS LUNES

SALA VAYREDA
Rambla de Catalunya, 116
IMPORTANTE SUBASTA
Colección
GASSÓ-VIDAL

LA PINACOTECA
**P. ROIG
ESTADÉ**

ARGOS PASEO DE GRACIA, 30
Puig Galí
ESCULTURAS

SALA BUSQUETS
Paseo de Gracia, 34
Dionisio Nadal
PINTURAS

SALA GASPÀR
**ALFREDO
OPISSO**
PINTURAS

Fig. 7. A les pàgines de les revistes arriba la moda del mobiliari i decoració funcionals. A Barcelona el «Grup R», a València Martínez Peris,...

(Destino nº 869, 3-IV-1954)

s'atreveix a definir el cinema espanyol d'aleshores amb aquestes dures paraules:

«Políticamente ineficaz; socialmente, falso; intelectualmente, ínfimo; estéticamente, nulo e industrialmente, raquítrico».

I també opina amb una lucidesa excepcional sobre la seua pròpia inclinació pel cinema en blanc i negre, precisament en un temps de domini del *CinemaScope* en color:

«El cine en blanco y negro no desaparecerá jamás. El color es necesario. Las pantallas grandes, su uso, quedará reducido a sus verdaderas dimensiones. Los «scopes» no han sido una necesidad estética del cine, sino un cebo que la industria americana ha puesto al espectador -de su país, sobre todo- que desertaba del cine. Y no por la TV, sino por la vacuidad de la gran producción americana desde hace unos años.»

(vid. fig. 8)

De cantants i d'actors podríem confeccionar-ne una llista interminable. Potser les cares més fotografiades de les actrius espanyoles van ser *Carmen Sevilla* i *Paquita Rico*. Establint una comparació amb un altre cinema nacional europeu, els rostres d'aquestes joves promeses a les revistes espanyoles van omplir tants espais com el de *Romy Schneider* (procedent de les produccions austríaques sota el signe de *Sissi*).

Igual com passava en la resta del món, a Espanya apareix tímidament el fenòmen dels «nens prodigi» que interpretaven papers principals en pel·lícules de dubtosa qualificació. Existeix un film italià que reflexa magistralment aquesta situació: *«Bellíssima»*. Dirigida per *Roberto Rossellini* i senyorejada per l'actuació febril d'una dona amb caràcter: la virtuosa *Anna Magnani*.

Com a exemple d'aquesta intervenció dels xiquets en el cinema, hem replegat una portada



"El cine en blanco y negro no desaparecerá jamás"

"MI PRÓXIMA PELÍCULA, «LOS SEGADORES»"



Juan A. Bardem dando instrucciones a Dora Doll

"Mi cine es discutido dentro y fuera de España, debido tal vez a sus posibles calidades intrínsecas"

JUAN Antonio Bardem, director de nuestro cine, viene hoy a CLIMA después de ser sobradamente conocido en el extranjero. Su cine es el primer cine español que de verdad ha interesado fuera. Sus películas, sus temas, por el gran contenido social que contienen, llegan a todos los ambientes y a todos los países. Con Bardem el cine español se ha dado a conocer en el mundo.

— ¿Cuándo y de qué manera sintió la vocación cinematográfica?

— Vocación siempre ha existido en mí, quizá debido al medio en el cual he nacido y he crecido. En mi familia, desde hace tres generaciones, todos son cómicos. Pero sólo en 1948, cuando empecé a trabajar en el Departamento de Cine del Ministerio de Agricultura, esa vocación entró en el verdadero camino para poder realizarse.

— Usted salió de las aulas del Instituto de Investigaciones y Experimentación Cinematográficas. ¿Creyó necesario para sí esa preparación?

— Al menos, me fue muy conveniente y útil.

— ¿Estima necesaria una preparación académica para ser «algo» en el cine?

— Absolutamente. «Preparar los actores «cutos» o los «intuitivos».

— Esa distinción es imposible pensarla en 1957.

— En cierta ocasión dijo usted sobre el cine español que era políticamente torpeza, socialmente, falso; intelectualmente, infimo, estéticamente, nulo o industrialmente, raquítico. ¿Quiere explicar a grandes rasgos el porqué?

— No creo necesarias ulteriores explicaciones. Las cosas están a la vista. ¿No?

— En su opinión, ¿la ayuda estatal perjudica o beneficia al cine español?

— Creo que un excesivo paternalismo

oficial asfixia nuestro cine. Por otra parte, creo también que los productores al uso en nuestro cine actual están en condiciones impensables en cualquier otro país. En condiciones más favorables, quiero decir... Ahora bien; el balance general, por lo que se refiere a la creación de un verdadero cine nacional, no es demasiado optimista.

— ¿Está contento de haber alcanzado en plena juventud la fama universal?

— Bardem sonríe en este punto y exclama:

— ¡No hay que exagerar, amigo!

— Su cine es muy discutido dentro y fuera de España. ¿A qué cree que se debe?

— Tal vez a sus posibles calidades intrínsecas. Seguramente a su modo realista de testimonio de un momento español dado.

— Como autor-director, ¿cuál le parece su mejor película?

— La última.

— A «Muerte de un ciclista» o a «Calle Mayor», si hubiera de repetir las, ¿qué suprimiría y qué añadiría?

— Suprimiría bastantes cosas que están y añadiría algunas que estaban y no están.

— ¿Se superaría a sí mismo en ambas o no cree poder superarse?

— ¿Cómo puedo saberlo?

— ¿Es usted partidario del cine en blanco y negro o cree que conviene que desaparezca para dar paso a ese cine desmesurado?

— El cine en blanco y negro no desaparecerá jamás. El color es necesario. Las pantallas grandes, su uso, quedará reducido a sus verdaderas dimensiones. Los «scopes» no han sido una necesidad estética del cine, sino un cebo que la industria americana ha puesto al espectador —de su país, sobre todo— que desertaba del cine. Y no por la TV, sino por la vacuidad

de la gran producción americana de hace unos años.

— Dicen que aquí no disponemos muchos medios técnicos para hacer cine. Usted, no obstante, ha hecho buenas películas, admiradas mundialmente. ¿Cree en el hombre o en los medios?

— En el hombre sobre todo. Recuerde que el cine es una industria. Un buen utilaje industrial no sólo conviene sino necesario.

— Si le invitaran a hacer cine en Hollywood, ¿aceptaría? ¿Se cree capacitado para desempeñar el mismo gran papel importante hecho hasta hoy?

— Siempre que tuviese libertad de acción en el guión, en la realización y en el montaje, aceptaría de cabe. En cuanto a la segunda parte, creo con una voluntad enorme para hacer buen cine. No es poco.

— En orden a sus preferencias de estilo, tema, etc., si le propusieran hacer una película sin restricciones económicas, ¿qué actores encabezarían el reparto de esa película?

— Sin restricciones económicas. Entonces serían actores hoy desconocidos por todos, por ellos mismos por mí.

— ¿Cuál es su película más inmadura? Deme algunos pormenores.

— «Los segadores». Los trabajos los días de una cuadrilla de segadores andaluces recorriendo Castilla en época de siega.

— ¿Proyectos futuros?

— Un «film» en París, en noviembre.

— ¿Cuál es hasta el momento mayor satisfacción y el mayor disgusto que el cine le ha dado?

— Mayor satisfacción, ser uno de los que trabajan en el cine español. Mayor disgusto, haber hecho sólo lo realizado hasta ahora.

FRANCISCO LOPEZ IZQUIERD

Pág. 2

Fig. 8. El siempre polémico i lluitador director de cinema Juan A. Bardem critica duríssimament el règim espanyol en unes declaracions oferides a la revista valenciana Clima (a les darreries de 1958!)

de la revista valenciana *Clima*, on apareix un diminut «*Joselito*» en la seua funció-ficció com a representant folclòric de la infància espanyola.

(vid. fig. 9)

Entre la gent nostrada, ja en el terreny de les curiositats que sovintegen les pàgines a les revistes, tenim així mateix dos exemples de ballarins de corrents oposades: *Antonio* i «*La Chunga*», flamencs tots dos i, no obstant, admirats per públics molt distants. Els nomenem pel detall «intel·lectual» del gust i la preferència: als cercles literaris hi existia una autèntica passió per la bailaora «*La Chunga*».

Amb una vitalitat genuïna i una excel·lència en la redacció de les idees que sorpren al si dels ambients literaris, les darreries de la dècada ens aporten les primeres publicacions d'un jove i corrosiu valencià de la Ribera: *Joan Fuster*.

(vid. fig. 10)

Fuster va ser un precedent de les actituds compromeses i reflexives sobre el paper de l'art en la societat, així com de la funció estilística i primera dels moviments i les corrents estètiques en el món de la plàstica. L'any 1955 publica per primera vegada (editorial Raixa, Palma) l'assaig *El descrèdit de la realitat*, una anàlisi diacrònica i evolutiva de les arts plàstiques, centrant la disquisició en la matèria del tema del quadre. El nostre escriptor és un profund admirador de l'esquemàtica visió espiritual de *Piero della Francesca*, i mai no oblida la referència al pintor italià en els seus escrits sobre art. L'altra reflexió sobre el paper de la plàstica està inclosa al recull *Figures de temps*, que va ser premiat amb el «Josep Ixart» i publicat per l'editorial Selecta de Barcelona l'any 1956. El text en qüestió es titola «Sobre algunes relacions entre l'art i la política».



Fig. 9. Recentment hem tornat a veure al personatge en les revistes: acusat de traficant amb droga. Vida malsana la que esperava als «nens prodigi», figura singular del cinema als anys '50. (Revista Clima)

El rey de los RÓTULOS

Rouca
PRIMERA FÁBRICA NACIONAL

Mallorca 346 - Tel. 254618
BARCELONA

Neón

PLÁSTICO

Neón

TABLEX

Neón

CRISTAL

Neón

Aluminio
etc...

30 años de éxitos

LA POESÍA Y LA CRÍTICA DE J. FUSTER MIGUEL DOLC

SOLO diez años de vida cuento la primera obra de Joan Fuster, «Sobre Narcís», un fascículo de poesía publicada por la Editorial Torre en 1948. Más de una docena de libros, cada uno hábil en su género, esmalta hoy este fecundo decenio. El caso de J. Fuster es más bien insólito, por su solidez y su perseverancia, entre las jóvenes promociones de Valencia. No todo presenta estas cualidades en la bella ciudad, donde la discreción cultural es, por lo visto, un mal crítico y donde es tan frecuente, por otro lado, el arroboamiento y la rendición incondicional ante ciertas actitudes, formas y personas absolutamente negativas. Da pena confesarlo. Pero es así.



El prestigio de Joan Fuster, frente a esta lamentable circunstancia, permanece intacto; más aún, aumenta constantemente su perimetro de influencia. Desde el núcleo inicial de la generación agrupada en torno de «Torre», el escritor ha conquistado una cohesión y una autenticidad que se nos imponen con todo el vigor de una segura referencia. Pero al mismo tiempo su obra se ha hecho compleja, rica e inquietada. Por el camino de la poesía ha alcanzado otras metas o, por lo menos, otras posibilidades. Predomina hoy, en él, el poeta, el crítico, el ensayista. La triple vertiente no cubre aún toda su dimensión humana; surgen, de golpe, nuevos rasgos inesperados: el historiador de la literatura, el antologista, el investigador.

La poesía es, con todo, su primitivo vehículo expresivo, nunca abandonado. Un año después de la aparición de «Sobre Narcís», la colección valenciana «L'Espiga», dirigida por Casp y Adier, publicaba sus «Ales o mans», un libro que permitía la inclusión de J. Fuster en el círculo de los «poetas nuevos» de Valencia — influidos, de cerca o a distancia, por el mismo Xavier Casp —, cuya existencia y proliferación, más consistentes por días, en medio de un clima espiritual difícil e indiferente, tenían algo de milagroso. Sus aspiraciones parecían resumirse en la voluntad de una depuración estética, en la implacable conquista de la unidad lingüística con el Principado, en la aclimatación de las más vivas corrientes europeas. El tiempo ha confirmado la nobleza de los propósitos, aunque no ha suavizado el rigor de ciertas polémicas. Joan Fuster, con afinidades o sin ellas, podía seguir su propia voz interior; conocía perfectamente la aventura en que se movía.

«Terra en la boca» fue su tercer libro de poesía, ofrecido por «La Revista de Barcelona» en 1953; al año siguiente, su cuarto libro, «Escrit per al silenci», era galardonado con el premio Folguera e incorporado a la colección «Muras» de la institución. Alfonso el Magnánimo de la Diputación de Valencia. Ante la imagen amorosa, transformada en suposición o en frontera imprecisa, cuando todo acaba en ceniza, el poeta construye en «Escrit per al silenci» una intensa, irregular y singular poesía, que se abre con las diez bellísimas secuencias, formadas por triples tercetos, de «Criatura dolcíssima». En las otras siete piezas del volumen la inspiración parece a menudo desgarrada, como los mismos versos, por sílabos regresos a la luz y a la fatiga, por presencias constantes y hostiles, casi

desconocidas presencias de vida; la noche o el cielo ocupan la lengua ardiente, las opacas cicatrices. La poesía de J. Fuster parece florecer y madurar en una lejana profundidad.

La creación poética, sin duda, le ha llenado el campo del ensayo y de la crítica literaria y artística. Desde la palestra del diario «Jornadas», cuya sección literaria dirige, cumplir una misión rigurosa y concienzuda que podría resumirse en una sola frase: el juego limpio. Sólo las verdaderas manifestaciones del espíritu despiertan en la sensible pluma de Fuster el sereno, fresco y justo comentario, que pone las cosas en su punto, clarifica méritos y penetra con reflexión y pasión en los más ocultos confines de la revelación artística.

Dentro del panorama crítico hay que situar, en realidad, su labor ensayística. El ensayo es casi siempre, en él, análisis profundo y paciente, ordenación de puntos de vista, elaboración de principios estéticos. Y ello, a pesar del carácter fragmentario que el mismo Fuster asigna al ensayo, como muestra de parcialidad, como pieza coherente de un edificio mental. Esta trayectoria se abre, en 1955, con el recto volumen «El decredit de la realitat», síntesis de historia, cultura, crítica pictórica y literaria. La ambiciosa altura conceptual en que empezó a hacer actuar J. Fuster sus dotes le obligaron a un duro esfuerzo. Pero ha resistido la prueba. «Les originalitats» lo confirmaba, al año siguiente, al ser reunidos dos ensayos que mutuamente se completaban: en el primero, que da título al volumen, sostiene la identificación entre personalidad y estilo, principio basado en la singularidad imperiosa de cada hombre; el segundo, «Maragall i Unamuno, cara u cara», presenta un caso concreto y vivo del postulado general, interesante, especialmente, por el contraste que media entre ambos personajes: el primero, hombre de paz civil, de concordia; el segundo, de guerra civil.

«Les originalitats» es un libro de meditación política y cultural, el fruto de un pensador casi angustiadamente aferrado a su afán crítico. Esta postura parece ya definitiva en J. Fuster. Basta acudir, como prueba menos explícita, a las notas recogidas en sus recientes «Figures del temps» (1957), premio Xzart, y en «Indagacions possibles» (1958); extraídas de un largo diario, en demasiado íntimo en realidad, que va escribiendo desde hace unos cuantos años tanto por contentencia como por entretenimiento, estas anotaciones poseen constantemente para nosotros la fuerza de un estímulo, como sugerencias y comentarios capaces de hacernos preocupar por aquello que a él le preocupa y tal como le preocupa. Este poder de comunicación es siempre muy fuerte e insistente en todas las perspectivas, apretadas o minuciosas, que Joan Fuster nos pone ante los ojos. Desde el ángulo en que se sitúa no cabe el engaño; él lo escoge, y no puede ser otro. Yo no sé si es posible intentar una visión más inteligente y directa de la moderna lírica en Valencia como la que nos ha dejado en la introducción a su «Antología de la poesía valenciana» (1956) o, en unos dominios mucho más amplios, un manual de más personal y precipitante, como prueba de su dos volúmenes sobre «La poesía catalana» (1956), precedidos, dos años antes, por su monografía «La poesía catalana fins a la Renaixença», publicada en México.

El doble instinto poético y crítico de J. Fuster impregna ya, con su elegida savia, la labor del antologista, del erudito y del divulgador, tanto si nos ofrece una «Antología del surrealismo español» (1952) o unas «Páginas escollides de Sant Vicenç Ferrer» (1955), como si redacta sus esenciales «Notes per a un estudi de l'ortografia valenciana» (1954) o examina «El món literari de sor Isabel de Vilanova» (1957). La obra literaria de Fuster se va haciendo ya, fácil es colegirlo, realmente complicada. Esta semblanza sólo pretende precisar unas concordancias y establecer unas normas para la comprensión de su personalidad. Desde el retiro de Sueca, su ciudad natal, ejerce, quieto sin desearlo, un magisterio que la historia literaria tendrá que agradecerle. Su crítica, sus estudios, su misma poesía, podrán ser discutidos; pero sentiremos siempre su eficacia, su propósito, su buen sentido; nunca vacitarán la indiferencia.

MAQUINA de FRANQUEAR

ENTREGA INMEDIATA

LLORENS

MAQUINARIA COMERCIAL

Rambla Catalunya, 24

PREVENID
las molestias del

DOLOR
(Nervioso o reumático)
tomando en ayunas el

CEREBRINO

MANDRI

EFICAZ E INOFENSIVO

Fig. 10. La dècada de trencament serà decisiva per donar a conèixer intel.lectuals de la talla de Joan Fuster. A l'esquerra de l'escriptor, un gratificant anunci de rètols. (Destino nº 1123, 14-II-1959)

En ambdós casos, l'autor recomana i aconsella als artistes no «deixar-se prendre pel partit», amb la compensació de tindre la llibertat per poder «prendre partit», en funció de les necessitats expressives i les pròpies conviccions sobre el paper de l'art en la societat.

Aquests atreviments de *Fuster* en un moment de prejudicis i coacció estan en consonància amb les posteriors reivindicacions d'un prolífic defensor de la funció social de l'art: *Alexandre Cirici Pellicer*. D'aquest autor, però, en parlarem pausadament al capítol III.f. d'aquesta tesi.

I.d.

Corrents, novetats i personatges que activaran una profunda transformació dels models establerts.

Diu el comunicòleg *Umberto Eco* al llibre «*Apocalípticos e integrados*»:

«En el mundo contemporáneo existen sectores en los que se ha ido reconstruyendo sobre bases populares esta universalidad de sentir y de ver. Esto se ha realizado en el ámbito de la sociedad de masas, donde todo un sistema de valores, a su modo bastante estable y universal, se ha ido concretando, a través de una mitopoética (...), en una serie de símbolos ofrecidos simultáneamente por el arte y por la técnica. En una sociedad de masas de la época de la civilización industrial, observamos un proceso de mitificación parecido al de las sociedades primitivas y que actúa, especialmente en sus inicios, según la misma mecánica mitopoética que utiliza el poeta moderno. Se trata de la identificación privada y subjetiva, en su origen, entre un objeto o una imagen y una suma de finalidad, ya consciente ya inconsciente, de forma que se realice una unidad entre imágenes y aspiraciones.»

-pàg. 252, vid. Bibl. Gen. ECO (1985) -

En el text que transcrivim, igual com en la resta dels assaigs del llibre en qüestió, s'estipula i s'estudia a partir dels símbols i les coordenades de la cultura de masses. Curiosament, *Eco* descriu i analitza gran quantitat de figures simbòliques, llenguatges a base d'imatges que configuren el que ell denomina «estilemes». Les publicacions periòdiques il·lustrades

ocupen bona part del material tractat (especialment els còmics), però mai no desvia el seu discurs cap al signe gràfic que li permet transmetre totes aqueixes lúcides especulacions: la lletra. I és que *Umberto Eco* és incapaç d'efectuar aquest viratge degut a la seua condició d'home de lletres, motiu pel qual veurà contínuament aspectes literaris en qualsevulla forma, abstracta o no. Tot i això, hem aprofitat les premisses i les deduccions d'aquest autor, ja que poden traslladar-se perfectament al camp que nosaltres desxifrem: l'estètica de la lletra impresa.

La reflexió del semiòleg *Umberto Eco* ens servirà per connectar amb les aspiracions d'un grup de lingüistes els quals, a les darreries dels anys '50 encetaven l'estudi dels mass media des d'una visió pragmàtica, aprofitant tots els paradigmes simbòlics que s'estableixen a partir dels mitjans de comunicació que disposen d'una major incidència popular. Juntament a l'italià *Eco*, ens recolzarem en les demostracions teòriques del normand *Roland Barthes*, sociòleg estructuralista i crític literari francès, autor del recull d'assajos més significatiu de la dècada: «*Mythologies*» (1957).

Dins la línia de les investigacions i els plantejaments novedosos inclourem igualment al polemista *Marshall McLuhan*, personatge que va aconseguir dotar de relleu filosòfic a les seues confuses interpretacions del fenomen dels mitjans de comunicació i els estris de la cultura post-industrial.

El científic nord-americà *J. Robert Oppenheimer*, famós per la seua contribució a l'estudi de la física nuclear, els raigs còsmics i la teoria de la relativitat, descrivia la dècada d'una manera pessimista, amb un to malenconiós, i realçant les esperances en les coses més senzilles i autèntiques del comportament social humà:

«Características naturales de esta gran época de cambios son la soledad del artista, la desesperación del intelectual, porque nadie quiere ya molestar en aprender lo que él

puede enseñar, y la estrechez de miras del hombre de ciencia»

(Revista *Atlántico* nº 7, setembre 1957, pàg. 20)

Coetani al desenvolupament dels estudis significatius aplicats als mass media (just al moment d'aparèixer al món sencer la influència de la televisió), va nàixer un mite de la cultura de masses: el *Rock-and-roll*.

Una música pensada per al ball. Un ritme i una estructura que provenia de l'enllaç ètnic que a nord-amèrica havia possibilitat el jazz i les cançons ballables. Un producte que es converteix en indústria i mercat cultural, estenent-se finalment amb influència i domini universal.

(*vid. fig. 1*)

El fenòmen del *Rock-and-roll* ha sigut sempre patrimoni de la joventut (almenys el consum del producte), i ja indicàvem anteriorment que la dècada dels cinquanta inaugura el reconeixement de la cultura dels més joves, partint de l'evidència que les generacions de menys edat són també més vulnerables, i també són poc exigents en matèria de modes variables i d'hàbits fàcilment imposables. Cal apuntar que aquesta música provocarà tot un complexe món de representacions gràfiques en constant renovació plàstica (revistes, portades de discos, ...)

A l'estat espanyol arriba la notícia del naixement del *Rock-and-roll*, però no s'escoltaran les cançons fins ben entrada la dècada següent.

El qui va arribar a fer-se escoltar després d'una temporada d'exili va ser el cantant *Antonio Molina*, precisament el pare d'una saga d'actrius de renom en l'actualitat. En els documents presentats al llarg d'aquesta tesi hi trobarem constantment l'aparició de personatges que són els pares, o inclús els avis d'aquells que ocupen les pàgines de les revistes del final del nostre



ELVIS PRESLEY CON SU MADRE. — Frente a sus actuaciones totalmente descabelladas en escena, Elvis se comporta en el hogar paterno como un muchacho reposado y muy formal. No fuma ni bebe y considera que los clubs nocturnos son muy aburridos. En pocos meses este joven, que era chófer de camión, pasó a ser uno de los hombres mejor retribuidos en el negocio de los espectáculos. Lo primero que hizo fué comprar una casa a sus padres y cuatro automóviles para él. Se calcula que sus ingresos ascenderán a finales del año 1956 a unos veinte millones de pesetas. Cada día Elvis recibe unas tres mil cartas de sus admiradores, en su mayoría jovencitas de quince a dieciocho años, entre las cuales el cantante es conocido por «el niño de fuego».



ELVIS PRESLEY EN ESCENA. Hace medio año se introdujo en América un nuevo ritmo: el «rock-and-roll»; después apareció Elvis Presley que se convirtió en el rey de la nueva música. Sus canciones son muy sencillas, pero en ellas el ritmo es persistente, obsesionante, implacable. Elvis, al cantar, hace girar los ojos en el interior de las órbitas y agita los brazos en el aire.

LAS JOVENES ESTAN FUERA DE SI. — El influjo que Elvis Presley ejerce sobre los jóvenes de su edad, especialmente sobre las muchachas, tiene la fuerza de un fenómeno natural. Mientras Elvis canta acompañado de su guitarra, las jóvenes gritan y se exaltan: Por ello crece la alarma de los padres y maestros, de la Prensa e incluso de la Policía.

Fig. 1. La joventut i el Rock-and-roll, inseparables des de la dècada de trencament. El mercat i la indústria del disc han establert des d'aleshores el seu públic més fidel entre les generacions més joves. El «rei del rock-and-roll» per a sempre: Elvis.

(Lecturas nº 393, 15-XII-1956)

segle. Aquesta característica és important destacar-la, ja que demostra com, en certa mesura, el contingut de les revistes no serà tan important, al cap i a la fi, com la renovació gràfica d'aquestes.

(vid. fig. 2)

Resulta difícil, parlant de l'ambient musical d'aquells anys, poder extreure alguna figura de procedència espanyola que signifiqui una renovació dels esquemes. Els únics atreviments provenen dels joves, i molt especialment de *Cristóbal Halfter*. On sí que podem trobar-ne de músics arriscats (amb un proverbial mestratge dels clàssics *Stravinski* i *Messiaen*) és a la veïna França; amb un moviment transgressor dels esquemes habituals: le «*Domaine Musical*». Lligats al «*Domaine*» estan els noms de *Pierre Boulez* i *Jean-Louis Barrault*. Relacionats amb les activitats dels renovadors francesos estaven l'italià *Luciano Bério* i el nord-americà *John Cage*.

Curiosament, les figures al·ludides en el món de la música (*Boulez, Berio, Cage*), representen les nacionalitats que adés havíem destacat quan ens referíem als teòrics de la comunicació (*Barthes, Eco, McLuhan*).

Amb un cert atreviment, podem establir un parentesc de paral·lels entre les intencions i l'estil que emana de cadascun d'ells. Precisament l'obra més destacada d'*Eco* en els paranyes de la crítica del fenomen artístic (*Opera Aperta*) va ser engendrada a partir de la reflexió provocada pels programes de música electrònica produïts per la RAI. Tant *Luciano Berio* com *Umberto Eco* van començar treballant a la ràdio italiana, i aquest últim va col·laborar en la creació d'alguns programes del músic.

És difícil trobar un «estil» dels anys '50, i no obstant resulta bastant senzill reconèixer una obra dels anys '50. Possiblement s'evidencia una «actitud amb uns resultats», més que una codificada carta d'aspiracions amb unes conseqüències previsibles inicialment. Certes



Miguel de Molina, el popular intérprete de canción española, ha sido contratado por [una casa] [de] [la] [ciudad] [de] [Madrid]. Y se ha presentado con éxito magnífico en Ruzafa como atracción destacada de la [edición] [de] [la] [revista] [de] [la] [ciudad] [de] [Madrid]. El, con Gracia Imperio y Luis Cuenca, forman el trío de figuras de «¡Qué señora!»

CINE ESPAÑOL

Robert Taylor llegará próximamente a Madrid para rodar exteriores de una película norteamericana.

El rodaje de «Altas variedades», dirigida por Rovira Beleta, ha sido retrasado hasta el próximo verano. Alberto Closas, que había de ser su intérprete masculino más importante, tiene compromisos teatrales hasta entonces.

La película que piensa dirigir Rovira Beleta antes de «Altas variedades» será «Feria de muestras». Será rodada en Barcelona, en cinemascopio y color.

El galán valenciano Vicente Parra sale dentro de breves días para Italia, donde intervendrá en la película «Días felices».

El popular Jorge Mistral empezará muy pronto «El Empeinado», película que recogerá la biografía del famoso guerrillero de la Guerra de la Independencia española.

Otra película que parece que comenzará pronto es «María Coronel». La bella María Félix vendrá a España para interpretar el primer papel femenino.

Hubo Festival Español en Punta del Este. Se proyectaron con gran éxito «Tarde de toros», «Fedra», «Calle Mayor» y «Mi tío Jacinto».

Otra obra de Jardiel Poncela que se llevará a la pantalla: «Blanca por fuera, rosa por dentro». Será director Raúl Alfonso.

JANET LEIGHT VUELVE A LA PANTALLA

Janet Leight ha firmado contrato con Universal-International para interpretar con Charlton Heston y Orson Welles la película «Badge of Evil». Dicho film marcará su primera aparición en las pantallas desde que se retiró hace más de un año, debido al nacimiento de su hijita en el pasado junio. Orson Welles dirigirá la película y Albert Sugsmith la producirá.

Janet Leight, cuya última interpretación cinematográfica fue en «Safari», filmada en Inglaterra, en su nuevo papel encarnará a la esposa de Charlton Heston. Este drama, lleno de «suspense», es la tercera película que interpreta para Universal.

Fig. 2. El retorn d'Antonio Molina als escenaris de l'Espanya d'aquells anys ha sigut reflexat recentment en una pel·lícula que data de l'any 1990: «Las cosas del querer». En aquesta pàgina de la revista valenciana Clima hi observem la figura del cantant junt als comentaris del cinema autòcton.

obres pictòriques d'aquella dècada esdevenen una acta fundacional de la nostra modernitat. Estan inscrites al seu temps i no obstant participen del nostre, amb una actualitat perenne. Podem citar com a exemples els gouaches retallats de *Matisse*, les pintures (dripping) de *Jackson Pollock*, la pintura de *Jean Dubuffet* i les escultures de *Giacometti*.

En aquesta galeria internacional de renovadors deuríem incloure la tasca d'*Antoni Tàpies* i tots aquells que van secundar el projecte que el crític francès *Michel Tapié* bateja amb el nom «*Arte Otro*».

(vid. fig. 3)

Una aportació genuïnament anglesa, almenys en els seus inicis, a la història dels moviments artístics, esdevé el comportament revolucionari dels artistes capdavanters del *Pop Art*, principalment els membres de l'*Independent Group*. La publicitat i els mitjans de comunicació cultural de masses són assimilats i enriquits irònicament pels artistes *Richard Hamilton*, *Eduardo Paolozzi* i *John McHale*.

El contacte amb l'exterior, tal i com venim indicant, resultava quasi excepcional per als creadors espanyols, ansiosos per conèixer la realitat dels moviments d'avantguarda. Tanmateix, en la recerca de publicacions d'aquells anys hem pogut constatar la curiosa aportació d'una revista editada a la piemontesa Torí: els *Quaderni Ibero-Americani*. Aquesta revista significava almenys un enllaç amb un país europeu que al llarg del segle XX mai no ha perdut la seua condició de capdavanter en les qüestions culturals. Amb un document com els *Quaderni* s'evidencia el paper substancial que representen les publicacions periòdiques pel que fa als lligams culturals inclús entre països distants.

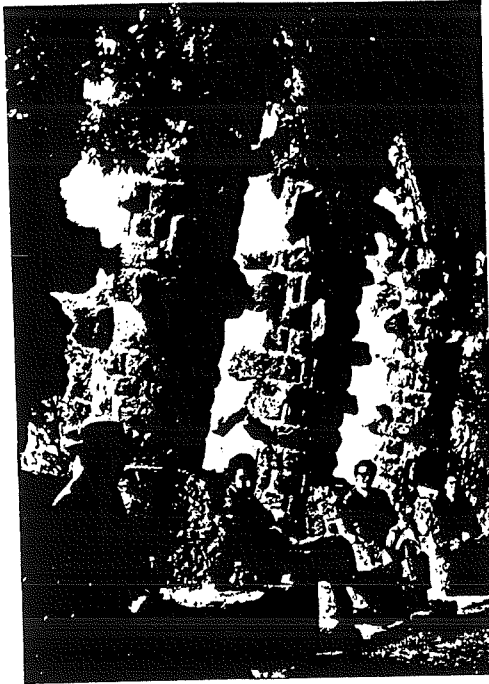
(vid. fig. 4)

PANORAMA DE ARTE Y LETRAS

«ARTE OTRO» EN BARCELONA

por JUAN TEIXIDOR

mente al centro del problema: es el concepto de la forma. Los artistas de que ahora hablamos tienen de común su esencial desprecio de la forma entendida en su sentido tradicional y clásico. Consideran que la forma se ha hecho extraña a la vida, que no participa del misterio remoto, inexpugnable, de toda biología en marcha. Por eso se habla de una estética de «nuevas formas», y en las técnicas que intentan expresarlas advertimos el paroxismo insalvable del gesto, la confusión indescribible, este momento mágico de la caligrafía que parece depender exclusivamente del repiqueo de la sangre en el pulso

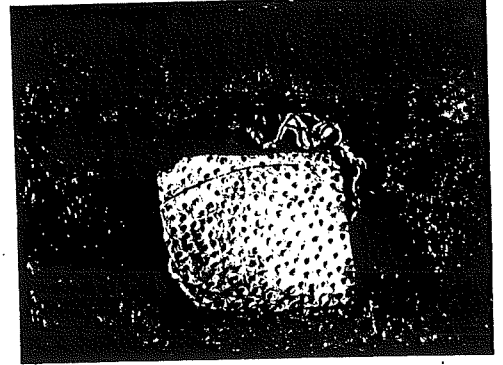


Tapies, Tapies, Stadler y Tharrats en el Parque Güell (1957)

UN arte otro. La ilusión vuelve de nuevo. Se podía pensar que después de la época de los grandes maestros del arte moderno les tocaba a sus seguidores una labor más callada de consolidación y profundización de los seguros hallazgos. Se aseguró incluso que la etapa de la aventura estaba definitivamente cerrada. Por eso, durante estos últimos tiempos en libros y revistas hemos visto cómo a la fase de los manifiestos y de las polémicas sucedió la fase de los estudios y de la historia. Los nombres, aquellos grandes nombres de artistas que ya cuentan casi todos bastantes más años que este siglo, han ido entrando a un Olimpo seguro, de donde el los que continúan no comprendiendo su trayectoria se atreverían a echarlos por mínimas razones de fama y de personalidad que les hace invulnerables. Pero a su ingente volumen, subrayado muchas veces por una anécdota vital considerable que ha sido llevada y traída por los grandes magazines internacionales, no parecía que pudiera seguirle otra cosa que la pálida sombra de los epígonos, o, en todo caso, el maestro sumiso que extrae del planteamiento del problema las últimas consecuencias. Algo había como anquilosado en la continuación de todos los ismos que crispados a las juventudes pictóricas de las dos primeras décadas de nuestro siglo.

Pero las cosas no se han desarrollado así. En estos últimos diez años hemos asistido a una nueva irrupción de esperanzas y de afanes que tienen evidente fuerza sobre la conciencia de los pintores actuales más abiertos y sensibles. No se trata de un «ismo» en el sentido de que no se podría concretar en unas conclusiones el violeto impulso que los mueve. Más que una nueva escuela es una nueva disponibilidad; más que una afirmación de principios es una extraña in-

tuición de tierras por descubrir. Aproximarse a la obra de estos artistas que en más o menos grado se podrían cobijar bajo la bandera de este famoso arte sufre que ahora parece ser el último grito de la moda, tiene sus peligros porque abierto al futuro, en plena gestación, este arte no admite todavía perspectivas. Hay que vivirlo desde dentro con todos sus riesgos, todos sus paroxismos y todas sus violencias.



Tàpies. — «Composición» (1955)

Debemos a la mente lúcida del crítico Michel Tapié el primer esfuerzo para comprender el doble fondo espiritual que justifica una investigación que puede parecer ciega y absurda a tantas mentes dominadas por una idea de forma y estilo que se apoya en muchos siglos de arte. Ya desde el año 1945, a raíz de las exposiciones en París de Jean Fautrier y Jean Dubuffet, se plantea una nueva inmersión en la realidad que ha sido seguida por Michel Tapié no sólo con su inteligencia, sino también con todo su amor y toda su voluntad. Incluso con la fatal violencia propia de toda actitud polémica, que ya echábamos de menos en nuestras plácidas disquisiciones sobre el arte contemporáneo, demasiado próximas al cuadro sinóptico para que no dejaran en el ánimo una extraña sensación de frío. El alma ardiente, de cruzado, de Michel Tapié de Celayran — y no hacemos ahora una imagen, sino que aludimos a una antiquísima sangre que se ilustró en la primera de las Cruzadas — exige el categoricismo de las posiciones extremas; Nietzsche y el dadaísmo le ayudaron en la fatal actitud de repudio frente a los caminos hollados por los conformistas de todas clases; un fondo temperamental sediento de misticismos echó el resto en su enfebrecido panegírico de un «arte otro» que implicaba una «cosa de espíritu» en la necesidad de frenéticamente en las primeras conquistas. Aunque en arte lo que cuenta en definitiva son las obras, o por eso podrá nunca subestimarse la gran labor de Michel Tapié en pro de una nueva primavera artística. Mucho más cuando gracias a sus palabras el propio artista puede tener la impresión de que entre su obra y el público existe este ámbito social que permite continuar expresándose. El arte dejaría de existir en el mismo momento en que no fuera también comunicación, mensaje, voz de un hombre para otro hombre. Plantear el problema de un arte otro desde el punto de vista de lo que se ha llamado el arte abstracto nos llevaría a un error lamentable. Aunque se reconociera que la mayor parte de los artistas «otros» participan de la superficie plástica que dió lugar al desafortunado adjetivo, no puede sostenerse que sea éste su carácter primordial. El arte abstracto puede haber seguido por caminos completamente opuestos a los que llevan al arte otro. Hay un concepto esencial que nos llevaría inmediata-

del pintor. Todo esto se sitúa en el polo opuesto de un abstractismo que nos llevaría a un concepto casi religioso del número y de la proporción que se ilustra históricamente con una serie de nombres que van desde Lucca Pacioli hasta Piet Mondrian, pasando por Piero della Francesca y los cubistas. Sin duda alguna este arte otro representa la más violenta oposición a esta línea decisiva del arte contemporáneo. Pero también se opone a toda suerte de expresionismos que todavía creyeron en la forma, aunque en su caso fuera objeto de una caricatural distorsión. Reverenciada o caricaturizada, la forma mantenía una decisiva significación que obligaba al cálculo, a una distribución armónica de llenos y vacíos. Piénsese en este sentido el último caso serio en este sentido, el último y genial defensor de esta forma que durante siglos condicionó el esfuerzo de todo artista. En cualquiera de sus obras el valor de la forma entendida tradicionalmente es definitivo, concluyente. No es por este camino que podríamos hallar los antecedentes de un arte otro.

Porque, como es lógico, existen antecedentes. Epidérmicamente, la actitud de repulsa, el vacío que se pretende establecer entre ellos y los otros, nos llevaría a Dada y a toda su intransigencia. Dada, en este caso, se beneficia de su fracaso, de su mutis irónico en el escenario del arte actual que ocuparon estrepitosamente los menos violentos de sus cultivadores. También el futurismo — con Boccioni, por ejemplo — se encuentra en la base de una obsesión dinámica llevada hasta el frenesí. Pero más decisiva aún es la dirección apuntada por las últimas conquistas del impresionismo. El cromatismo del Monet de las Nymphéas, como las últimas acuarelas de Cézanne, que han dejado su rastro en Tal Coat, abren el paso hacia un mundo que se estructura a través de misteriosas leyes de vida que van más allá de la pura apariencia. Esta obsesión de misterio, esta inmersión dentro de una vida que no quiere fijarse en módulos concretos, que pugna para hallar una ley imperceptible de movimiento, la hallazgos también en la suntuosidad oriental de un Kandinsky, lleno de ímpetu, con una fe incomprensible que aproxima su obra a todo lo más tierno y húmedo de la naturaleza. Por él, y a través si se quiere del arte popular de su Rusia nativa, podríamos aproximarnos al arte extremo-oriental, cuyo peso sobre el arte otro, sobre todo en sus cultivadores americanos — un Tobey, por ejem-

LIBRERIA ANCORA Y DELFIN

AVENIDA GENERALISIMO FRANCO, 556



NOVEDADES ESPAÑOLAS Y EXTRANJERAS

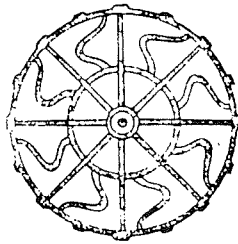
G. Cooper: «TESOROS Y PIRATAS» ... 60 ptas.
Alcorte: «INTRODUCCION A LA SOCIOLOGIA» ... 100 »
J. Fourastié: «PRODUCTIVIDAD» ... 115 »
L. Erhard: «EL RETORNO DE ALEMANIA A LOS MERCADOS INTERNACIONALES» ... 125 »
«BIBLIOTHEQUE IMAGINAIRE» (Artes Gráficas) ... 520 »

«THEATRE DE FRANCE», VI ... 625 »
«ENCYCLOPEDIE DE LA VITESSE» ... 256 »
W. Disney: «LE VALLEE DES CASTORS» ... 562 »
R. Gary: «LES RACINES DU CIEL» (Prix Goncourt) ... 156 »
E. Triebel: «LE RENDEZ-VOUS DES ETRANGERS» ... 152 »
P. Dominos: «LE SECRET DU MAJOR THOMPSON» ... 96 »
A. Lamorisse: «LE BALLON ROUGE» ... 120 »

UNA LIBRERIA DE CALIDAD PARA UN PUBLICO SELECTO

Fig. 3. Molt encertat i amb previsions, el crític francès Michel Tapié promou internacionalment el projecte que denomina «Arte Otro».

(Destino nº 1019, 16-II-1957)



Todo puede ser uno

QUADERNI
IBERO-AMERICANI

15

ATTUALITÀ CULTURALE
NELLA
PENISOLA IBERICA E AMERICA
LATINA

EDITI A CURA DELL'ASSOCIAZIONE PER I RAPPORTI CULTURALI
CON LA SPAGNA, IL PORTOGALLO E L'AMERICA LATINA

Direzione, Redazione, Amministrazione, Pubblicità: TORINO - VIA MARIA VITTORIA, 23

Spedizione in abbonamento postale - Gruppo IV
Aprile, 1954, Volume II - C. C. Postale N. 2130711.

Fig. 4. Les publicacions periòdiques signifiquen una possibilitat d'intercanvis internacionals.

(Quaderni Ibero-Americanani nº 15, Abril 1954)

Els avanços de la tecnologia permeten una renovació dels hàbits. Si a l'interior de les cases comentàvem el paper dels electrodomèstics, en matèria de transports seran les línies aèries la punta de llança dels canvis, tendents a fomentar una dràstica transformació dels costums.

(*vid. fig. 5*)

Als E.U.A. ja s'havia establert una complexa xarxa de comunicacions aèries. Un edifici d'arquitectura carismàtica com és la Terminal de la Companyia TWA en l'Aeroport Kennedy de Nova York, va ser projectat per *Eero Saarinen* l'any 1956 (tot i que es obres van finalitzar l'any 1962).

Si de tecnologia avançada l'estat espanyol no en podia fruir en aquells moments d'autarquia i tímida apertura, del que sí que podia gaudir una cultura com l'espanyola era d'un espectacular elenc de literats. Tot i que la majoria estaven exiliats, encara comptava entre els residents, quasibé joves tots ells, amb noms tan prestigiosos com el narrador *Camilo José Cela* (de qui ja hem parlat) i els novel·listes *Luís Romero*, *José María Gironella*, *Jesús Fernández Santos*, *Carmen Martín Gaité*, *Jesús López Pacheco*, *Ana María Matute*, *Juan García Hortelano*, *Armando López Salinas*, *Luís Goytisolo*, *Lauro Olmo*, *Angel María de Lera*, i molt especialment dos noms providencials: *Rafael Sánchez Ferlosio* i *Juan Goytisolo*.

Els grans escriptors es trobaven patint les conseqüències de l'exili, llevat d'alguna excepció notable: el poeta *Vicente Aleixandre* i els prosistes *Ortega y Gasset* (mort el 1955) i *Pío Baroja* (mort el 1956).

Mentre vivia a Puerto Rico, *Juan Ramón Jiménez* rep el Premi Nobel de Literatura l'any 1956. La llista d'exiliats és llarga i convé recordar-la per exemplificar la pobresa cultural en la qual podia trobar-se aquella Espanya sense lligams. En condicions dificultoses vivien: *Pedro Salinas* (mort el 1951), *Luís Cernuda* (mort el 1953), *Jorge Guillén*, *Rafael Alberti*,

IBERIA

LINEAS AEREAS DE ESPAÑA, S. A.

Se complace en comunicar a sus clientes y al público en general la próxima inauguración del servicio aéreo entre Valencia e Ibiza

PARA INFORMES SOBRE FRECUENCIA, HORARIOS Y PRECIOS,
DIRIGIRSE A LA DELEGACIÓN DE LA COMPAÑIA EN VALENCIA,
CALLE DE LA PAZ, 14, Y A LAS AGENCIAS DE VIAJES

Fig. 5. Severa composició publicitària extreta de la revista Clima.

León Felipe, Manuel Altolaguirre, Arturo Barea, Max Aub, Ramon J. Sender,... Els havien rebut principalment als països hispano-parlants del continent americà, i l'escriptora *María Zambrano* assegurava que mai no s'havia sentit exiliada, ja que pensava i afirmava un bell parany: «mi patria es mi lengua».

El trist panorama de la creació teatral s'enlluerna sobtadament amb unes històries que reflexen la problemàtica social i que són escrites amb coratge per *Antonio Buero Vallejo* i *Alfonso Sastre*.

(vid. fig. 6)

Mentre la dictadura impedia el retorn als exiliats, la comunitat internacional (que en un principi s'havia negat a acceptar-la) comença a admetre-la en les grans instàncies i organitzacions mundials: a l'OMS en 1951, l'Unesco (1952), l'ONU (1955), l'OECE (que administrava en Europa el *Pla Marshall*) i el FMI en 1959.

Un nom de les lletres que pot definir aquell estat de les coses tenyit dels efluvis existencialistes seria ben bé *Jean-Paul Sartre*. Lúcid i intempestiu amb els seus contemporanis, encapçala la llista dels firmants del «Manifeste des 121 sur le droit a l'insoumission dans la guerre d'Algérie».

Al mateix temps que *Pier Paolo Pasolini* enceta a Itàlia la seua vida pública i/o polèmica, apareix per primer cop a París (1955) «*Lolita*», el pervers relat de *Nabokov*.

Pensar en adquirir o llegir lliurement a *Sartre*, *Pasolini* o *Nabokov* era un somni imaginari en aquells temps a Espanya, ja que els censors s'encarregaven d'impedir l'accés a cap tipus de cultura que no fos patriòtica, servil i puritana. Ja veurem més endavant com escapaven i burlaven les tisores dels censors els nostres literats i també els artistes gràfics.

Les poques fantasies possibles s'havien instal·lat a les pantalles del cinema (també fortament censurades en la majoria de casos).

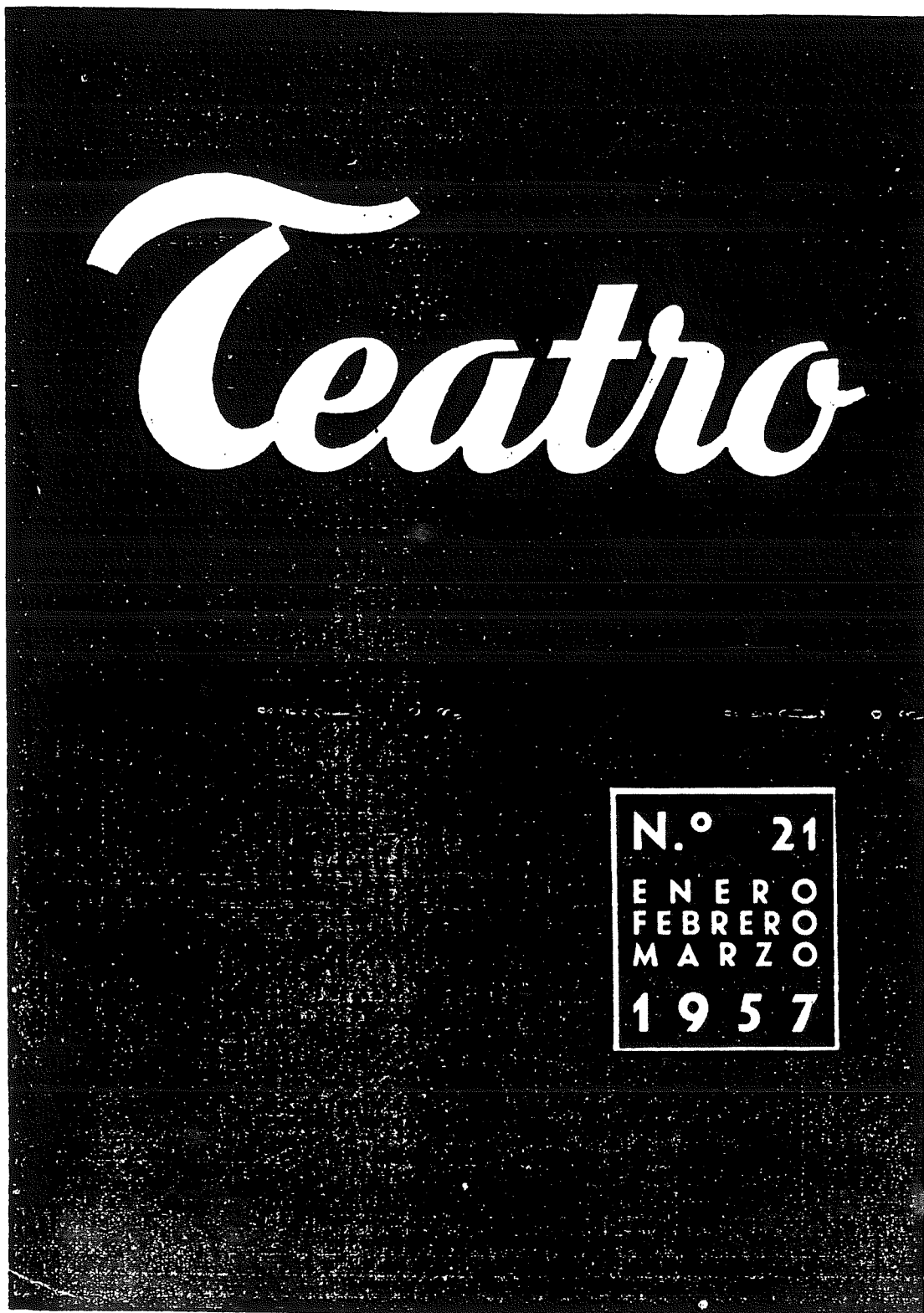


Fig. 6. Una portada de revista literària que es presenta amb una senzilla però molt atractiva capçalera.

(Teatro nº 21, primer trimestre 1957)

(vid. fig. 7)

Per a les il·lusions qualsevulla excusa pot ser bona. En aqueix sentit, durant els '50 s'imposa la incipient moda dels anuncis camuflats sota forma de sorteigs, i també les campanyes publicitàries basades en la popularitat d'un concurs o un presentador d'èxit.

Com que la televisió encara no s'havia estès suficientment, els medis per arribar a més quantitat de gent esdevenien la premsa il·lustrada i la ràdio. La coordinació entre un anunci de premsa i un programa de ràdio està basada principalment en el text explicatiu de l'anunci, ja que la ràdio tan sols disposa de transmissions sonores, i les idees gràfiques i visuals que tant el cinema com la TV sí que poden reflectir, queden reduïdes en el cas del missatge radiat a un relat verbal auditiu.

(vid. fig. 8)

L'anunci de la fig. 8 n'és un bon exemple d'això que venim explicant: el contrast entre el llenguatge oral i la seua representació gràfica. Les lletres del text «*La ropa con Yo-yo resplandece como el sol*» han sigut emprades d'un slogan que funciona musicalment com a frase en vers. El fet de provenir d'un motiu musical ha condicionat la disposició en línies corbes que podem advertir. D'aquesta manera tan primitiva es resol la lectura visual de la lletra d'una cançó: amb la correspondència entre un motiu musical i el text representat dibuixant unes línies corbes.

També els contorns de formes barroquitzants així com els marges decorats amb exhuberància de línies en l'anunci pretenen acostar-nos a la música festiva que normalment amenitza aquesta classe de programes radiofònics. Es tracta d'exemples molt primaris d'allò que pot considerar-se una relació elemental entre les formes gràfiques impreses i les qualitats sonores d'una transmissió per ràdio.



**MAÑANA,
DOMINGO DE RESURRECCION**

**EN 40 LOCALES DE TODA ESPAÑA,
ESTE SENSACIONAL FILM**

La **STRADA**

OSCAR 1956

Y PROXIMAMENTE

FANTASIA

(Fantástico)

La más ambiciosa realización
de todos los tiempos

DANAÉ

(Epic)

por Vittorio de Sica, Sando Mito, Juan Carlos Ferrer, María
José San Francisco, María Vico, Caterina D'Amico

Director Francesco de Robertis
Producido por Jesús Sosa - Film Castellana
Una historia de amor y de espionaje a la sombra del Pelota de Gibraltar

LA ESTRELLA

por Betty Davis y Sterling Hayden

Director Stuart Heisler Productores Associated Artists

El drama de una famosa estrella del cine

TRAMPA DE ACERO

por Joseph Cotten y Teresa Wright

Director Andrew Stone Productores Associated Artists

La historia del hombre que robó un millón de dólares

El Genio Alegre

por Marjorie Dinn y Rafael Arciniegas

Director Gonzalo Delgado Productores Hispano Films

Una nueva versión de la divertida obra de los Hermanos Quijano

EL ÚLTIMO CUPLÉ

(Epic)

por Sara Montiel y Armando Cifuentes

Director Juan de Orduña Productores P. O. F.

Sara Montiel, la gran estrella de Hollywood, con los
cantantes que encabezan el mundo de la música de hoy

LA PRADERA

(Fantástico)

La fabulosa ballada de la prodigiosa cortometraje,
sorprendida por la magia de Walt Disney

"O.S.S. 117" no ha muerto

(Epic)

por Margot Mead e Ivan Davy

Director Juan Siches Productores Cludio Orsman Films

La historia de un agente de ultra alta tecnología y espionaje

LA PESCADORA del LAGO

(Epic)

por Marlene Hald y Gerhard Rindmann

Director Harald Bressi Productores Constantin Film

Una nueva versión de la historia de un amor
romántico durante la guerra

**Los maridos no
cenan en casa**

por Zan, Sauter y Coburn

Director Johannes Mühler Productores D. L. A.

Los días de la guerra en una pequeña ciudad
de Alemania

Fig. 7. La productora i distribuïdora valenciana Cifesa anunciava d'aquesta manera a la revista Clima les estrenes de la temporada. El fet d'estar compostat exclusivament amb lletres li confereix al present anunci un valor especialment indicat per al nostre estudi.

SABADO DIA 15, A LAS TRES DE LA TARDE

Sensacional concurso de artistas noveles

"EN POS DE LA FAMA"

Radio Valencia, Radio Mediterraneo, Radio Alicante, Radio Castellón, Radio Alcira y Radio Gandia

DIRECTOR: JUAN GRANELL

Premio extraordinario de

Detegente...
CON AZUL ACTIVO **YO-YO**

*"La ropa con Yo-yo,
resplandece como el Sol."*

CIB

Fig. 8. Els marges decorats i la varietat tipogràfica d'aquest anunci del setmanari *Clima* s'han disposat per intentar relacionar el resultat gràfic imprès amb el suposat ambient festiu del programa-concurs de ràdio al qual representa.

Als anys '50 eren tan populars o més coneguts inclús que els actuals personatges de la televisió, i també gaudien d'un reconeixement massiu: eren els locutors i protagonistes dels programes de ràdio. Aquells presentadors, d'igual manera que els humoristes, participaven d'un èxit i una popularitat basats en les involucions de la seua pròpia veu, i la imatge dels seus rostres podia veure's, en tot cas, a les fotografies de les revistes.

Un home que havia començat en el món de l'humor gràfic (com a dibuixant, entre d'altres, de la revista satírica *La Codorniz*), s'enganxa a un auricular de telèfon i és capaç de provocar somriures multitudinaris, carcallades arrencades a un temps de patiments i estretors, cosa meritòria en més alt grau. Aquest humorista de situacions absurdes s'anomena *Gila, Miguel Gila*.

(*vid. fig. 9*)

El to sensacionalista que sol envoltar aquest tipus de publicacions, resulta molt evident en aquesta notícia de l'acomiadament de *Gila* com a showman. Això no era real, tal i com resa la capçalera. De fet, *Gila* ha continuat en actiu durant tres dècades posteriors a la notícia del seu comiat:

De curiositats no en faltaven, i d'artistes que triomfaven a l'estranger hi havia un munt. *Gaby, Fofó* i *Miliki* (així com d'altres famílies de pallassos) aconseguien èxits i fama en les gires per l'estranger. El pare de l'actual showman de la televisió *Emilio Aragon* era definit com un còmic «vivo y avisado, ingenioso y ocurrente» (*Destino* n^o 1017, 2-II-57)

Comença a prendre's seriosament la fotografia en els camps de la publicitat i l'art. La reproducció gràfica en mitjans de comunicació massiva permet aproximar als fotògrafs al gran públic, que està àvid d'imatges i exigeix cada cop una major qualitat temàtica i tècnica, amb més motiu els mateixos fotògrafs intentaran aconseguir un producte de qualitat.

Un bon exemple de fotògraf de prestigi el tenim en *Francesc Català i Roca* (Premi Na-

GILA

PIENSA RETIRARSE DENTRO DE UN AÑO

ANTES MARCHARA A REALIZAR UNA "TOURNEE" POR AMERICA

GILA, el popularísimo Gila, estuvo unas horas en Valencia. El hombre actuó en la final de «En pos de la fama que, como saben, se celebró en la Plaza de Toros. Y al día siguiente abandonó nuestra ciudad.

- Hacia dónde te diriges, Miguel?
- Voy a Barcelona.
- ¿Compromiso teatral?
- Cinematográfico. Estoy rodando una película y tengo trabajo para tres o cuatro días.
- ¿Después?
- Madrid. Voy a asistir a un homenaje organizado por algunos escritores humorísticos.
- ¿Y ese viaje a América?
- Embarko el próximo día 18.
- Gila hace una pausa. Está más delgado que el año pasado. Y parece cansado, agotado físicamente. Cuando se lo hacemos notar contesta:
- Así es. Llevo un cúmulo de trabajo inmenso. Entre radio, televisión, programas comerciales, cine y actuaciones personales no tengo tiempo para descansar. Así estoy yo.
- Pero, eso representa mucho dinero, Miguel.
- ¿Y para qué lo quiero si no puedo gastarlo?
- Antes de marchar a América me había hecho la ilusión de pasar unas cortas vacaciones en Valencia. ¿Ni hablar!
- ¿Por qué?
- He de dejar terminados una serie de guiones y grabaciones que me lo impiden.
- ¿Y en América?
- También me espera mucho trabajo.
- ¿Sólo actuaciones personales?
- Y cine, y radio, y televisión.
- ¿Mucho tiempo?
- El contrato es para siete meses.
- Entonces no te apures: tendrás tiempo de descansar después.
- Voy a descansar y bien. Pienso retirarme.
- ¿No me digas!
- Como lo oyes. Una película al año como intérprete y productor... y a que trabajen los demás. ¡Voy a vengarme!...
- Pero, ¿hablas en serio?



- Y tan en serio. Ya me pesa un poco toda esta vida. Yo soy un hombre pacífico, hogareño.
- Y termina diciendo:
- Y ya tengo suficiente dinero como para permitirme el lujo de vivir mi vida.
- Te sobra razón...

MENGUAL.

"SOLO HARE UNA PELICULA AL AÑO: COMO INTERPRETE Y PRODUCTOR"

Pág. 2

Fig. 9. Un humorista que començà en la premsa gràfica, es va donar a conèixer als programes de ràdio i l'hem vist després a la televisió: Gila. Una entrevista quasi tan absurda com les seues converses telefòniques anunciava a la revista Clima el final de la seva carrera l'any 1957.

cional de les Arts Plàstiques l'any 1983). Les seves composicions parteixen del concepte neorealista de la imatge, cercant sempre el punt de vista insòlit i, sobretot, l'ambientació humana del tema. Treballà per a revistes i publicacions com ara **Revista, Destino, Gaceta Ilustrada, La Vanguardia,....**

(*vid. fig. 10*)

De fotògrafs, dibuixants, periodistes, escriptors, artistes, publicistes, arquitectes, dissenyadors, maquetadors, impressors i creatius en general parlarem i insistirem al llarg de la tesi. Per a ells, les revistes il·lustrades significaven -i encara actualment ho són- un mitjà de promoció i divulgació de les novetats. Per tant, es tracta d'un instrument a l'abast d'aquest col·lectiu de gent creativa, la qual cosa possibilita una renovació constant de les modes i els esquemes.

Existeixen les publicacions periòdiques dedicades als temes culturals exclusivament. Aquesta premsa especialitzada ha tingut a Espanya molts i molt prestigiosos exemples. De la dècada de trencament podem destacar els **Papeles de son Armadans**, publicats a Palma per *Camilo José Cela*. També de plantejaments seriosos i línia cultural són: **Indice de artes y letras, La Jirafa, Eco, Insula, Revista, Vértice, El correo de las artes, Atlántico, ...**

(*vid. fig. 11*)

Després d'haver repassat al llarg de tot aquest primer capítol les constants històriques i culturals de la dècada de trencament, volem concloure aquesta visió global d'aquella època referint-nos a dues publicacions i tres personatges que seran l'eix i referència primera de la nostra investigació.

Coneixedors dels problemes i sabedors dels condicionants i les estretors de l'Espanya d'aquells anys, és meritòria la llavor de persones com *Enric Crous-Vidal, Ricard Giralt-*



Fig. 10. La casa de perfums Juper publicava un suggerent catàleg cada tres mesos (motiu pel qual es corresponia amb una estació de l'any). Les portades de la revista-butlletí Juperina tenien el segell inconfusible del fotògraf Francesc Català i Roca. Aquesta correspon a la primavera de 1955, les dimensions corresponen al tamany de l'original.

E C C O

JULIO 1952 * * * * * 8 PTAS.



SUMARIO

	Páa
<i>Ilustración de la cubierta por J. M. Prim.</i>	
Julio...	1
Un día del Papa...	3
El secreto de la operación «platillos volantes».	6
La etiqueta americana...	8
Los cazadores furtivos de Kenya...	10
Calidoscopio ...	13
Los comienzos de Charlot...	19
La buena vida ...	24
La aviación norteamericana ...	37
Breve vocabulario del circo ...	39
Cristo murió el 7 de abril del año 30 ...	43
Evasiones célebres ...	45
«Asahi», el primer periódico del mundo ...	60
Cuatro años de Plan Marshall ...	62
Brallowski y su perro ...	65
La fuerza de Rusia ...	67
Aun hay pueblos en España donde pueden comprarse casas por 6.000 pesetas ...	70
Consejos a los autores noveles ...	74
Récord demográfico en los Estados Unidos ...	77
La ancianidad de Verdi ...	79
Eco de la pluma española ...	82
Este es Hollywood...	92
Una ocasión muy especial...	94

EL RESURGIMIENTO ACTUAL DEL CINE ITALIANO

Un artículo de José Palau, ilustrado con fotografías (pág. 30).

CRUZANDO LA ULTIMA FRONTERA

Un reportaje del Dr. Von Braun sobre la conquista del espacio (pág. 47).

Fig. 11. Algunes revistes de divulgació cultural imitaven, a Espanya, els criteris (temàtiques, dimensions,...) d'alguns models editats a l'estranger (en aquest cas, Eco podria ser un paral·lel de l'exitosa Seleccions del Reader's Digest)

Miracle i Alexandre Cirici Pellicer. Pel que fa a les publicacions, totes dues especialitzades en temes tipogràfics i adreçades preferentment als editors i impressors, comptem amb els destacats exemples de la madrilenya **Gráfica** i la barcelonina **Grafía Hispana**.

Enric Crous-Vidal pot ésser considerat, sense exagerar, com el tipògraf més reeixit del segle XX, pel que fa a l'entorn espanyol. Aquest lleidatà, fundador l'any 1933 de la revista d'avantguarda *Art*, es va veure forçat, com tants d'altres, a exiliar-se l'any 1939. Resident a París des d'aquella fatídica data, va saber conservar la seua influència als cercles culturals catalans, convertint-se en promotor del «grafisme llatí», i dibuixant alfabetes de tanta envergadura com són els anomenats París. Flash. Ilerda. Crous-Vidal... Autor d'importants llibres de temàtica tipogràfica: *Richesse de la graphie latine, Grace et harmonie du graphisme latin et autres remarques, Doctrine et action*,...

Parlarem més detingudament de *Crous-Vidal* al cap. III apartat d.

En la il·lustració publicitària de la *fig. 12* podem constatar una sèrie de felices coincidències, totes elles enllaçades pel tema genèric de la present tesi: l'estètica de la lletra impresa.

(*vid. fig. 12*)

Hi trobem una composició realitzada per *Cirici Pellicer* (signada amb una simple «z», inicial de «zen»), el qual introdueix una sinuosa corba de trames que ens recorda els arabescos de *Crous-Vidal*. També una obra d'aquest últim hi està present, ja que la paraula «Thompson» ha sigut composada amb tipus Ilerda. La Fundición Tipográfica Nacional s'havia encarregat de distribuir aquest novedós tipus, i en l'anunci apareix escrita amb aquells mateixos dels quals havia adquirit els drets per a fundir i difondre.

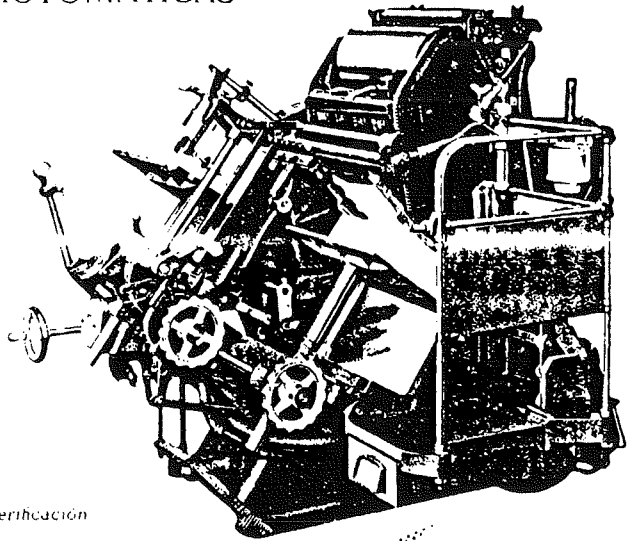
Si *Crous-Vidal* ens interessa pel seu vitalista tractament dels alfabetes tipogràfics, no

MILLARES DE PRENSAS AUTOMÁTICAS

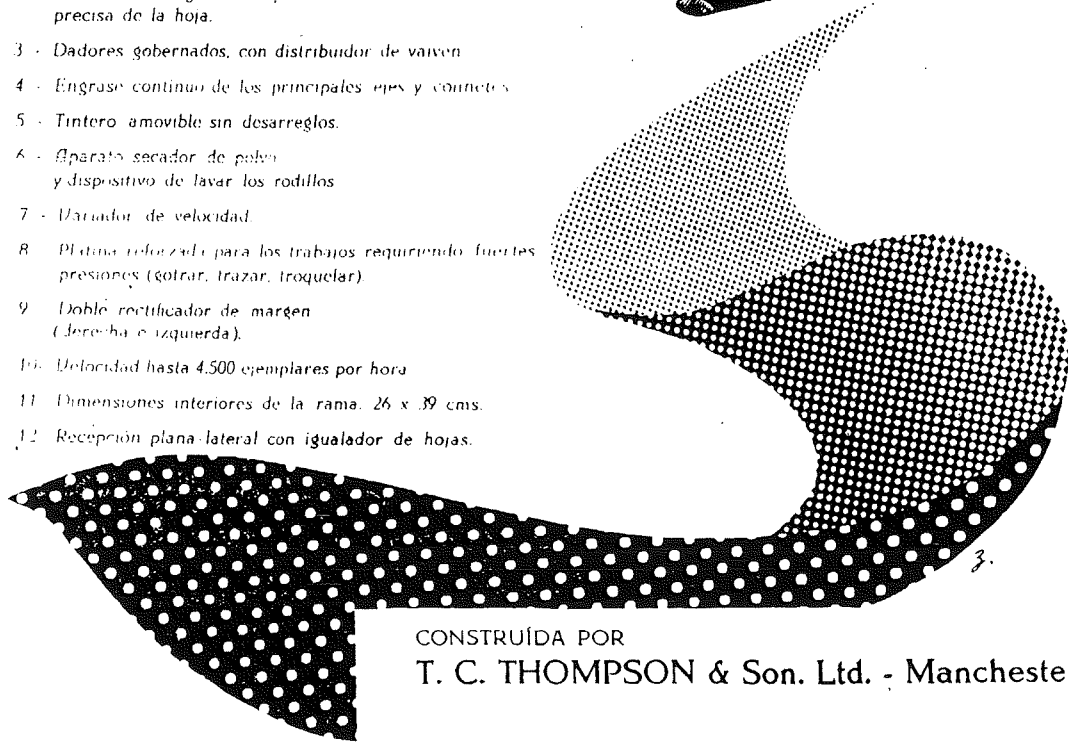
THOMPSON

FUNCIONAN EN 50 PAÍSES

El último modelo de la "Thompson British" es la única prensa automática de platina que posee todas estas primordiales ventajas.



- 1 - Formato de papel de 26 x 38 cms a 4 x 6 cms mínimo.
- 2 - Sistema de margen corto y rectilíneo con verificación precisa de la hoja.
- 3 - Dadores gobernados, con distribuidor de vaiven.
- 4 - Engrase continuo de los principales ejes y coninetes.
- 5 - Tintero amovible sin desarreglos.
- 6 - Aparato secador de polvo y dispositivo de lavar los rodillos.
- 7 - Variador de velocidad.
- 8 - Platina reforzada para los trabajos requiriendo fuertes presiones (gotrar, trazar, troquelar).
- 9 - Doble rectificador de margen (Jere-ha e izquierda).
- 10 - Velocidad hasta 4.500 ejemplares por hora.
- 11 - Dimensiones interiores de la rama. 26 x 39 cms.
- 12 - Recepción plana-lateral con igualador de hojas.



CONSTRUÍDA POR
T. C. THOMPSON & Son. Ltd. - Manchester

Dirija sus consultas a:

FUNDICION TIPOGRAFICA NACIONAL, C. A.

BARCELONA

MADRID

VALENCIA

Fig. 12. Anunci per a impressors, aparegut a la revista Grafia Hispana, composat per Alexandre Cirici Pellicer amb alguns models de lletres creats per Enric Crous i Vidal.

podrem oblidar-nos del testimoni d'*Alexandre Cirici Pellicer* mentre parlem de la dècada de trencament. El nostre personatge va ser un incansable defensor de l'art de la publicitat, convençut com estava de la funció social de l'art. Així ho testifica a l'article «*Una concepción de la plástica publicitaria*», aparegut a **Grafía Hispana**, on compara la tasca dels arquitectes amb la dels tècnics publicitaris:

«El arte publicitario no es ya un arte aplicado, una creación de pintores o escultores al servicio de la economía, sino una actividad homogénea del tipo de la arquitectura, en la que el criterio científico concerniente a las funciones a cumplir y a las exigencias físicas de la construcción no puede separarse de la imaginación creadora.(...) El arquitecto debe conocer las costumbres, el género de vida de los seres humanos que circularán por su construcción (...) pero el técnico publicitario opera con una materia mucho más extensa y profunda: sobre los millares o millones de personas que leerán el periódico, oirán la radio o pasarán por las calles donde existen los anuncios (...) y existe la obligación de una profundidad que no se exige al arquitecto, pues necesita conocer las constantes físicas de los receptores de su obra, pero además su psicología, y no sólo en el terreno mecanicista y somático de la psicología clásica, sino en el profundo e inmenso campo del inconsciente.»

Aquesta reivindicació del paper social de l'artista (i per extensió del publicista) serà una constant en la multi-facètica tasca literària i plàstica del prolífic i encertat *Cirici Pellicer*. Concretament del seu paper renovador i entusiasta de l'art modern (i per ampliació del món de la tipografia) ens fem ressò al *capítol III. apartat f.*, dedicat íntegrament a «*Zen*». Convé apuntar el paper d'un company inseparable de *Cirici Pellicer* als seus inicis publicitaris: es tracta de *Joan Trochut*. D'aquest grafista ens parlava *Carme Alomar* (vídua de *Cirici Pellicer*) com d'un ajudant en les tasques creatives, que finalment va exiliar-se d'una manera voluntària, fugint de les pressions del règim franquista, i refugiant-se al sud de França.

El tercer dels nostres destacats representants del trencament és el brillant Premi Nacional de Disseny Gràfic 1990: *Ricard Giralt Miracle*.

Amb *Giralt Miracle* hem tingut l'oportunitat (i el plaer) de conversar, i tant per la seva afabilitat com pel seu jovial tarannà, ens ha seduït de la mateixa manera que ens atreuen els seus alfabetes (alguns dels quals mai no van ser publicats): *Gaudí, Maryland, Gaya Ciencia, Pompeia, Biblos, Xènius,...*

De *Giralt-Miracle* ens parla *Cirici Pellicer* al catàleg-homenatge publicat per la *Fundació Miró* l'any 1982:

«En aquest món quietista, espantat, Ricard Giralt Miracle va esclatar com una bomba. Ens vam adonar tot seguit de la seva aparició per la brutalitat d'unes línies furioses, ràpides, estripades, amb rascats i barbes; unes espirals guerxes, unes estrelles asimètriques, uns camps de color com tallats per un ganivet rabent, i unes superfícies tacades i esquitxades. Feia tot allò prohibit. Gosava trepitjar el text amb un gravat i un gravat amb un altre. Gosava barrejar collages insòlits, com Max Ernst. Combinar tipografies dissonants, com feien les «parole in libertà» de Marinetti.»

Igualment referint-se a *Giralt-Miracle*, deia la revista **Grafía Hispana**:

«Es un proyectista de amplios horizontes que ha irrumpido en el campo de la publicidad cargado de nobles afanes artísticos. Pertenece en cuerpo y alma a esa moderna tendencia que ha visto en la publicidad el último campo a donde trasladar las más nobles esencias del arte, dotándola de un sentido transcendente y dándole, así, una hondura, una dimensión y, sobre todo, un valor permanente.»

També nosaltres tractarem profundament i extensa la tasca creativa del projectista *Giralt-Miracle* al capítol III. apartat d. del nostre estudi.

Hem intentat al llarg d'aquest primer capítol unificar i confondre tots aquells paràmetres que componen la nostra tesi. Són evidents, i cal remarcar-los: els lligams entre art i tipografia, revistes il·lustrades i cultura de masses, personatges curiosos i tendències novedoses.

En la redacció de la tesi es pretén demostrar quin és l'autèntic paper que jugarà la lletra impresa en una renovació de les tendències estètiques, una sèrie de canvis que considerem revolucionaris, ja que estan immers en el context d'una societat de canvi absolut: la dels anys '50.

Per a dur a bon terme aquest propòsit, confiem en el rol transformador de les inquietes revistes, material fungible que, no obstant, és capaç de promoure renovacions de la sensibilitat, transferint a tots els nivells la difusió de formes i estils que d'una altra manera serien patrimoni exclusiu de la «cultura superior».

II.

Les lletres i el seu paper en el material imprès.

II.a.

L'alfabet i la impremta. La premsa escrita. El periodisme.

En l'accepció més usual i universal, entenem l'alfabet com un conjunt de lletres emprades en l'escriptura d'un llenguatge. El mot en qüestió està compost per les dues primeres lletres de l'alfabet grec (alfa i beta). Igualment es pot emprar la paraula abecedari.

L'alfabet evoluciona com a representació d'un llenguatge des del moment primer en què l'home intenta representar i comunicar els seus pensaments a base de signes.

Hem d'apuntar que en la conquesta de l'alfabet no sols intervenen factors verbals. Els condicionants tècnics seran peça fonamental en l'evolució dels codis, i ja els egipcis s'aproximen a l'escriptura utilitzant un material que podríem comparar amb l'actual paper: les fibres de canya de papir. En qualsevol cas, l'escriptura egípcia en la seva essència no és una escriptura alfabètica; està configurada per tres diferents espècies de signes: verbals, fonètics i determinatius. I tampoc no hi ha precisament una relació directa amb els fonemes. Tal i com apunta *Johannes Friedrich* quan es refereix a les representacions egípcies:

«I segni verbali o ideogrammi sono quei segni che traducono in immagini l'idea di un essere vivente o di un oggetto inanimato, che in tal modo vengono ad essere rappresentati in maniera percettibile coi sensi (concreta), senza tener conto della loro pronunzia. Di tali segni si compone quasi esclusivamente la scrittura cinese, e anche nella scrittura egiziana essi sono ampiamente rappresentati.»

-cfr. Bibl. Gen. FRIEDRICH (1989), pàg. 15-

Els codis egipcis mai no es van alliberar d'aquesta complicada mescla de signes diversos. Sols tardanament, a l'edat greco-romana, es va crear una entesa d'escriptura que ja podrà acostar-se a una espècie d'alfabet.

(*vid. fig. 1*)

Amb els signes gràfics egipcis ocorre que l'escriptura és bàsicament pictogràfica. De fet, va ser el grec *Clement Alexandrí* (mort el 210 d.C.) el primer en utilitzar el terme *hieroglyphikà* (signes sagrats). Amb una petjada sagrada, no accessible a tothom, va ser quasi miraculós un succés com la troballa de la pedra «Rosseta», gràcies a la qual es van poder desxifrar aquelles inscripcions custodiades pel misteri.

Pel que fa a la cal·ligrafia utilitzada pels xinesos, s'hi verifica un component dominant de caràcters gràfics (d'ascendència figurativa). En aquesta cal·ligrafia esdevenen elements semàntics tant el color com la intensitat del traç, els quals augmenten la legibilitat amb recursos visuals. És evident que la llengua xina basa la seva unitat precisament en l'escriptura, ja que un mateix so pot significar, depenent de la grafia, diversos conceptes.

La descoberta de l'alfabet correspon principalment als fenicis, els quals ja apliquen un principi de correspondència entre un signe i el seu respectiu so o fonema. El fet de si aquelles correspondències, a l'hora de configurar els signes, van ser elegides per alguna motivació concreta, o bé es tracta d'una elecció arbitrària, no ens interessa, i per tant aquesta és una discussió en la qual no prendrem part, ja que no afecta als nostres plantejaments, immersos com estem en les darreries del segle XX.

(*vid. fig. 2*)

























	<i>i</i>		<i>p</i>		<i>b</i>		<i>s</i>		<i>t</i>
	<i>j</i>		<i>f</i>		<i>b</i>		<i>s</i>		<i>t</i>
	<i>c</i>		<i>m</i>		<i>b</i>		<i>q</i>		<i>d</i>
	<i>w</i>		<i>n</i>		<i>b</i>		<i>k</i>		<i>d</i>
	<i>b</i>		<i>r</i>		<i>s</i>		<i>g</i>		

Fig. 1. Segons Erman, en aquest llistat de signes es troben els ideogrames egipcis més pròxims a la representació d'una sola consonant, és per això que considera aquesta escriptura l'inici d'un «alfabet».

-d'après FRIEDRICH (1989), pàg. 20-

		² (alpha)		=	l
⊙	⊙ ⊠	b])	⊔ ⊔	m
┌ ←	∨ ∧	g			n
⊏] ⊔	d	⊗	⊗ 8	s
		h	⊔ (⊙	⊏	s ²
=		u	≡ ÷	·	g (γ)
—	—	x	⊗	⊗ ⊗ ⊗	π (f)
H	H I	z		≡	q
∧	⊔	z			
└	└ └	h	○	○ ⊔	r
➤	⊔	z, d	≧	M ≧	z
Z	N Z	i	+ X	+	c
⇐	↑↑	k	⊔	⊔	t ²

Fig. 2. L'escriptura numida patentitza la simplicitat dels signes que es convertiran en llenguatge gràfic, emprant figures bàsicament geomètriques per representar els sons del component verbal. Alfabet numida segons Jensen.

-d'après FRIEDRICH (1989), pàg.129-

El tarannà comercial del poble fenici, els seus moviments incessants al llarg de les costes de la Mediterrània i la introducció en Mesopotàmia, han fet canviar constantment les teories dels experts en quant a la procedència de l'alfabet, ja que cada novetat arqueològica aporta documents que resulten a vegades contradictoris. Si bé en un principi semblava evident l'ascendència originària dels jeroglífics egipcis, es va descartar posteriorment aquesta teoria per traslladar a Babilònia el probable període d'incubació. Inclús s'ha defensat la correspondència amb el sil·labari xipriota. De tota manera, l'invent no va consistir tant en l'elecció d'un nombre reduït de signes, com en el descobriment i la formulació conscient i científica del fet que les articulacions elementals del llenguatge són poques, i podien ésser expressades cada una degudament per un signe.

Les inscripcions més antigues de Biblos en escriptura alfabètica fenícia han sigut datades al voltant del 1000 a. de C., i és de suposar que devia ser una costum anterior.

(vid. fig. 3)

L'escriptura va significar en els pobles de l'antiguitat un símptoma del poder. Aquesta capacitat per reflectir en imatges les idees dotava als escribes d'un tarannà quasi màgic. Els mestres de l'escriptura constituïren a les civilitzacions mesopotàmiques una casta d'aristòcrates. Aquest privilegi, patent en les escoles sempre reservades a una minoria, s'estén al llarg de la història fins a l'època de la Revolució Francesa, moment en el qual la facultat de saber llegir i escriure s'imposa com un dret de tots els ciutadans.

L'ensenyament i l'escriptura han constituït històricament activitats inseparables. La lectura exercita la memòria, mentre que la saviesa passa per la capacitat de poder desxifrar els signes que han sigut transmesos pels savis.

El terme «Les Escriptures» ha designat tradicionalment els llibres sagrats. Ja hem apuntat que els jeroglífics egipcis custodiaven els misteris de les divinitats. Igualment ha passat amb

egipci	cretenc	fenici		estela de Biblos	etrusc de Mar siliana	arcaics (Thera)	orientals		occidentals (Beòcia)	clàssic
							Milet	Corint		
𐀀	𐀁	𐤀	𐤁	𐀂	A a	A A	A	A A	Α Α Α	A a
𐀃	𐀄	𐤂	b	𐀅	B b	Β	B	Β Β	Β	B b
𐀆	𐀇	𐤄	g	𐀈	Γ g	Γ	Γ	Γ Γ	Γ	Γ g
𐀉	𐀊	𐤆	d	𐀋	Δ d	Δ	Δ	Δ Δ	Δ	Δ d
	E	𐤈	h	𐀌	E e	E	E	E E	E E	E e
		𐤊	w	𐀍	F ?			F	F	
	I	𐤌	z	𐀎	I z			I		Z z
	Η	𐤎	h	𐀏	H h	Η	Η Η ē	Η h	Η Η h	H ē
⊙	⊙	𐤐	t	𐀐	th	⊕	⊗	⊗	⊕ ⊕ ⊕	⊗ th
𐀑	𐀒	𐤒	γ	𐀑	I i	Ι	Ι	Ι Ι	Ι	I i
𐀓	𐀔	𐤔	k	𐀓	K k	Κ	Κ	Κ	Κ	K k
𐀕	𐀖	𐤖	l	𐀕	L l	Λ	Λ	Λ	Λ	L l
𐀗		𐤘	m	𐀗	M m	Μ	Μ	Μ	Μ	M m
𐀙	𐀚	𐤚	n	𐀙	N n	Ν	Ν	Ν	Ν	N n
𐀛	𐀜	𐤜	s	𐀛	S s?	Ξ	Ξ	Ξ		Ξ x
𐀝	𐀞	𐤞	c	𐀝	O o	Ο	Ο	Ο	Ο	O o
𐀟	𐀠	𐤠	p	𐀟	P p	Ρ	Ρ	Ρ	Ρ	P p
𐀡	𐀢	𐤢	q	𐀡	M s	Μ		Μ		
𐀣	𐀤	𐤣	g	𐀣	φ q	Φ		Φ		
𐀥	𐀦	𐤥	r	𐀥	ρ r	Ρ	P	P	Ρ	P r
		𐤨	š	𐀧	Σ s	Ξ	Ξ Σ		Ξ	Σ s
+	+	×	t	×	τ t	Τ	Τ	Τ	Τ	Τ t
					Υ u	Υ	Υ	Υ	Υ	Υ u
					Χ x		⊙	⊕	+	⊕ ph
					ϕ ph		Χ	Χ	⊕	Χ kh
					Υ kh		Υ	Υ	Υ	Υ ps
							Ω			Ω ὀ

Fig. 3. En aquest quadre comparatiu pot observar-se la relació i evolució dels alfabet fenici i grec, teoria clàssica de F. Lenormant que els compara amb els jeroglífics egipcis.

-Gran Enciclopèdia catalana, edició de 1986-

el Corà musulmà i amb els textos primigenis del cristianisme. En aquest sentit, l'escriptura àrab i també l'hebreu provenen de l'alfabet fenici (degut a la dispersió dels arameus cap a l'est).

Som conscients de l'aportació fonamental que suposa per a l'actual cultura occidental la civilització grega. Possiblement serà l'alfabet la fita més important de tot allò transmès per aquells precursors.

En l'escriptura grega tenim la base gràfica del que seran posteriorment els alfabetos més estesos de la història de la humanitat: el ciríl·lic, el georgià, el copte i el nostre: el llatí.

Dels romans ens arriba no sols la llengua llatina, també el seu alfabet, amb el qual continuem escrivint i dibuixant els caràcters de les llengües romàniques.

Per continuar explicant l'evolució dels caràcters romans, adjuntem un document excepcional: un fullet de divulgació editat als anys '50 que porta com a referència l'epígraf **Nº 1 de los cuadernos tipográficos editados por Fundación Tipográfica Nacional**, i considerem que és de gran valor tipogràfic per tractar-se d'una visió ordenada i didàctica de l'evolució dels caràcters.

(*vid fig. 4*)

Aquest document de la *fig. 4* exposa amb una senzillesa proverbial la progressió paulatina d'unes formes que es mantenen bàsicament amb una estructura primigènia: les lletres llatines. No existeix al llarg d'aquesta transformació un autèntic canvi, ni cap modificació substancial de les estructures. El que aporta cada forma desenvolupada és una adaptació a les modes i a les possibilitats tècniques de cada època.

Cal incidir en l'última de les lletres del prospecte: una «U» que pertany a l'alfabet «French Flash» del català *Enric Crous-Vidal*. Aquest artista de la tipografia i el disseny gràfic és un dels nostres destacats creadors dels anys '50, sobre el qual tornarem a insistir.

el origen

DE LA FORMA DE
LÓS CARACTERES

LOS PRECEDENTES PALEOGRAFICOS

La tipografía tiene su origen en la escritura alfabética manuscrita, pero no se llegó a ella directamente. De los dibujos figurativos se pasó a la pictografía, al símbolo y al ideograma, base para los jeroglíficos, que pronto se completaron con signos fonéticos. Los semitas aislaron esta clase de signos. Así nació la escritura que todavía llamamos alfabética del nombre de las dos primeras letras semitas (aleph, beth....)

ΦΑΙΔΡΑ

Los Griegos

Los helenos depuraron las formas del alfabeto semítico a las que dieron elegancia y simplicidad. Trazadas en líneas finas y uniformes, con el tiempo tendieron a adornarlas rematando los trazos constitutivos de la letra con pequeños trazos transversales.

Algunas veces tanto a los trazos importantes como a los secundarios se les comunicó un considerable espesor con una intención decorativa.

Partiendo de los caracteres griegos, los romanos utilizaron para su epigrafía unos grafismos de singular elegancia en los que la forma recibía un gran poder expresivo gracias a los perfiles o diferencias de espesor. Este recurso expresivo nació de las variaciones de presión ejercidas por los estiletes.

URBS

URBS

La letra uncial

Entre los siglos IV y VIII la letra romana epigráfica derivó hacia el tipo redondeado de la llamada "uncial", en el que se combinaron los tipos capitales con ciertas minúsculas procedentes de la escritura cursiva (las letras a, d, e y m). Con la uncial empezó el acercamiento entre los caracteres librarios y los empleados para las cartas y los documentos.

De la letra uncial

Derivaron los grafismos visigodos, tan típicos de la España occidental pre-árabe y mozárabe; y los carolingios, que dieron la base para la escritura románica, apoyada particularmente en las minúsculas, pues la cursiva se acercó a la librería.

De la letra uncial

ABRAHE

La letra gótica

Hacia el siglo XIII un alargamiento vertical y una tendencia a las formas angulosas, produjo la letra llamada gótica empleada con preferencia para los códices latinos religiosos. De Fanti, Tagliente, Tory, Dürer grabaron unos excelentes tipos góticos para la imprenta.

En el siglo XV quisieron retornar a lo antiguo, imitando los caracteres carolingios, en la letra redonda llamada itálica y su versión cursiva llamada bastarda. La invención de los tipos de imprenta se produjo entonces. A causa de ello los primeros caracteres, llamados romanos, se inspiraron en la itálica. Estos tipos aparecieron en la edición de "I. actancio" impresa en Subiaco en 1465.

Los Humanistas

specta

Fig. 4. (4 pàgines; complet i dimensions reals; els exemples de les lletres són en roig a l'original). Aquest fullet ens el va cedir, arran d'una entrevista personal, na Carme Alomar, vídua d'Alexandre Cirici Pellicer, el qual utilitzava el pseudònim Zen per als seus treballs gràfics en publicitat.

(Nº 1 de los Cuadernos Tipográficos editados por Fundación Tipográfica Nacional)

LAS GRANDES FAMILIAS

italia
holanda
inglaterra
francia
alemania
españa




Aldo Manuzzio

dió formas muy elegantes al tipo romano creado por Jenson en Venecia, que enriqueció con la cursiva itálica, para los textos de Virgilio y Horacio, inspirada en los manuscritos de los humanistas. Un discípulo de Tory, Claudet Garamond, trabajando para Robert Estienne, en el siglo XVII, grabó en Paris los tipos de caracter aldino, que dieron caracter distintivo a los trabajos de la noble imprenta renacentista francesa.

Los Elzevier

de Leyden y los Plantin de Amberes, fueron los impresores que se impusieron, en el siglo XVII, por la perfección de su trabajo. Los Elzevier utilizaron unos tipos grabados por Christopher Van Dyck basándose en los de Garamond que han quedado definitivamente como tipos clásicos en la tipografía mundial con el nombre de "tipos elzevirianos". Ellos crearon las letras v y j que antes se confundían con la u y la i.



Gianbattista Bodoni

en el siglo XVIII, realizó para el Gran Duque de Parma un tipo de letra basado en el romano, que cuenta particularmente con el fuerte contraste acusado entre las trazas de remate, finas, y el cuerpo fuertemente sombreado de la letra. La elegancia fué la nota dominante del tipo setecentista que ha continuado siendo empleado, particularmente gracias a los modelos, obra de Baskerville, adoptados por la Universidad de Cambridge.

de la tipografía

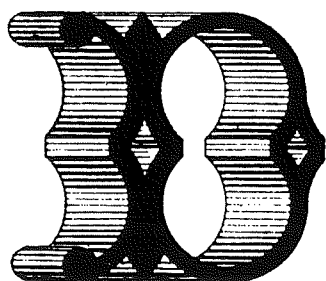


El Caracter Egipcio

El descubrimiento de las ruinas de Pompeya y la campaña de Napoleón en Egipto, pusieron de actualidad primero el mundo helenístico, después particularmente el país del Nilo. Con ello los grabadores de tipos se fijaron en los caracteres griegos con patas robustas en los que vieron una analogía con la robustez de las obras de la arquitectura faraónica y los pusieron de moda con la denominación, bastante absurda, de caracteres egipcios, tan típicos del estilo Imperio.

El Romanticismo

entre 1830 y 1850 reaccionó contra la tipografía del Imperio, rígida como un desfile de soldados, y se complugó en toda clase de adornos y caprichos: Las letras góticas, venecianas, iluminadas, perladas, barrocas, convertidas en ramas de árbol, formadas por figuras o por animales etc. Lo que distingue la letra romántica de la anterior, es que su interés ya no es puramente formal sino que radica en las asociaciones de ideas, literarias, exóticas, nostálgicas de lo antiguo o lo medieval etc.

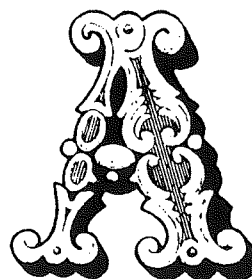


El Trompe-L'oeil

o letra de aparente relieve, nació del espíritu romántico de complicación al sentir el influjo del nuevo culto por la ciencia y por la técnica. Se inspiró en el dibujo industrial y en el sistema de sombreados que entonces se solía usar en él.

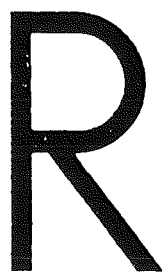
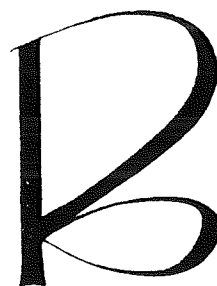
La letra perlada

fué una de las formas de que el romanticismo se valió para dar variedad a los caracteres. Su aspecto suntuoso la hizo muy apta para representar el gusto de fines del siglo XIX, cuando la burguesía enriquecida se empeñó en otorgar a los productos de las artes industriales la falsa apariencia de los antiguos trabajos de la artesanía.



Grosset

a principios del siglo XX, fué uno de los más inquietos buscadores de formas nuevas para la tipografía. Obedeció, para ello, a la corriente del llamado ART NOUVEAU o MODERN STYL, que bebía a la vez en las fuentes de inspiración del arte japonés, y de la observación directa de la flora europea y que se aplicaba a comunicar un torturado y muy rebuscado dinamismo a las líneas.

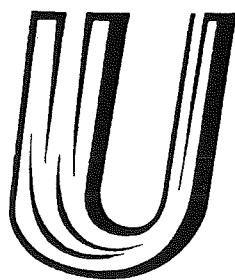


Walter Gropius

realizó en Alemania, a fines del primer cuarto del siglo XX, una campaña en pro de la letra racionalizada que tuvo como final la aceptación por parte del Estado, para todos los impresos oficiales, del tipo de letra del palo seco, sin patas ni perfiles, concebida según las más estrictas euritmia y economía y susceptible de ser trazada con precisión por medio de la regla y el compás.

Lea Lublicidad

recogiendo el culto al caracter personal de la letra propio de una época en que la escritura caligráfica ha cedido lugar al trazo simple, pero más expresivo, de la estilográfica y del pincel, ha determinado, en segundo cuarto del siglo XX, una serie de adaptaciones de sus formas expresivas, diagramas de cada individualidad, a la tipografía.



Crous Vidal

nació en Lérida y establecido en París, representa, en 1953, la reacción de la mentalidad latina en favor del concepto de la belleza como armonía viviente. Para ello se enfrenta con la tipografía alemana, que sacrifica la vida a la armonía y supera las adaptaciones publicitarias de la letra manuscrita, que sacrifican la armonía a la vida. En este momento sus ricas y complejas creaciones son el más definitivo hallazgo del arte tipográfico.

Folleto diseñado por. Fern

N.º 1 de los cuadernos tipográficos editados por Fundación Tipográfica Nacional C. A.

Barcelona

VIA LAYETANA, 36

Madrid

TOMÁS BRETÓN, 47

Valencia

COLÓN, 10

El quadern és una idea de *Zen*, pseudònim d'un altre dels importants creadors catalans dels anys '50: *Alexandre Cirici Pellicer*. I per acabar d'arrodonir aquesta conjunció de figures al voltant de la nostra investigació, el fullet està publicat per la Fundación Tipográfica Nacional, institució que seria absorbida poc de temps després per empreses alemanyes, de manera que deixaria d'existir per als artistes autòctons la possibilitat de crear nous alfabetes, ja que s'imposaren les novetats germàniques.

Voldria recalcar una idea ja apuntada: si durant els segles de l'Europa medieval s'escrivia en llatí (llengua comuna i universal de l'església i els estaments poderosos), d'aquesta llengua s'han perdut (o millor han evolucionat) els aspectes semàntic i verbal, però mai no hem deixat d'utilitzar les formes d'aquelles lletres que componen l'alfabet llatí.

El nostre posicionament al respecte és que l'única llengua universal a les darreries del nostre segle XX, està constituïda per un codi purament gràfic: les lletres de l'alfabet llatí.

A partir del domini i la generalització de l'alfabet llatí, universal des de l'Imperi de Roma, l'evolució i el desenvolupament dels signes aporta un element novedós: la divisió de cada lletra en versió majúscula i minúscula. Aquesta dualitat ve condicionada pel material utilitzat com a suport de l'escriptura. La pedra permet utilitzar les formes de les majúscules, degut a la dificultat d'execució, mentre que per al cuir o el paper seran empleades les formes minúscules.

Els grecs ja coneixien aquest condicionant matèric, i a les pintures i els esgrafiats de la ceràmica s'hi aplicaven formes que podríem qualificar de «minúscules». També els egipcis en l'ús de la tinta sobre el paper arriben a construir la «cursiva hieràtica».

Durant el període posterior a la decadència de l'Imperi Romà, *Carlemany* (742-814), amb el seu desig de retorn a les formes clàssiques, introdueix un model de lletra rodona que ha perdurat amb el nom de «carolíngia», accepció utilitzada en l'actualitat per identificar un

tipus concret de lletres de l'alfabet.

A l'Edat Mèdia proliferen els convents amb immenses biblioteques i escoles de cal·lígrafs, encarregats d'escriure i dibuixar els llibres que ara coneixem amb el nom de «miniatures». Aquesta denominació no es refereix al tamany dels exemplars, sinó al mini usat per aconseguir la tinta roja, molt emprada en aquests documents.

(vid. fig 5)

Si la invenció de l'escriptura fonètica ens depara l'adveniment del que coneixem com «Història», podem intuir que cap descobriment no ha significat, des d'aquella troballa, tants canvis decisius com la generalització del material imprès i el domini de la impremta.

Pel que fa a la nostra investigació, amb l'aparició de la lletra impresa comença realment la vida de la tipografia.

El nom de *Gutenberg* va indefectiblement lligat als inicis de la impremta. Aquest arriscat orfebre de Magúncia va provocar una convulsió general pel que respecta a la tradició cultural d'occident i, per extensió, de tota la humanitat. Amb la divulgació de la tècnica d'estampar els textos a base de tipus mòbils es va possibilitar una reacció en cadena que comporta la democratització dels esquemes culturals.

A les revistes espanyoles dels anys '50 hem localitzat una sèrie de manifestacions pseudo-històriques i imaginatives, les quals esmenten l'invent de la impremta, ja que en aquella dècada estava celebrant-se el 500 aniversari d'aquella històrica data.

(vid. fig. 6)

Podem observar en les últimes vinyetes de l'Auca una referència específica a la revista clau del nostre estudi: *Grafía Hispana*. Són fàcilment identificables els quatre arabescos

CHLORODONT

La gran crema dental alemana

Publicidad CLARIN - Hortaleza, 20. MADRID

Fig. 5. Quan un publicista dels anys '50 utilitzava aquestes siluetes reomplides amb text, potser no era conscient d'una tradició procedent dels cal·lígrafs de l'edat mitjana, els quals la van heretar així mateix dels copistes carolingis.

(El Hogar y la Moda nº 1297, juny 1953)

SOLO NOS FALTABA "VER" EL AUCA DE GUTENBERG

Ciudad del Norte de la
XXIV Fira Oficial e
Internacional de Mostres
de Barcelona.

Obra de T. Castany,
1960, de
Tinet, Castany 1960

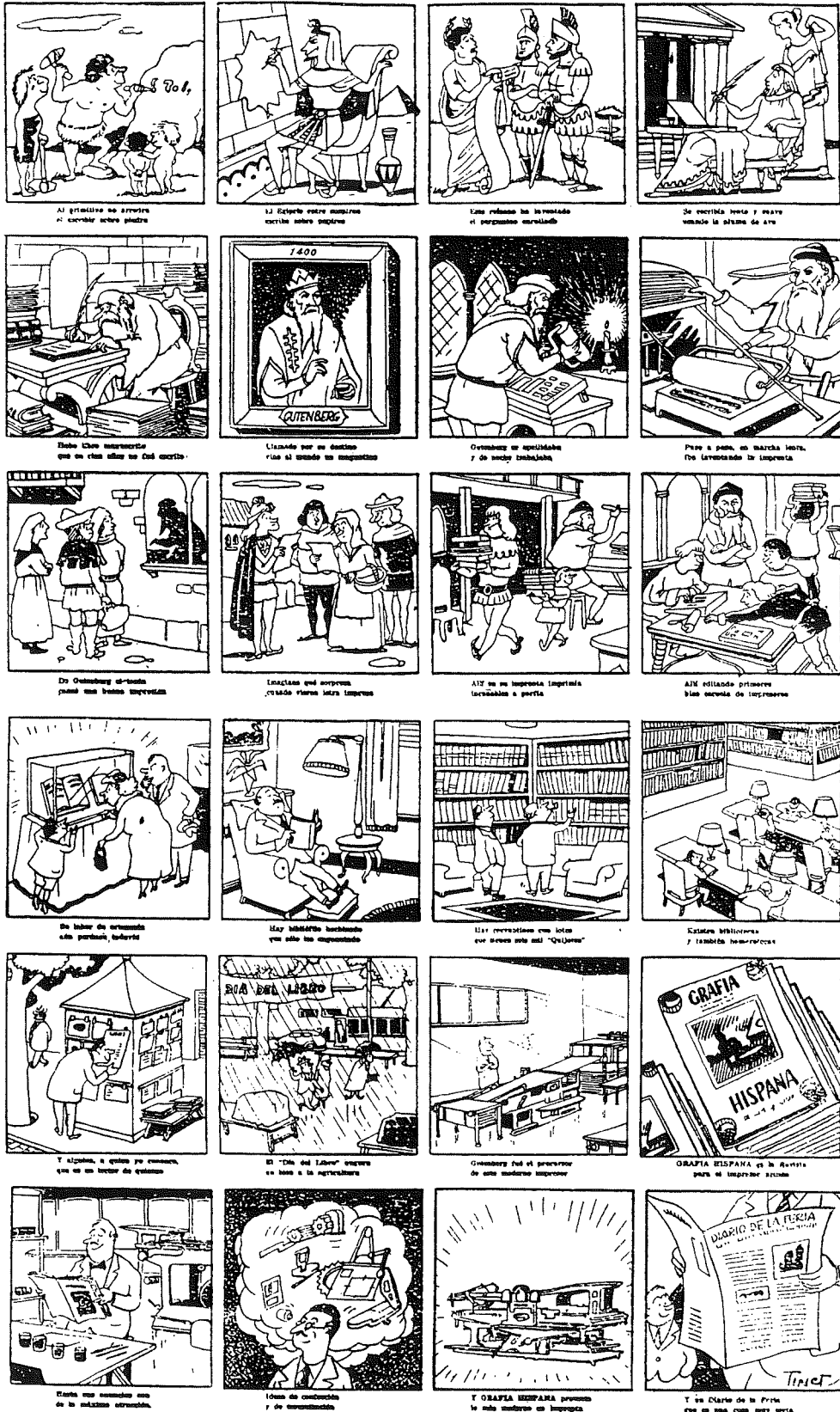


Fig. 6. Editat amb motiu de la XXIV Fira Oficial i Internacional de Mostres de Barcelona, com a suport publicitari de la marca «Aldea» de maquinària per a les arts gràfiques, aquesta «Auca» ens il·lustra una ingènua visió del fenomen de la impremta i la seua invenció. Els dibuixos són de Tinet Castany.

-Vid. en Bibliog. Hist. (1960)CUSA, Juan de-

circulars als extrems de la portada, obra de *Crous-Vidal*. Sembla que també els creadors d'aquesta publicació es van encarregar del disseny del «Diario de la Feria», ja que ens ho diu el text de les darreres il·lustracions.

Molt més estravagant i fictici ens resulta el text preparat per un tal *Emilio Fonet de Asensi*, publicat en el número 268 de la periòdica **Temas Españoles**. Aquesta revista analitzava un tema concret en cada exemplar, amb una tònica reaccionària i de clara tendència franquista. En algunes asseveracions sembla inclús surrealista, i mai no apareix cap tipus de documentació seriosa.

El monogràfic en qüestió porta per títol «La imprenta en España», va aparèixer el 1956 i venia a contar històries tan suggerents com la que seguidament transcrivim, al peu de la lletra:

«Se ha dicho que una tarde paseaba Gutenberg, en el tiempo ancho y fragante de la primavera, por un bosque o parque de su nativa Maguncia. Era joven y estaba enamorado. Era su musa una Gretchen, una Margarita alemana de trenzas rubias y ojos celestes. Con un cuchillito hirió Gutenberg el tronco de un árbol; como excelente enamorado, grabó a filo de cuchillo en la corteza del abeto el nombre de su amada. No contento con dejarlo allí, cercenó las letras, las envolvió en el lino de su pañuelo y las guardó en su bolsillo interior. Cuando, tardes después, fue a enseñarle el trofeo de cariño a su Gretchen, se quedó asombrado al ver grabadas por el jugo de la savia del árbol, en el lenzuelo, las letras de cortezón de abeto. Dicen que esa fue la primera idea que tuvo de su «secreto» o el arte de la Imprenta.»

Després de tan eminentes arguments científics, no podem més que lamentar que no s'hagi conservat el «lenzuelo» en el qual es van quedar gravades les lletres de l'atractiva Gretchen gutemberguiana.

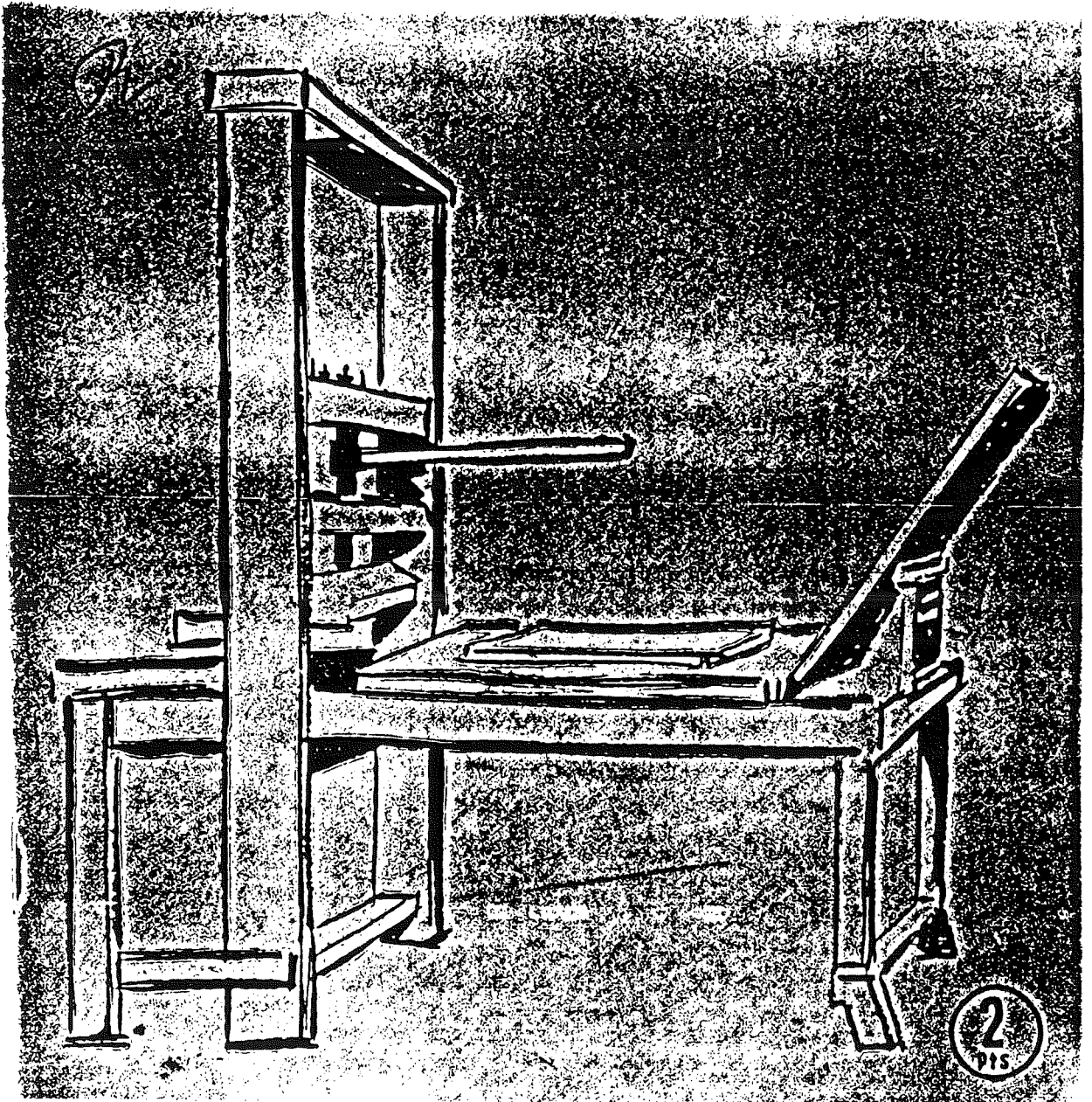
(vid. fig. 7)

El nostre providencial i gens rigorós historiador dedica un autèntic cant de lloances a la ciutat del Túria, anomenant-la «*Pórtico de la imprenta en España*», i arrodonint l'adulació gratuïta amb les següents paraules versades:

«Valencia, en verdad, había sido y era entonces, además de la preferida por los reyes de la Corona aragonesa para residenciar en su Palacio Real de las orillas del Turia, el arco por donde el fragante Renacimiento italiano penetró en la Península hispánica, y sería ahora -albores del reinado de los Reyes Católicos- el pórtico del florón más hermoso de la unidad de España: el establecimiento del noble arte de Gutenberg, la propagación por la Imprenta de la cultura cristiana católica de Roma, que admirables misioneros, luego, difundirán por las tierras nueva de las Indias Occidentales.»

Havent-nos aportat una incessant allau de suposades demostracions històriques, el nostre iniciàtic desconegut *Fornet de Asensi* (molt probablement d'origen valencià) exposa l'aparició a València del primer llibre imprès a la península:

«Había llegado a Valencia con los utensilios de imprimir y su tórculo o prensa un alemán alto, seco, rubio, muy serio, que respondía al nombre de Palmart, y en aquellas encrucijadas de huertos, a la dulce sombra de pinos helénicos y magnolios chinos, había establecido su taller. (...) Allá se fue una soleada mañana de primavera el Mosén Fenollar, con su cartapacio de versos manuscritos bajo el brazo, bajo su parasol, que con el brazo diestro sostenía para librarse de los vuelos de insectos inoportunos. (...) El libro llevaría en su primera hoja este título: «Les Troves en Llor de la Verge María». Los versos eran de melodiosa dulzura de la lengua lemosina valenciana, que el idioma que Ausias March había elevado a perfección extrema de la espiritualidad, refinada y adulzurada por el contacto italianizante, latino, del reino valenciano de Nápoles».



La IMPRENTA en ESPAÑA

Fig. 7. Una de les nombroses portades dissenyades per Verdú il·lustrant un text pompós i gens fiable d'Emilio Fornet de Asensi.

(Temas Españoles nº 268: «La Imprenta en España»)

Després de tan gran romanç, una cosa és bastant fidedigna i certa, i a més està comprovada històricament: *Lambert Palmart* va introduir a Espanya la impremta, estampant a València el llibre «*Trobes e llaors a la Verge Maria*».

(*vid. fig. 8*)

Acaba la referència a l'època daurada de la impremta a València amb una anotació que potser hauria de fer-nos reflexionar respecte al panorama actual creatiu que estem observant entre els artistes autòctons. Diu així: «*Los valencianos se impusieron pronto en este arte: conocieron los tipos o caracteres de letra de molde en todas las variantes conocidas en el siglo XV, los tipos llamados Bala, Antiguo, letra Gótica, Formata, Veneciana de Tortis, Lemosina, etc.*»

Abandonem la fluida prosa del nostre representant de l'erudició oficialista espanyola de l'època franquista, i avancem en les conseqüències històriques que va provocar l'aparició d'un fenomen social d'àmplies repercussions estètiques com ho és la premsa escrita i, tot seguit, les revistes il·lustrades.

El fet d'existir la possibilitat de reproducció mecànica de les imatges significa establir un sistema de codis visuals aptes per a la majoria de la gent integrada en un estament social amb possibilitats d'educació i accés als mitjans de cultura i comunicació.

En l'actualitat posseïm al nostre abast una immensa quantitat d'informació que ens arriba pels més diversos canals que configuren els mitjans de comunicació de masses. La pràctica de transmetre missatges a través del material imprès condueix a una vinculació explícita entre els instruments de pressió ideològica i el poder econòmic.

Podem datar el naixement del periodisme il·lustrat a les primeries del s. XIX. Així ens

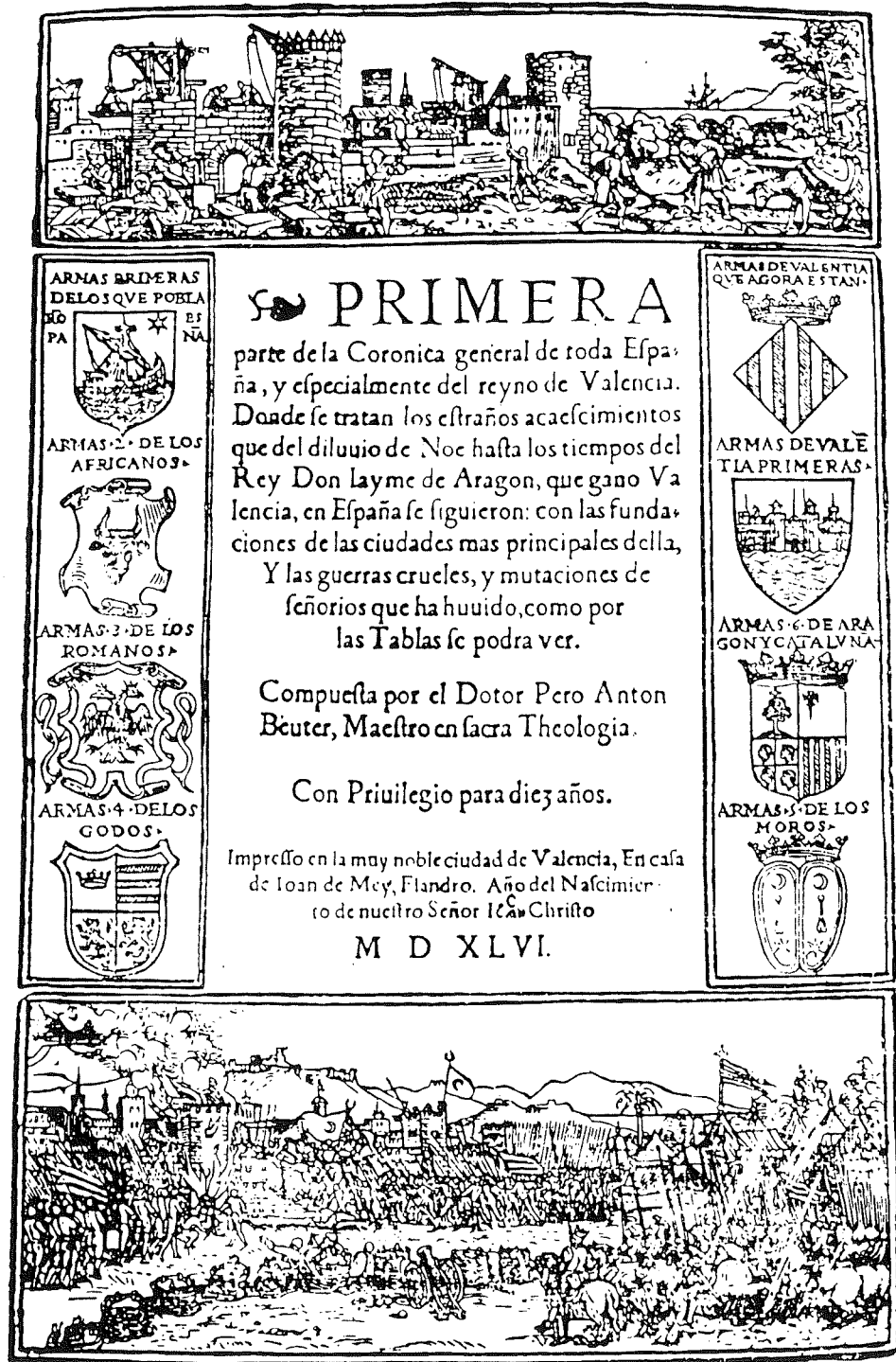


Fig. 8. Il·lustració que reproduïx la primera pàgina d'un incunable imprès l'any 1546 a la Ciutat de València per Joan de Mey Flandro. (pàg. 16, Temas Españoles nº 268: «La Imprenta en España»)

ho exposa *Juan Antonio Ramírez* -vid. Bibl. Gen. RAMIREZ (1981)-, el qual considera el *New York Mirror* (iniciat el 1823) com una publicació capdavantera, en la qual van anar augmentant el nombre d'imatges al llarg dels anys.

El primer periòdic que va enviar corresponents fotogràfics a una conflagració bèl·lica (la Guerra de Crimea) va ser *The Illustrated London News* (1842). Més de cent anys després (reproduïm la primera pàgina de l'exemplar corresponent al 7 de gener del 1956) encara existia aquesta publicació anglesa. La portada resulta eficacíssima per argumentar la nostra idea de que les lletres i els textos funcionen com a elements gràfics i plàstics de primer ordre, ja que les casselles amb anuncis publicitaris que omplen tota la pàgina ens resulten atractives i poden considerar-se autèntiques il·lustracions.

(*vid fig. 9*)

Aprofitem l'aparició del fenomen de la premsa il·lustrada per introduir una premissa i unes reflexions al voltant del text i la lletra com a elements plàstics.

A partir de la Revolució Francesa havíem dit que s'enceta una nova època per als drets humans: la implantació d'un sistema de valors burgès i democràtic que vaticina el dret de tothom a saber i a conèixer, a posseir, a desitjar, i sobretot a poder alcançar. Això significa que s'inicia l'establiment d'un «mercat» de bens culturals a gran escala. La Revolució Industrial immediata propiciava una nova cultura de la imatge, ja que les possibilitats van sempre lligades als mitjans tècnics i econòmics.

Doncs bé, si les lletres havien significat un element al servei de les «idees» mentre va durar l'inici de la cultura del llibre imprès, a partir del naixement de la fotografia i de la premsa il·lustrada (vinyetes, caricatures, gravats a contra-fibra,...) les lletres comencen a adquirir molta més importància com a element plàstic, ja que hauran de complementar l'entorn de les imatges de pàgina que han sigut transformades per les fotografies i les il·lustracions.



THE ILLUSTRATED LONDON NEWS

IN COLOUR: FIRST V.C. CEREMONY; AND WILLIAMSBURG AWARD.

EL TROVADOR

JAMAICAN CIGARS




EL CÍD
Light Amontillado
SHERRY

BY APPOINTMENT TO HER MAJESTY THE QUEEN
TABLE SALT AND PEPPER MANUFACTURERS · CERROS LTD



The salt of a century

-ABDULLA - MAKE THE BEST VIRGINIA CIGARETTES * *

The finest Shrimps are...



Young's POTTED SHRIMPS

McVITIE & PRICE

Makers of *Finest Quality Biscuits*

EDINBURGH · LONDON · MANCHESTER

ETHERALL
bond st sport clothes

TRADE MARK
"FOURway"
BREATHLESSLY SHARP
CLEVERLY HAND
BELTED/UNBELTED
topcoats"

HANDTAILORED SADDLESTITCHED "racin plaid"

DOUBLE ROED "doeskin + cashmere"

THE HEAVENLY BLEND OF PURE CASHMERE PURE WOOL

WETHERALL HOUSE BOND STREET W.1

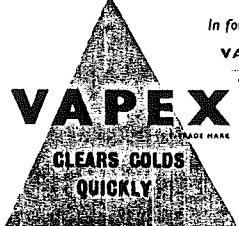
In four convenient forms:

VAPEX MEDICATED RUB

VAPEX INHALER } to carry with you
VAPEX PASTILLES } and use at bedtime

VAPEX INHALANT
for handkerchief and pillow

From your chemist



MOTOR UNION INSURANCE CO. LTD.

All classes of insurance transacted

10, ST. JAMES'S STREET, LONDON, S.W.1



PRICE 2s. : FOR POSTAGE RATES See Frontispiece. Registered as a Newspaper for Transmission in the United Kingdom. PUBLISHING OFFICE: INGRAM HOUSE, 195-198, STRAND, LONDON, W.C.2.

Fig. 9. Una publicació centenària que opta, als anys '50, per saturar de text la portada, introduint exclusivament anuncis a base de lletres.
(The Illustrated London News nº 6090, 7-gener-1956)

No va ser casual l'aparició, al llarg del segle XIX, d'un gran nombre de tipus de lletra pensats per a la premsa escrita i per als cartells. Podem identificar-hi aquells temps d'auge del moviment romàntic, i resulta tan significativa la imatge d'una lletra com la d'un quadre de *Füssli*. L'única diferència radica en la divulgació que tindran ambdós elements i en l'*aura* pròpia de cadascun, ficció «artística» de la qual ens parla *Walter Benjamin*.

(*vid.fig. 10*)

Els prejudicis estan presents, inclús actualment, a l'hora de considerar la figura d'una lletra com un element plàstic, tan vàlid com podria ser un paisatge, un bodegó o una silueta del cos humà. Potser la gran càrrega de significació verbal que comporta la identitat de la forma amb un so ens predisposa a infra-valorar el seu component purament visual.

La lletra, això si, és un element bàsicament bi-dimensional. L'única perspectiva inherent a la lletra és la topogràfica. També trobarem textos i formes de lletres amb un cert volum, però el sentit que domina és aquell més emparentat amb la forma gràfica siluetejada.

Degut al caire bi-dimensional dels caràcters tipogràfics, hem assumit la forma de la lletra com un model gràfic apte per al plànol, i aquesta característica és precisament la que aporta més significat a les imatges impreses sobre paper.

Al llarg de la història s'ha verificat un fenomen pel qual, degut als avanços tècnics i de la difusió de les imatges, cada tècnica superada esdevenia un «art». Així doncs, la cal·ligrafia esdevé un «art d'escriure» a partir del domini de la tipografia; l'obra gràfica adquireix categoria d'art quan és desbancada del seu paper informatiu per l'aparició de la fotografia; la fotografia esdevé un «art exposable a les galeries» quan el cinema obté una implantació universal; en el moment que apareix la televisió -invent popularitzat als anys '50 precisament- el cinema passa a convertir-se en el «7è art», i així successivament.

DELIGHTYING MAGNIFICENT
 MARBLEIZED HANDSOMER
 INTERLINING SUPERNACULUM
FRINGED CAMELOPARDIANAS
INK-LIMNING WATER-IMAGED
 MELODIOUS DIAMONDS
BARBONS OCCIDENTY
RIGHT STRIPE ELABORATE

Fig. 10. El segle XIX, industrial i romàntic, ens ha deixat com a representant més genú aquests tipus de lletra de fantasia utilitzats per als cartells i la premsa periòdica.

-vid. Bibl. Gen. GREGORIETI, S. (1988)-

La forma i el carisma dels elements «lletra» han sabut adequar-se a cada època i a cada circumstància, a les possibilitats econòmiques i als invents científics, ha superat les modes i els estils més contraris,...

La Lletra pot ostentar orgullosament el seu poder i domini sobre el temps, ja que s'adequa als progressos de la tècnica amb una habilitat camaleònica. La lletra ha sabut trobar el seu lloc inclús a les composicions abstractes pròpies d'alguns moviments de la vanguardia al segle XX.

Amb aquesta implantació cultural: com podríem definir una lletra? Ja no ens servirà la descripció dels filòlegs i lingüistes que hi veuen tan sols la representació escrita d'un fonema o d'un so: el grafema. Tampoc no podem creure'ns que en la lletra existeix un component decoratiu, ja que es tracta d'un conjunt d'elements senzills (l'alfabet) en la composició dels quals domina la geometria esquemàtica.

Tenint en compte els paràmetres esmentats, i sense oblidar llur importància, intentarem al llarg d'aquesta tesi demostrar que la Lletra, com a element plàstic, es convertirà en xarnera de components verbals i gràfics, orals i visuals. La Lletra assumeix la Història i s'adapta a les modes. Perdura i es renova.

Aleshores: la lletra és figuració o és abstracció? De moment, per a nosaltres, és un artefacte informatiu amb una gran capacitat d'adaptació.

Degut al caracter immovilista del llibre imprés en l'aspecte gràfic, nosaltres considerem la revista il.lustrada com un camp experimental per a les innovacions plàstiques. Es per aquest motiu que l'estudi dels avanços estètics de la tipografia els hem centrat en un món de canvis accelerats com ho és el del periodisme il.lustrat.

Segons Juan Antonio Ramírez -vid. Bibl. Gen. RAMIREZ (1981)-: «*la revista ilustrada, un nuevo género periodístico, se ha impuesto sobre todo desde que Henry Luce lanzó el primer número de Life el 23 de noviembre de 1936*». I també considera que «*En todas las*

publicaciones la fotografía en color tiende a predominar, desplazando cada vez más a las otras formas de representación icónica». Amb aquesta darrera afirmació no podem estar-hi d'acord. Tot i ésser evident la preponderància de la fotografia en la configuració compositiva de les revistes il·lustrades, el text ha sabut afegir a la seva funció d'explicació verbal una important càrrega visual dins del pes específic del conjunt d'elements. No podem pensar que al text se li ha deixat exclusivament la tasca de «peu de foto». Ben al contrari, la part escrita continua tenint una màxima importància pel que fa a l'aspecte de la pàgina, i els novedosos tipus de lletra sempre han tingut en la revista il·lustrada el millor camp de proves.

Si la nostra és «la cultura de la imatge», les lletres mereixen, com a figures icòniques, un 'respecte» basat no sols en la seva reproductibilitat com a elements verbals, sinó que haurem de considerar-les un meravellós exponent de la cultura visual, capaç de transformar unes estructures històriques (la forma esquemàtica de la lletra) en autèntics temples de revolucions estètiques.

Tot i haver-se imposat la televisió com a suport majoritari de les imatges actuals, ni tan sols la pantalla pot permetre's el luxe de descartar el text i la imatge de la lletra com a document fonamental. En tot cas, tant els diaris com les revistes inclouen cada vegada més un nombre considerable d'imatges, entre les quals no podem descartar les imatges de les lletres.

Les rotatives modernes han permès alcançar tiratges espectaculars. Amb les tres modalitats bàsiques d'impressió («huecograbado», tipografia i offset) podien aconseguir-se als anys '50 la xifra de 4'7 milions d'exemplars diaris en el cas del **Daly Mirror**, mentre que el **Daly Express** de Londres superava també els 4 milions d'exemplars. La revista **Reader's Digest** comptava aleshores amb una distribució de 12 milions d'exemplars per número, traduïda a quatre idiomes. Aquestes xifres s'han incrementat posteriorment, degut a l'augment del

nombre de lectors, a la reducció dels costos motivats per les innovacions tècniques i a la tendència del sector de la informació a les concentracions monopolístiques.

Les xifres astronòmiques no són precisament la característica dominant de la premsa espanyola als anys '50. En alguns casos excepcionals podien comptar-se uns pocs centenars de milers per a diaris de les capitals. Normalment es caracteritzen per introduir pocs canvis estètics al material imprès, i tenint en compte que la nostra recerca ha sigut estimulada pel tarannà revolucionari d'aquella època, aportarem en bona mesura documents extrets de revistes minoritàries.

(vid. fig. 11)

La depressiva economia per la qual havia passat la indústria espanyola durant la postguerra, el període d'autarquia dels anys '40, la necessitat urgent d'una renovació de material i d'estructures que no arribava mai,... eren inconvenients que havien d'ésser superats amb molta imaginació per part dels impressors i els dissenyadors gràfics. Més encara, tenint en compte que la majoria dels creatius de prestigi estaven exiliats, resulta sorprenent comprovar que molts exemples de revistes espanyoles d'aquell temps aporten autèntiques commocions estilístiques, comparables al que ocorre amb els grups d'artistes ja esmentats en anteriors capítols (Dau al Set, Parpalló, El Paso, ...).

La gran diferència entre les manifestacions artístiques més convencionals (pintura, escultura, arquitectura,...) i allò que coneixem com «arts aplicades» (en el nostre cas tipografia i disseny gràfic), rau en el fet que els productes de la cultura de masses són efímers, almenys en molt més alt grau que aquells tradicionalment considerats com «arts majors». Tanmateix, les aportacions dels dissenyadors de lletres i revistes comproven l'eficàcia de llurs idees de manera immediata, ja que les publicacions periòdiques conserven durant poc de temps la capacitat d'influir en el públic.

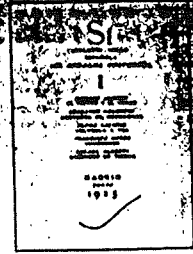
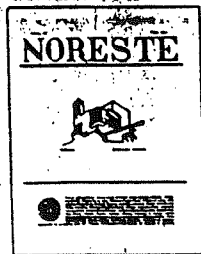
LITERATURA Y PERIODISMO

LITERATURA y periodismo
 Dos literatos muy preparados desde el punto de vista literario, pero que han sido presentados en un lugar extraño, y en ocasiones incluso como antagonistas. En la memoria de todos los que frecuentaban una, o ambas, de esas dedicaciones debían de estar pensando aquellas invenciones del trascendente Valle Inclán, en las que se denunciaba sin equívocos la influencia del periodismo en el estilo literario. Según el genial y estrafalario Don Ramón, el acucioso aprendiz del mestizo periodístico asentaba implacablemente la calidad, la hondura y la claridad de la prosa, en aras de esos dos valores pedregados que son la apta y el gran público, poco aptos ambos para las ambiciones del estilismo. Pero, al igual que en todo lo suyo, en estas aseveraciones del barbaresco esteticista, la exageración es notable y notable. Porque el estilo era cierto muchas veces que el dinamismo de la prensa no resultaba muy

siempre ya la creación de los temas de la pluma y del pensamiento escrito. Como dice Arnold Hauser, en ese tiempo, los jóvenes de talento, a los que en las otras la carrera pública por falta de medios, se dedicaban al periodismo; éste era el consuelo usual y la forma típica de la profesión literaria. Como periodistas se comprometían a un pacto con la política y la literatura artística, pues que con frecuencia se aseguraban también, por medio de la actividad periodística, una influencia considerable y unos ingresos importantes. Lo cierto es que la sucesión de la literatura en forma de libro conserva una peculiaridad notable en los que aspiran a vivir únicamente del producto de la pluma, y a convertirse en clase social perfectamente diferenciada. De ahí que el escritor propiamente dicho se lance en pos de las publicaciones de bajo precio y an-

que alude al romanticismo hasta ahora, se ven inundados por los mismos literatos, por primicias

literaria sobre las numerosas incidencias y coincidencias de la evolución del periodismo y de la



Toda la geografía española se llena de revistas políticas

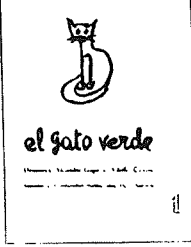
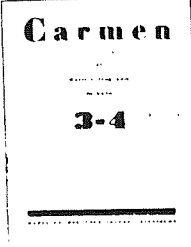
los, desde el romanticismo hasta ahora, se ven inundados por los mismos literatos, por primicias

literatura española, tantas son y tan pobres. Toda la más reciente producción del 88 se mantuvo publicándose en revistas y diarios del momento, antes que lo hicieran en el libro. «Aurora», «Unamuno», «Clarín», todos ellos, dan así sus mejores páginas que luego habían de convertirse perdurables volúmenes. Aparecen los famosos números de «El Imparcial», las colaboraciones de «El sol» y «ABC», y «El Debate», los suplementos de muchos diarios de provincias (sobre todos el de «La Verdad de Murcia»), donde aparecen las firmas en agrás y en sacro y en los que puede estudiarse todo el desarrollo de la moderna literatura nacional. Ortega y Gasset, Ors, etc., glosan y comentan los más complejos y sutiles temas bajo la modesta apariencia del artículo periodístico. Y la relación sería interminable.

condiciones ortográficas, o la imprecisión «Cruz y Raya», o la viva «Cruz Literaria de Clemente Ochoa», más tarde seguidas por «Escorial», «Berroqueño», «Arbores», etc., y por publicaciones de más bajo nivel como «El Español», «Fanzón» y «La Estafeta Literaria», productos del amanciano y la inquietud de Juan Aparicio; desde esas publicaciones manuales o semimanuales, sólidas y bien servidas



das literaria y tipográficamente, hasta las profusas y desiguales series de revistas estrictamente políticas, cuya enumeración sería ya excesiva, la literatura española ha buscado siempre, y la ha encontrado, una salida fragmentada, en espera de la anhelada confirmación del libro. Y que Dios se lo conceda no lo conserve muchos años.



Publicaciones minoritarias, de excelente tipografía.

propio al libro. En las quintas series inferiores, no es infrecuente que la impresión de una carta afina y desprecia de hoja hasta el verbo escrito. Esto, por un lado, hace el libro menos interesante. Porque la impresión que toda una revista aporta de la literatura, como a lo largo del tiempo, se va formando y se va formando en la conciencia del lector. El periodismo que se va formando y se va formando en la conciencia del lector, ya tiene una y otra vez, ya se va formando y se va formando en la conciencia del lector, ya tiene una y otra vez, ya se va formando y se va formando en la conciencia del lector.

que proyecta para manifestar se y darse a conocer. Le ahí también que por ese camino la actividad literaria se convierte, como afirma Sainte-Beuve, en una especie de industria para todos los que con ella se relacionan. Se transforma en un medio para conseguir anuncios y suscripciones. Y de rechazo, se utiliza el vehículo difusor de los periódicos para adquirir fama y con la fama, los beneficios materiales que esta suele comportar. Otro comentarista, Jules Champeaury, sostiene que la conexión de la literatura con la prensa diaria tiene un efecto tan revolucionario como la aparición del vapor a las uvas industrializadas, haciendo cambiar incluso el tono mismo y el carácter de la producción literaria más noble.

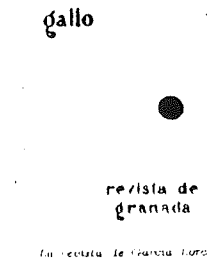
y son marchados frutos de la producción de los más calificados escritores. Desde la novela en folletín, como las de Dickens o Dostoiévski o Balzac, hasta el ensayo filosófico o crítico, los periódicos dan a los una serie de obras considerables que luego versan confirmados su éxito con copiosas ediciones, ya en formato de libro. Eso sin contar con los artículos estrictamente literarios, con las poesías y las glosas y apogios de qué diariamente vemos constelarse toda la prensa europea, y muy especialmente la latina.

LOS PERIÓDICOS Y LOS ESCRITORES ESPAÑOLES

Concretamente entre nosotros, diarios y semanarios románticos son los que ponen primeramente en comunicación con el público a los literatos del momento. «El artista», «La correspondencia», «La Revista Española» (la ilustración española y americana), dan a conocer a Espinosa, a Nécker, a Zorrilla, a tantos otros. Larra se convierte en el primer periodista crítico a través de las páginas de sus periódicos «El duende satírico» y «El pobreito hablador», en los que escribe bajo los seudónimos de «El Bachiller Juan Pérez de Munguía» y «El Barón Navarro Villalobos» y el inefable Fernández y González sacan al aire sus novelas en indeterminables folletines periodísticos. Y así, casi todos los demás, novelistas, poetas y críticos, durante todo un siglo.

PRENSA Y ROMANTICISMO

El Romanticismo es, en su día, el gran transformador de la forma de vida. En el orden materialista la prensa cotidiana se convierte, propiamente en un trabajo y trabajo en sí mismo y literariamente muy



La revista 'El Gallo Cris'.

claro está que ese fenómeno se lo que preferimos llamar un dualización periodística de la literatura acarrea graves inconvenientes. Un mediocre poeta de comienzos de siglo escribe a principios de siglo esta cuarteta, tan delizable en la forma como versos en el fondo:
 Porque la gente lo sepa
 ya se le pueda decir
 escribir para comer
 ni es comer ni de escribir
 Justamente eso mismo vino a ser lo que el acorado Larra, paradigma de periodistas por derecho, quiso decir años antes, cuando aseguró que escribir en la prosa era horar.

ENSAYO EL POLLETON AL ENSAYO

sin embargo, y seguramente

LAS PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS
 En cuanto a la prensa propia

Das grandes obras que duran prestigio a su biblioteca

Obres Completes de Josep Carner (Poeta)

Prólogo de MARÍA MANENT

Los 800 poemas de Josep Carner - muchos de ellos inéditos - reunidos por primera vez en la edición su revista que el poeta ha llevado a cabo en su gloriosa senectud.

Un vol. de la Biblioteca Excelsa, encuadernado en piel, ptas. 300

Barcelona vista pels seus Artistes

Por CARLES SOLDEVILA - «Pòrtic» de J. VERDAGUER

Profusamente ilustrada con láminas a todo color «Una espléndida vista de Barcelona a través de los gran creaciones dels seus millors artistes, poetas i prosistes»

Publicado en la Enciclopedia Catalana (vol. 14)

Precio de suscripción en fascículos, ptas 55 mensuales. Apresurese a formalizar su suscripción por fascículos para beneficiarse del precio especial que esta modalidad le ofrece.

Distribución: L'UNA DEL LIBRO - Rda. S. Pedro, 3

Fig. 11. Inclús les revistes literàries han sabut dotar d'una imatge peculiar a les seues portades, basant-la molt directament en els detalls tipogràfics.

(Revista nº 293, 1958)

Aquesta visió més àmplia del fenomen artístic ja venia defensant-la *Umberto Eco* des dels seus primers treballs sobre els mitjans de comunicació:

«La cultura de masas es un hecho industrial, y como tal, experimenta muchos condicionamientos típicos de cualquier actividad industrial»

-vegeu ECO, U. (1985), pàg 58-

La personalitat egrègia de l'artista, l'exaltació de l'ego present en la firma, es difumina lleument quan el procés de producció de l'obra ha de passar forçosament per un procediment mecànic i/o industrial. Es per aquest motiu que l'obra gràfica no va ser considerada un art fins ben avançat el segle XX. Abans d'això s'havia contemplat com un valuós element per difondre sobretot les imatges científiques i fer còpies de les obres d'art reconegudes. De manera idèntica funcionem a hores d'ara amb les publicacions periòdiques, ja que no li donem cap entitat artística al susdit periodisme gràfic, poderós mitjà de comunicació a l'abast de tothom. En aquest ordre de coses, hem recuperat alguns estris típics de la societat medieval: l'artista adquireix una funció eminentment didàctica i de traslladar al públic la informació; l'artista gràfic serà en molts casos anònim, perdent-se la seua tasca en un complex sistema de producció i coordinació.

En l'aparell de producció d'una revista resulta de màxima importància la infraestructura i maquinària disponibles, ja que condicionaran en gran mesura la capacitat creativa del dissenyador gràfic.

La premsa escrita compta amb un sistema de composició de textos que permet ordenar ràpidament les columnes de relat escrit: la linotípia. Abans d'imposar-se la computerització de les redaccions, els textos podien transcriure's a una planxa pel sistema de la linotípia. No es pot dir que aquest procediment tinga cap relació amb les manifestacions artístiques, però ens serveix per documentar la precària situació de l'època.

(vid.fig. 12)

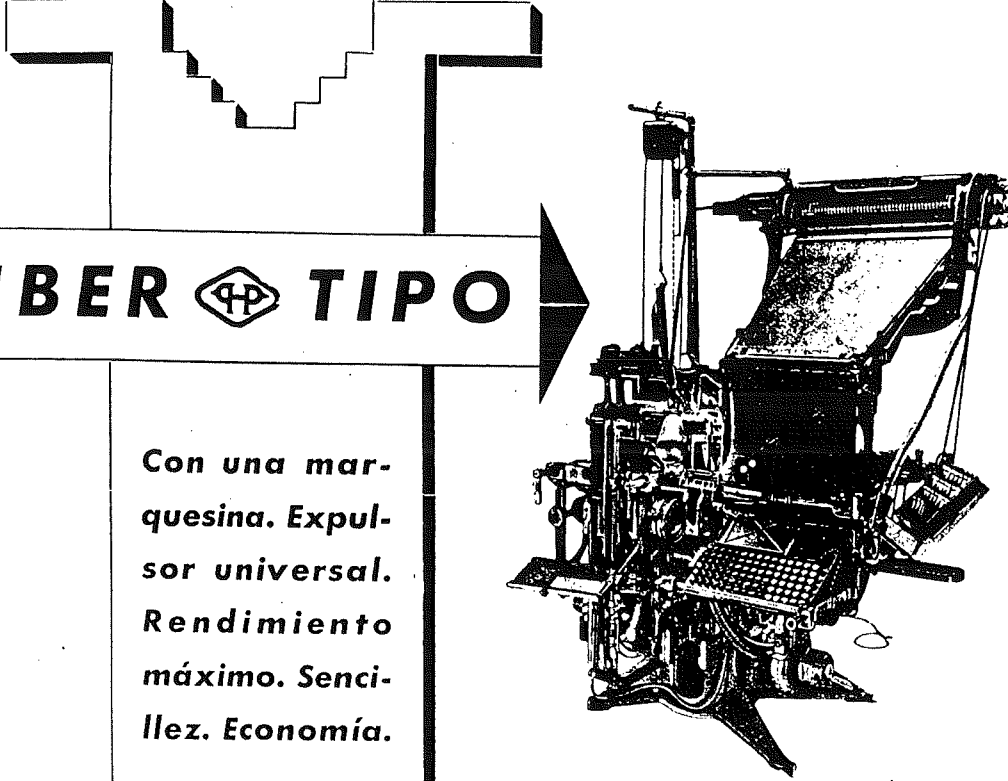
El sistema de composició amb linotípia no permet desenvolupar tipografies creatives o disposicions especials. Però les columnes de text no són els únics exponents de lletres a les revistes, trobarem gran quantitat de models diferents i tipus de lletra que estaran disposats estratègicament a les portades, les capçaleres i en qualsevol espai interessant de la pàgina.


Als anys '50 es va intentar (hi va haver algunes temptatives anunciades) actualitzar la classificació dels caracters. Abans i després d'aquells intents, sempre ha existit una distinció molt elemental dels tipus de lletra en cinc grans grups: *romana capital*, *anglesa* (manuscrit d'estil), *gòtica*, *sans sérif* (lletra de pal) i models que podríem qualificar *de fantasia*.

Ens detenim en un d'aquells intents d'organitzar els diversos caracters de les lletres tipogràfiques, justament en el de l'editor anglés *A. J. Bastien*. El susdit editor publicava, a les primeries dels anys '50, una «*Enciclopèdia tipogràfica*», un primer volum de 340 pàgines completament dedicat a l'estudi dels dominis de la tipografia, al qual deuriem d'haver seguit un total d'onze volums més. Vint anys abans, l'editor *Bastien* -en col.laboració amb *G. F. Freshwater*- ja havia intentat refondre el Diccionari Tipogràfic de sir Isaac Pitman (*Dictionary of Advertising and Printing*). Més tard s'havien proposat, els mateixos autors, d'actualitzar l'obra que Pitman havia dedicat als «caracters de la impremta en el món» (*Printing Types of the World*).

L'any 1933, *Bastien* i *Reginald* publicaven el primer número de la revista *Typographica*, de la qual es van fer nombroses re-edicions. Després de dues dècades intentant recopilar material de tots els països, l'editor *Bastien* aconseguiria la suficient documentació per poder publicar no un simple catàleg de caracters, tal i com ho plantejarien una gran fundició o una impremta, sinó un autèntic assaig de classificació raonada, que podria haver servit per unificar i estandaritzar internacionalment tots els tipus de caracters existents, almenys els de les llengües immerses en l'alfabet llatí.

1.^a máquina fabricada en España



IBER  TIPO

Con una marquesina. Expulsor universal. Rendimiento máximo. Sencillez. Economía.


Fabricantes
JIMENEZ CALVO H.^{NOS}

Jorge Juan, 122 - Teléfono 35 97 39 - MADRID

Fig. 12. Aquest anunci de l'any 1955 ens demostra la precarietat de la situació d'equipaments, exaltant com a màxim valor d'aquesta maquinària el fet de ser la primera linotípia fabricada a Espanya.

(Gráficas nº 135, Setembre 1955)

A l'entendre de *Bastien*, tots els caracters podien ser repartits cronològicament sota els següents títols: *Gòtic*, *Romà* i *Cursiva*, amb el sub-grup *Egípcia*. Assegura *Bastien* que els grups vigents als anys '50 són principalment -segons llurs característiques anatòmiques- el *Romà*, el *Sans-sérif* (lletres sense lleixa) i l'*Egípcia*.

El que pretén seguidament l'editor *Bastien* consisteix en diferenciar tots els caracters coneguts en dotze grups, quatre dels quals estarien referits exclusivament a formes manuscrites adaptades a la composició tipogràfica

(*vid. fig. 13*)

Comentem les dotze categories de caracters analitzades per *Bastien*, tot resseguint l'exemple gràfic de la *fig. 13* :

1. Romana vell estil (i la seua corresponent cursiva)
2. Romana moderna (i la seua cursiva)
3. Caracters grossos (Fatstemmed letter)
4. Romana decorativa (amb ornaments, i la seua cursiva)
5. Caracters sense lleixa (sans-sérif), lletres de pal.
6. Caracters sense lleixa de tipus decoratiu.
7. Lletra egípcia.
8. Caracters que imiten l'escriptura amb pinzell («Eavy and ligh brush efect script»)
9. Cal.ligràfiques.
10. Escripures convencionals («Formal Script») de caire manuscrit.
11. Gòtiques.
12. Cursives.

TIPOGRAFICA

1	Hamlet
2	Romeo
3	Curie
4	Fabriano
5	Zaragoza
6	ALAS
7	Burdeos
8	<i>Savoy</i>
9	<i>Reales</i>
10	Novedades
11	Universal
12	Espronceda

Fig. 13. La divisió de tots els caracters tipogràfics coneguts en dotze categories diferents, segons la teoria publicada a les primeries dels anys '50 per l'editor anglès A.J. Bastien al primer volum de l'Enciclopèdia tipogràfica.

(Grafía Hispana, nº de març de 1955)

D'aquesta manera tan curiosa, però poc convincent, ens presentava l'editor *Bastien* la seua classificació de les lletres. Dissortadament, d'estudis poc encertats com aquest se'n van publicar molts al llarg de la dècada, ja que a tots els països avançats han existit sempre estudiosos interessats per l'art de la tipografia.

A l'Espanya dels '50 trobarem un grup de renovadors encapçalats pel mític *Enric Crous-Vidal*, el qual organitzava des de París les activitats promocionals de la tipografia llatina.

A les darreries del segle podem observar una recuperació de l'interés pels temes de la tipografia i l'edició. Les figures destacades d'*Enric Satué* i *Alberto corazón*, així com les editorials *Gustavo Gili* i la *Fundación Germán Sánchez Ruipérez* han aconseguit llençar de bellnou la batalla pel coneixement de les pròpies identitats visuals, ja que la tipografia és capaç inclús de distingir i estructurar nacionalitats i èpoques de la història cultural d'un poble.

Pel que fa al paper destacat de la premsa en tot aquest moviment de renovacions instaurat per les modes, resulta simptomàtic que un dels pocs estudis existents sobre la moda d'Espanya anteriors a la dècada dels '80 (ens referim concretament a l'àmbit de la moda en els vestits i la indumentària), ha basat el seu camp de recerca justament en les revistes il·lustrades.

Ens referim al llibre de RIVIERE, M.(1977) -vid. Bibl. Gen.-, en el qual s'explica la gran importància que adquireix la premsa escrita i il·lustrada en un negoci de grans dimensions com és la venda de roba. Com que l'assumpte de la moda resulta tan exigü i els canvis són constants, la comunicació quasi instantània que proporciona l'edició de revistes permet el coneixement immediat de les novetats.

Igualment important és l'abast pràcticament universal d'aquestes publicacions, la qual cosa permet que arribe la informació a un públic massiu que avança cap a la unificació dels costums.

També ens permet la premsa, una vegada s'adquireix (en el més ampli sentit de possessió) de contemplar i revisar en qualsevol moment i repetides vegades el mateix contingut. Segons Rivière, això «*facilita la imitación perfecta de cualquier modelo de indumentaria propuesto*», i afegeix que «*la prensa actualmente no sólo es uno de los medios más importantes para transmitir modas, sino incluso para crearla*».

Aquests supòsits ja els podíem haver intuït, degut a que el material imprès conserva la seua vigència mentre es manté l'objecte editat. La incidència que adquireix aquest material imprès a nivell social tindrà inclús repercussions en importants sectors econòmics:

«*La función de las revistas de modas está básicamente ligada a la industria del vestir, textil y confección; es el intermediario necesario -el catálogo, más bien- por el cual el público consumidor conocerá la nueva moda, que no es otra cosa que un nuevo producto en el mercado.*»

(Rivière, op. cit., pàg 71)

Mentre s'analitza, al llibre esmentat, el fenòmen de la moda, apareixen alguns arquetips dels més característics en cada època. Referint-se al fenòmen *B.B.*, Rivière escriu:

«*1959 fue el año del triunfo del tejido vichy y de la demostración pública de que la nueva fórmula de prêt-à-porter, acuñada ya en 1949 por la empresa Weill como fruto de la traducción del norteamericano ready to wear, era el gran camino de la economía de la moda*»

«*Brigitte Bardot era la evolución lógica del sexy, que pasó de ser explosivo y único -Marilyn o Sophia- a ser un sexy doméstico que, según proclamaron entonces las revistas femeninas, simbolizó a la nueva mujer francesa*».

(...) «*B.B. fue también una de las pioneras en la promoción de los blue jeans.*»

(op. cit. pàgs. 111-112)

Seguint la línia que desaprova i considera fictici el fenòmen *B.B.*, l'autora *M. Rivière* acaba deduïnt que *«Brigitte fue el ídolo modelo que rompía con ciertas tradiciones formales, que daba una sensación de novedad, pero que sobre todo servía para mantener a la mujer ligada a su principal función tradicional: la reproducción y la familia.»*

D'aquesta visió que jutja com a secundari el paper de la dona, acotant-lo en determinades funcions socials (visió que dissortadament arriba fins als nostres dies, tot i haver-se observat una lleugera normalització) en podem donar bona fe, ja que ens ha resultat impossible trobar una autora que caracteritze la creació tipogràfica, no ja a l'Espanya franquista, sinó a tota l'Europa de la post-guerra. Curiosament, les dones són el grup receptor més nombros de les revistes il·lustrades d'àmplia tirada.

I per arrodonir aquest triangle de nexes dona-revistes-moda, una bellíssima anàlisi del nostre admirat Barthes:

«Es algo ilusorio creer que la Moda está obsesionada por el cuerpo, La Moda está obsesionada por esa otra cosa que Erté ha descubierto, con la definitiva lucidez del artista: la Letra, que es la inscripción del cuerpo en un espacio sistemático de signos».

p. 119, Barthes (1986)

II.b.

El relat gràfic i el relat verbal.

Connexions entre els diferents nivells de lectura.

En el present estudi, un dels punts més significatius que s'intenta clarificar consisteix en dotar d'un veritable significat plàstic als elements del text que formen part d'una composició gràfica. Aquesta asseveració implica conferir-li a les lletres (i demés signes de caire verbal que trobem en qualsevol document imprès) un important paper dins del conjunt de les formes que estem habituats a observar i desxifrar visualment en tots els materials impresos.

Per a Roland Barthes:

«Monjes, grafistas, litógrafos, pintores, han cortado el camino que parece llevar naturalmente de la primera a la segunda articulación, de la letra a la palabra, y han tomado otro camino, que no es ya el del lenguaje, sino el de la escritura; no ya el de la comunicación, sino el de la significación, y esta aventura se sitúa al margen de las presuntas finalidades del lenguaje, y en el propio centro de su juego».

p. 104, Barthes (1986)

Tant les lletres com els signes que les acompanyen (interrogació, exclamació, punts, comes, asteriscs, guionets,...) prenen part en l'univers d'imatges de les quals ens servim per dur a terme una lectura correcta i completa de les referències visuals que conté la pàgina impresa.

Quan descrivim els traços de les formes que adquireixen les lletres utilitzem normalment una terminologia analògica del llenguatge corrent: *pal, asta, corba, angle, punta, cercle,*

llaç, ... També aplicarem alguns termes figurats, com ara d'instruments casolans: *mà nec*, *nansa*, *ganxo*, ... O bé parts del cos humà o animal: *cos*, *braços*, *cama*, *cua*, *bec*, *ventre*, *ull*, *esquena*, ... En tot cas, serà viable l'ús exclusiu d'un vocabulari tècnic de geometria quan es tractarà de figures rígidament fixades.

(vid. fig. 1)

És a partir d'una reflexió de l'assaig «Petita història de la fotografia» -en Benjamin (1983)- que iniciarem les indagacions per concretar la relació entre les imatges i la representació gràfica de les paraules. El text en qüestió diu així:

«La màquina fotogràfica esdevé cada cop més petita i més capaç de captar imatges més efímeres i secretes, que amb el seu efecte de xoc bloquegen en l'observador el mecanisme de l'associació. Aquí és on ha d'intervenir l'explicació al peu, que insereix la fotografia dins l'àmbit de la literalització de totes les relacions de vida, i sense la qual tota construcció fotogràfica està destinada a quedar-se en una aproximació».

Tenint en compte que aquestes observacions van ser formulades fa seixanta anys (la primera edició de *Kleine Geschichte der Photographie* data de 1931), i considerant el geni quasi visionari de *Benjamin* en matèria d'expressió visual i comunicació, haurem de convindre que ja aquest filòsof dubtava de la suposada independència de la imatge fotogràfica per poder ésser desxifrada. Ben al contrari, considera la informació de la fotografia excessivament genèrica. *Walter Benjamin* ens descobreix la submissió que pateix cada imatge reproduïda respecte al text que, tot i trobar-se «als peus» d'aquella, la concreta i defineix dins de l'ampli marge de possibilitats que podrien explicar-la.

(vid. fig. 2)

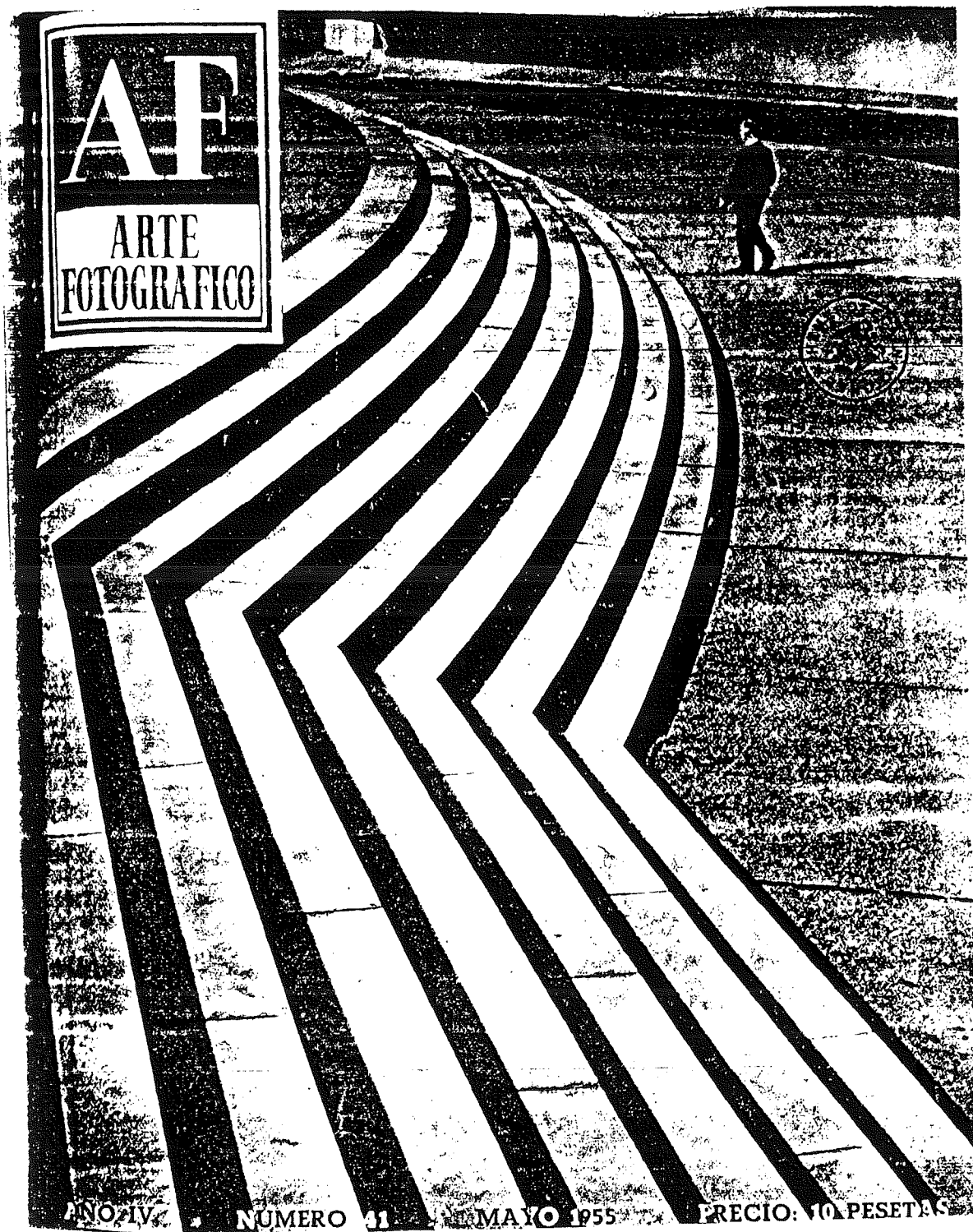


Fig. 1. Els graons de les escales representades a la fotografia ens poden suggerir perfectament una composició en forma de «R», o més evident encara, ens mostren la silueta correctíssima de la lletra «R».

(Arte Fotográfico nº 41, maig 1955)

Clima
 Año III Número 148
 Sábado 19 octubre 1957
 NUESTRA PORTADA: La calle Pinler Sorolla anegada de agua (Foto P. Aparisi)
Precio: 5 pesetas

Nuestra amplia e interesante información gráfica ha sido conseguida gracias a
**FINEZAS,
 DAMIAN
 Y
 PEREZ APARISI**

Sala
LAFUENTE
 ELIX PIZCUETA 20 TEL. 12877
 EXPOSICION
FELIX VERDEJO
 PAISAJES Y MARINAS DE GALICIA
 *
 DEL 14 AL 26 DE OCTUBRE
 Horas visita: de 7 a 9 tarde

MOTO-FUERTES
 ALQUILER
 TALLER REPARACIONES
 SERVICIO MOTOCARROS CON CONDUCTOR
 SERVICIO TALLER
 Guillem de Castro, 48 - T. 10192 - VALENCIA

MOTOBIC
 Velomotor con cambio dos velocidades. 49-50 c.c.
 SIN CARNET - SIN MATRICULA
TALLERES DUFOS
 ALICANTE, 11 VALENCIA



NAZARET, DESPUES DE LA RIADA

He aquí el aspecto desolador que ofrecía una de las calles de Nazaret después de la terrible catástrofe. Agua, barro, desolación... Una tragedia que se recordará en Valencia durante muchos años.

Fig. 2. En una majoria d'ocasions, la fotografia per ella mateix és incapaç de determinar els fets que hi observem, resulta necessària la participació del text explicatiu o «peu de foto», i dependrà molt d'aquesta explicació el significat que li donarem a la imatge.

(Clima nº 148, 19 d'octubre 1957)

Quan *Benjamin* utilitza els termes «*literalització de totes les relacions de vida*», no està referint-se tan sols al caràcter literari del component verbal del text, més bé emfasitza la component reductora d'un «peu de foto» en la seua capacitat de centrar en un sol significat concret la globalització primera a la qual ens aboca qualsevol reproducció fotogràfica. A més d'observar aquesta característica, *Benjamin* insisteix en la necessitat de concretar el significat genèric de la fotografia:

«*No el que ignori l'alfabet, sinó el que ignori la fotografia -s'ha dit- serà l'analfabet del futur. Però un fotògraf que no sap llegir les pròpies imatges, no és encara menys que un analfabet? ¿No es convertirà l'explicació en un dels elements essencials de la imatge fotogràfica?».*

I és precisament en aquest punt que introdueix històricament la necessitat d'una alfabetització de la imatge.

(*vid. fig. 3*)

El mateix terme «alfabetització» és el que utilitza contínuament *Donis A. Dondis* al llibre **A primer visual Literacy** (traducció a l'espanyol: **La Sintaxis de la imagen**), en el qual l'autora pretén conscienciar als estudiants i als educadors de la necessitat d'aprendre un codi de referències (asequibles per a tothom) per conèixer millor i saber desxifrar adequadament la gran quantitat de missatges visuals (i també àudio-visuals) que els actuals mitjans de comunicació de masses ens presenten constantment i vertiginosa. Aquesta professora nord-americana defén que el llenguatge és un mitjà d'expressió i de comunicació, i per tant un sistema paral·lel a la comunicació visual.

En la seua proposta d'implantació d'un mètode pedagògic per introduir l'ensenyament de codis visuals, *Dondis* suggereix una comparació amb el model establert d'aprenentatge del llenguatge verbal:



Hay palabras para describir
el desastre de que ha sido víctima
Valencia como consecuencia
del desbordamiento
de la Turia. Las aguas, con su
ímpetu, se han llevado
siempre vidas humanas,
riquezas, ilusiones...

AMPLIO REPORTAJE GRAFICO
EN LAS PAGINAS INTERIORES

Fig. 3. En el present exemple no s'especifica el lloc descrit per la fotografia, ja que és molt més fàcil d'identificar per tractar-se d'un cèntric carrer de la ciutat de València. El text aporta, contràriament al cas anterior, un comentari genèric de la situació.

(Clima nº 148, 19 d'octubre 1957)

«Al aprender a leer y escribir empezamos siempre por el nivel elemental y básico del aprendizaje del alfabeto. Este método tiene su correspondiente en la enseñanza de la alfabetidad visual. Es preciso explorar y aprender desde todos los puntos de vista de sus cualidades, su carácter y su potencial expresivo cada una de las unidades más simples de la información visual: los elementos. Y este proceso no tiene porqué ser más rápido que el aprendizaje del abecedario.»

pàg 206, Dondis (1982)

(vid. fig. 4)

En quant als nexes entre iconus i lletres que podrien ser referents immediats de les imatges del nostre entorn, *Dondis* mai no és explícita als seus raonaments. En el text que acabem de reproduir, tan sols s'hi apunta la dificultat d'aprendre un codi per desxifrar les imatges (*«explorar y aprender ... no tiene porqué ser más rápido»*), lamentant l'excessiva lentitud que això comporta.

Amb tots els avantatges que suposa la didàctica insinuada per *Dondis* (molt vinculada a la tradició Gestalt), advertirem però, en els seus referents, una mancança evident: no és capaç de concretar el paper de «confident» que adquireixen les formes de les lletres de l'alfabet en qualsevol relació visual, i que condicionaran a l'observador després d'haver assimilat les pautes compositives senzilles de les lletres de l'abecedari.

(vid. fig. 5)

Tot i no haver aprofundit en aquest paper determinant de la imatgeria del text escrit, *Dondis* admet la preponderància dels símbols en la nostra capacitat d'observació i representació visuals:

F O R

LA MARCA DEL
GENUINO
TABLERO PLASTICO

M I

C A

FORMICA
MARCA REGISTRADA

PARA INFORMES Y PEDIDOS DIRIGIRSE A:

FORMICA

DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS PLASTICOS, S. A.
PUERTA DEL SOL, 10 - MADRID

Fig. 4. La lectura visual d'aquest anunci ens aporta molta més informació de la que podria haver en llargues pàgines de text escrit. Tot i tractar-se d'una composició a base de lletres, la mateixa simplicitat aporta un aire fresc de modernitat, molt adequat per a la presentació d'un material novel·los.

(Destino nº 1155, 26-Novembre-1959)



Fig. 5. El text és el component determinant d'aquest anunci, però l'aspecte plàstic i la referència a la crema convertiran aquesta senzilla composició en un magnífic exponent de les suggestions publicitàries, superposant al relat verbal una intenció gràfica.

(Juperina nº 13, Primavera 1956)

«Desde los comienzos de la civilización, la realización de imágenes ha sido parte integrante de la vida del hombre y, a partir de ella, el hombre desarrolló el lenguaje escrito. Los bocetos, los objetos religiosos, los muebles decorados, la cerámica y los azulejos pintados, las vidrieras, los tapices, todo ello está relacionado con la pintura y compite con la escritura en su capacidad de narrar historias.»

pàg 180, Dondis (1982)

Volem pensar que aquesta «ingenuïtat» de *Dondis* quan relaciona -en termes de competitivitat- la ceràmica i l'escriptura, no compta evidentment amb el condicionant de les diverses llengües que habiten a la població del món. La «*capacidad de narrar historias*» és tan sols una de les nombroses possibilitats que es desprenen de la capacitat de comunicar-se.

Sense caure en la temptació de desqualificar *Dondis* -ben al contrari, ja que moltes de les seues reflexions solen ser clarificadores-, afegirem la versió d'un semiòleg:

«Toda relación que se establece entre dos cosas establece un vínculo de algún orden que se expresa en términos de lenguaje -y esto vale tanto para las relaciones del mundo físico como para las del mundo social y cultural. De ahí deriva la necesidad de una visión totalizadora del mundo de los signos, del mundo del lenguaje, vinculada a los medios de vehiculación, y la necesidad de precisión y economía en la organización y transmisión de los mensajes»

pàg 15, Pignatari (1977)

Aquesta visió més global (extreta del llibre **Informação. Linguagem. Comunicação**) determina que degut a la «necesidad de precisión y economía» en la transmissió dels missatges, els signes i/o llenguatge estan molt més pròxims de la realitat del que podríem suposar, ja

que no sols la determinen i ens ajuden a comprendre-la, sinó que formen part d'aqueixa realitat i són el medi que tenim per conèixer-la i transmetre-la.

També podem implicar a *Massin*, tal i com ens ho explica *Barthes*, en aquesta reflexió:

«Massin no deja de decirnos, en forma de imágenes, que no hay sino cadenas flotantes de significantes que circulan, cruzándose unas con otras: la escritura flota por el aire».

p. 106, Barthes (1986)

(*vid. fig. 6*)

Si el llenguatge -els signes verbals- ens són indispensables per definir el món, l'expressió escrita -dibuixada- d'aquest llenguatge ens condiona visualment en tots els camps de la recepció i el comportament visual, ja que els codis establerts han transformat la realitat que representen, i ens la «canvien» per poder-la personalitzar amb un major criteri individual.

La visió més pròxima al nostre plantejament la trobem en *Barthes*. Aquest semiòtic francès, amic de *Massin* i admirador dels surrealistes, defineix d'aquesta manera els lligams entre les formes escrites i els llenguatges que hi són implícits:

«Una vez nos sacudiéramos el yugo empirista de nuestra sociedad, que reduce el lenguaje a simple instrumento de comunicación, el arte gráfico podría convertirse en el arte más elevado, aquél en el que la oposición entre lo figurativo y lo abstracto resultaría superada por inútil: pues una letra quiere decir algo y a la vez no quiere decir nada, no imita y, sin embargo, simboliza, desautoriza al mismo tiempo a la excusa del realismo y a la del esteticismo.»

p. 121, Barthes (1986)

*En
la Efemérides Gloriosa*

de su edición número

MIL,

EMPRESA CINES Y ESPECTACULOS

saluda a

→ **DESTINO**

Criterio, Estilo y Teseón

y a sus incondicionales lectores, agradeciéndoles la atención que han venido dispensando a todos los espectáculos presentados en la pantalla de

COLISEUM

que, siempre al servicio de su dilecto público y a continuación del estupendo film en programa

"PASOS EN LA NIEBLA"

le ofrecerá las primicias de

EL BIGAMO

VITTORIO DE SICA
MARCELLO MASTROIANNI
FRANCA VALERI
GIOVANNA RALLI

DISTRIBUIDA POR MERCURIO FILMS, S.A.



y de otras obras maestras del Cine Universal, en sucesión de brillantes selecciones.

Fig. 6. La presència del text no significa perdre la possibilitat de transmetre les més distants emocions amb elements plàstics, ben al contrari, aquest anunci replet de lletres diferents és una mostra de la capacitat camaleònica dels elements sígnics.

(Destino nº 1000, 6 d'Octubre 1956)

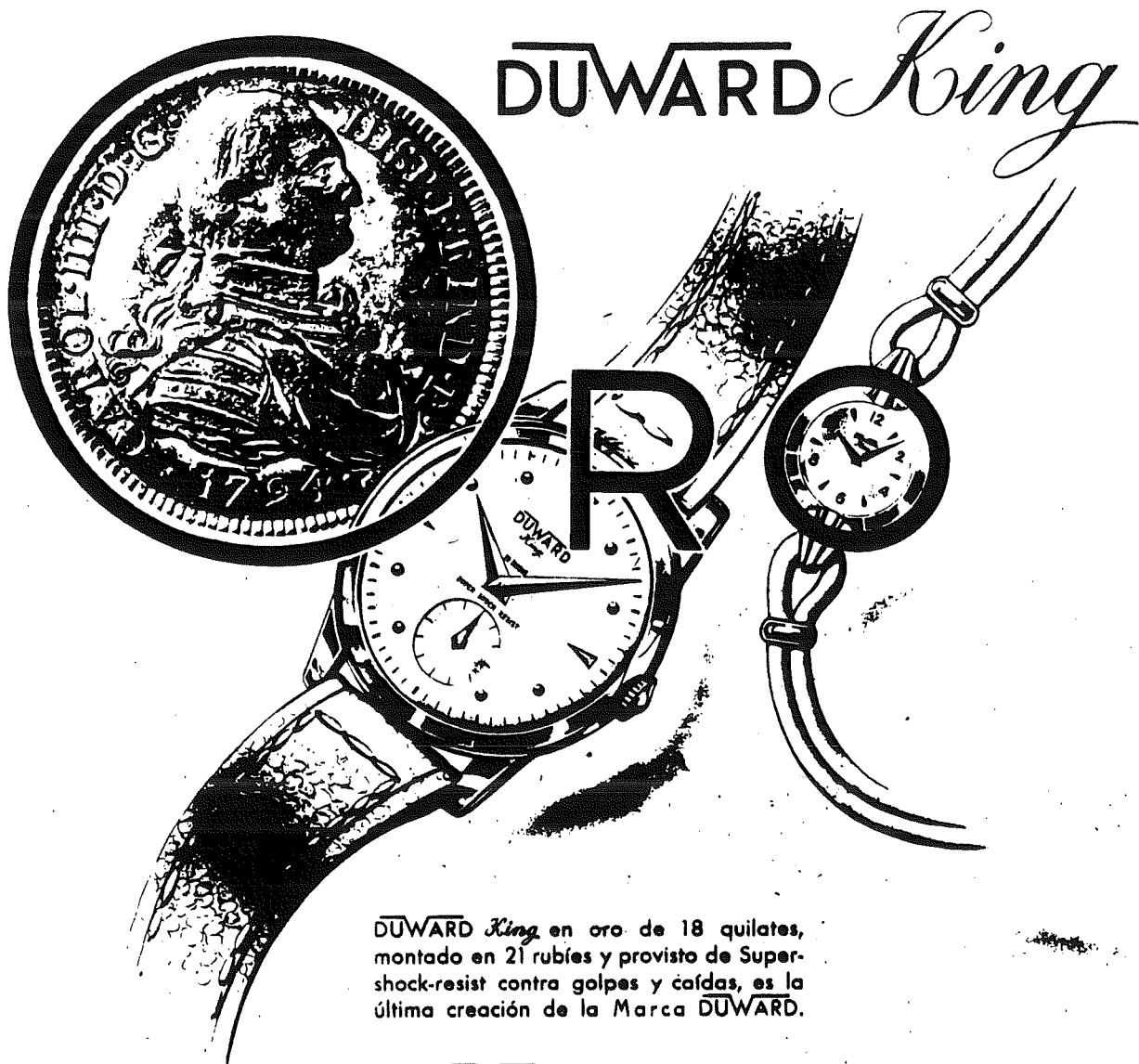
Per a *Joan Costa* -vid. Bibl. Gen. BLANCHARD (1988)- existeix un tronc comú antropològic del qual parteix el traç com un complexe gestual i creatiu de l'home. Moviment i energia, el traç és el tronc comú del qual emergiran dues formes amb voluntat de comunicació: el dibuix i l'escriptura. Segons la diferència detectada per *Costa*, el dibuix està més vinculat al món visual i perceptual, mentre que la lletra enllaça amb l'entorn conceptual i mental de les idees, del pensament.

(vid. fig. 7)

No podem acceptar la tesi de *Joan Costa*, ja que no distingim un doble codi interconnectat (el de la lectura visual i el de la lectura oral), sinó una evolució que emancipa als signes de les lletres d'aquella supeditació al codi verbal, convertint-los en autèntiques figures de la percepció visual, que també podrem utilitzar-les en la correspondència fonètica.

Els factors «educació» i «memòria» seran decisius en aquesta proposta de plantejament novedós. També tindrien importància la «percepció» i d'altres aspectes de la psicologia, en els quals no podem extendre'ns degut al caràcter tangencial que suposarien per al nostre estudi. El component social de l'educació influirà decisivament en la captació d'un llenguatge visual en el cas de les lletres. La lletra s'independitza de la càrrega semàntica i sígnica per desenvolupar-se i diversificar-se, tot a un temps, en polimorfisme exuberant. La lletra es converteix en una part important i fonamental de la cultura gràfica.

L'aprenentatge d'un codi gràfic del llenguatge verbal des de la més tendra infantesa provocarà l'assimilació d'estructures compositives senzilles i característiques (el cercle: «O», el triangle: «V» i «A», les direccions: «W» vs. «M», la vertical: «I», la sinuosa: «S», ...) Aquesta cultura visual i/o gràfica assimilada suposa el més complet i generós dels codis a disposició dels homes per comunicar-se.



DUWARD *King* en oro de 18 quilates, montado en 21 rubíes y provisto de Super-shock-resist contra golpes y caídas, es la última creación de la Marca DUWARD.

El reloj DUWARD de caballero, en oro, lleva grabado de origen en la esfera, el distintivo patentado *King*.

Posee todas las características de calidad, precisión y elegancia que han hecho famosa esta marca. Con todo y tan sobresalientes cualidades, DUWARD *King* en oro, tiene el precio que le conviene a V.

Pídalo a su relojero

DUWARD

RELOJ PERFECTO

UN PRODUCTO DE LA INDUSTRIA RELOJERA SUIZA



Fig. 7. En la imatge, el món visual i l'entorn conceptual, dels quals ens parla Joan Costa, s'han conjugat per intensificar les relacions. Així: la lletra «O» serà el cercle determinant de la connexió entre l'or, la moneda d'or i l'esfera del rellotge de luxe.

(Destino nº 893, 18 de Setembre 1954)

La transcendència i tot un seguici d'influències que adopta aquest codi, amb una riquesa històrica de segles, ens capacitarà per a la transmissió dels missatges més complexos. Però, no sols aportarem unes idees verbals i pensaments codificats, sinó que en cada petjada (senyal gràfic) podrem transmetre una bona part dels nostres idearis descriptius i formals.

Un bon començament per enllaçar o bé desfigurar el parentesc formal entre la lletra i algun element d'estructura similar, consisteix en associar la silueta d'una lletra al contorn d'un element «figuratiu». Els jocs semàntics de comparacions apareixeran immediatament.

Aquesta relació lletra i figura és molt utilitzada en publicitat, provocant així un recurs memorístic en el receptor, ja que la forma d'una lletra la tenim molt més assimilada que qualsevol altre signe o símbol.

(vid. fig. 8)

En el missatge escrit sempre existeix un doble codi: el de la lectura visual i el de la lectura oral. El trasllat de l'enunciat verbal a la notació gràfica no és necessàriament reversible en la seua integritat. L'opció de verbalitzar un text escrit depèn en tot cas del lector, sense que aquesta opció modifiqui la comprensió del missatge escrit. Tal i com deia el lingüista danès Hjelmslev, el text és: *«una substància gràfica que es dirigeix exclusivament a l'ull i que no té necessitat d'ésser transposada en matèria fonètica».*

La capacitat del material escrit per a mantindre en el transcurs del temps unes idees fixades a la matèria ha significat la transmissió de les cultures al llarg dels segles. El paper d'arxiu de la memòria col·lectiva ha sigut enllestit per la paraula escrita i impresa, aconseguint així conservar els documents que millor ens descriuen les èpoques del passat.

Les reflexions de *William M. Ivins* al seu original estudi Prints and visual Communication. Segons Ivins, i és fàcilment demostrable, *«l'única manera de familiaritzar-se amb els*



Fig. 8. Mostres d'utilització significativa del text com a element figuratiu: en el «¡Buenos Días!» s'ha fet servir el signe d'exclamació final com una corbata, mentre que la resta de la frase compon el braç dret. La paraula «Tos» evita la possible confusió amb un crit.

(Destino nº 879, 12-VI-54; nº 794, 25-X-52)

objectes (cosa distinta de conèixer-los) consisteix en la percepció sensorial immediata d'aquells». Degut a això, serà precís establir una distinció ben clara entre la percepció sensorial i el coneixement mitjançant la descripció.

«Tenim moltes maneres distintes de simbolitzar tant la familiarització com el coneixement, però les més importants de totes són la paraula i la imatge visual». El conjunt de percepcions amb el qual aconseguim capturar millor la personalitat dels objectes és el de la visió, i encara en aquest cas aqueixes percepcions tan sols podran captar una mínima part de l'entitat d'aquells objectes.

(vid. fig. 9)

«La imatge visual és l'únic símbol a la nostra disposició que no exigeix necessàriament la traducció d'una percepció sensorial a una altra percepció sensorial associada amb la primera o a una convenció de correspondències extremadament limitada, arbitrària i artificial». Allò que hem introduït en la nostra versió dels fets per involucrar el que anomenem il·lusions (raonaments provocats per una aparença) consisteix en dotar la nostra versió sensorial d'una sèrie de percepcions associades que ens arriben per uns altres canals.

Acaba referint-nos Ivins que el major poder de captació -tal i com venen fent els científics amb les pantalles i monitors- consistirà en centrar en un sol canal de percepció les dades que repleguem de l'exterior, aconseguint així una major capacitat de raonaments correctes, tot i que d'aquesta manera serà molt més limitat l'abast dels nostres raonaments.

El llenguatge parlat (les paraules articulades fònicament) va dirigit al sentit de l'oïda, orgue de recepció, captació i descodificació dels sons. Els símbols visuals van dirigits al sentit de la vista, als ulls. Una paraula o una seqüència de paraules impreses o escrites estan dirigidetes als ulls, però són traduïdes immediatament als sons dirigits a l'oïda, i tot això gràcies a un hàbit, conseqüència d'un llarg entrenament que comença als sis anys: el



Fig. 9. Un dels anuncis que van configurar la campanya de llençament dels aparells de ràdio «PHILIPS novosonic». Curiosament, en cada nova entrega s'estimulava un dels sentits que seria capaç de motivar el susdit aparell; la felicitat visible en el gest del personatge ens remet al plaer d'un dia fresc i net, després de l'aigua.

(Lecturas nº 377, març 1956)

d'aprendre a llegir i escriure.

Per a Iwins, en realitat, «una frase impresa està composta per un cert nombre de símbols superposats, cadascun dels quals té solament un significat arbitràriament determinat».

(vid. fig. 10)

Cadascuna de les lletres de l'alfabet és un signe convencional que indueix a realitzar una sèrie d'accions musculars, les quals donaran lloc a la producció d'un so. Considerades per elles mateix, no tindrien més significat que aquest conjunt d'accions musculars que se'ls atribueix convencionalment.

La majoria dels dissenys de lletres constitueixen plantejaments topològics. Partint de la idea de la línia i de la confrontació entre els extrems del plànol (dalt/baix, dreta/esquerra, diagonals), les lletres estan desprovistes de requeriments de contorn, tamany o proporcions determinades.

L'anàlisi de la configuració de cada lletra es redueix a la quantitat de vegades que un nombre de línies es tallen entre sí, i a l'ordre en el qual tenen lloc aquestes interseccions. Així doncs, quan veurem una sèrie de majúscules romanes, podrem reconèixer normalment no un conjunt de formes particulars, sinó una sèrie de membres representatius de classes particulars de formes topològicament definides.

Els significats de les combinacions de sons que denominem paraules són també el resultat d'una convenció, i ninguna d'aquelles té un significat massa precís a no ser que es tracte d'un nom propi. Totes tenen significats que podem consultar en el diccionari, però aquestes accepcions del diccionari seran de vegades moltes i molt distintes entre elles. És més encara, aquestes definicions del diccionari són paraules per elles mateix, i sols tenen significats convencionals.

Williams

PUBLICITAT

ha creado para el afeitado

AQUA VELVA es la más distinguida loción para después del afeitado. Usada por los hombres elegantes en todo el mundo, es el tónico necesario para completar el afeitado. De perfume agradable y varonil, se fabrica en dos calidades, normal y mentolada.



La **CREMA DE AFEITAR WILLIAMS** (normal o mentolada) contiene extracto de Lanolina, que impregna y ablanda la barba más difícil y protege la piel delicada. Se consigue un afeitado impecable, a fondo, suave y sin irritación.



LECTRIC SHAVE WILLIAMS es el preparado ideal para antes del afeitado eléctrico. Evapora el sudor, suaviza la barba, acondiciona el cutis y lubrica la cuchilla de la máquina. Se obtiene un afeitado eléctrico más rápido, más apurado y más cómodo. Especialmente indicado en época de calor.



GLIDER no requiere brocha, lubrica la tez, suaviza la barba y permite un afeitado rápido y cómodo. Contiene extracto de Lanolina, con lo que se consigue un afeitado apurado sin irritar la piel.



EL JABON DE AFEITAR WILLIAMS es el jabón crema en forma sólida. Se aplica sobre el rostro mojado y se hace espumar. Resulta sumamente económico, ya que dura seis meses.



Elaborado en España por A. Puig y Cia

cinco productos insuperables

Fig. 10. Textos descriptius i imatges que acompanyen el text. Dos llenguatges visuals, un dels quals provoca mimèticament l'ús de la parla, i condiona així la veritable visió dels esquemes. El text també forma part de les imatges fotogràfiques, aportant la imatge de marca publicitària.

(Destino nº 949, 15-X-1955)

(vid. fig. 11)

En la realitat, els significats de la majoria de les paraules que utilitzem més correntment, dependran del contexte en el qual seran vistes o dites. Més encara, els significats depenen també del seu ús sintàctic.

Per a Ivins, «*les imatges visuals, al contrari que les descripcions verbals, van dirigides de manera immediata als mateixos organs sensorials a través dels quals reunirem la informació visual respecte dels objectes que simbolitzen*». Una altra diferència important entre les manifestacions visuals i les construccions amb símbols verbals és que, mentre tenim significats del diccionari per a cadascun dels símbols verbals, i mentre pot haver definicions de diccionari per als noms de les coses simbolitzades per un complex de línies i punts: no existeixen definicions de diccionari per als propis punts i línies individuals.

(vid. fig. 12)

La important deducció d'Ivins respecte a la imatge repetida (que després analitzarà de manera magistral comparant gravats de diverses èpoques) dedueix que gran part de la teoria filosòfica del passat està referida al fet de que: «*mentre havia sigut possible descriure o definir objectes mitjançant l'ús de símbols verbals arbitraris i exactament repetibles que anaven adreçats, directa o indirectament a l'oïda, resultava impossible definir-los o descriure' la mitjançant imatges exactament repetibles i dirigides a l'ull*».

És evident que els antics eren capaços de traçar imatges d'objectes específics, però aquestes imatges tenien ben poca utilitat com a definicions o descripcions, ja que no podien repetir-se exactament, cosa impossible d'aconseguir mentre les còpies d'una imatge havien de fer-se a mà.

Una definició o descripció que no pot repetir-se exactament, no solament té poca utilitat, sinó que introdueix complicacions i distorsions molt considerables.

PARA LAVAR ROPA BLANCA
Y PRENDAS DELICADAS

Persil

Persil
PARA LAVAR
ROPA BLANCA
PRENDAS DELICADAS
LAVA
POR SI SOLO
SIN AZÚCAR




Henco

PARA PONER
LA ROPA EN REMOJO
FACILITA EL LAVADO
Y AHORRA JABON

Persil
GOTAMBAR

Henco

PARA PONER LA ROPA
EN REMOJO

imi

PARA LAVAR VAJILLA
Y QUITAR LA GRASA

imi
PARA LAVAR VAJILLA
Y QUITAR LA GRASA
Persil



Año nuevo, vida nueva... Feliz y descansada, con los

**3 PRODUCTOS
DE LA SERIE**

Persil

**USADOS EN
TODO EL MUNDO**

Fig. 11. Repeticions de paraules conservant el grafisme de les lletres. Possiblement, aquestes mateixes paraules no les identificaríem amb els productes anunciats si no es manté l'aspecte gràfic.

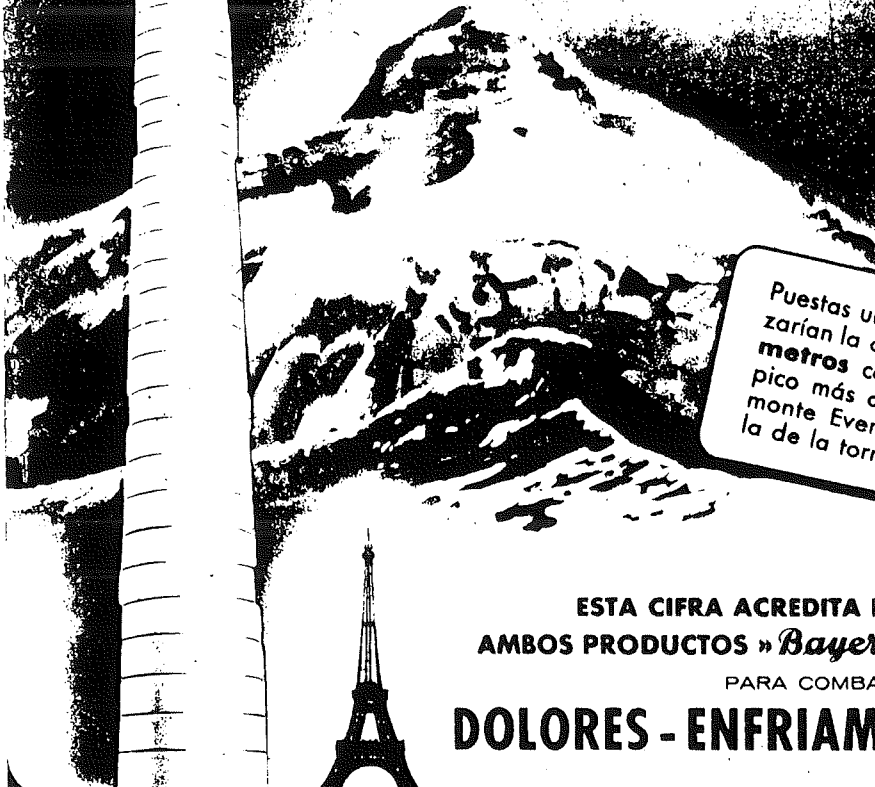
(Destino nº 699, 30-XII-1950)

200 MILLONES

DE TABLETAS DE

ASPIRINA Cafiaspirina

HAN SIDO CONSUMIDAS EN ESPAÑA
DURANTE EL AÑO 1950



Puestas una sobre otra alcan-
zarían la altura de **800.000**
metros casi 100 veces la del
pico más alto del mundo, el
monte Everest y 2660 veces
la de la torre Eiffel.

ESTA CIFRA ACREDITA LA EFICACIA DE
AMBOS PRODUCTOS »Bayer« DE FAMA MUNDIAL
PARA COMBATIR

DOLORES - ENFRIAMIENTOS - GRIPE

COMPLETAMENTE INOFENSIVAS - NO ATACAN AL CORAZÓN

CONSULTE CON SU MEDICO

Censura Sanitaria N.º 12487

Fig. 12. Un joc d'imatges que només pot explicar-se pel text que l'acompanya, ja que d'entrada no se'ns acut cap relació entre les aspirines i la Tour Eiffel o l'Everest. Joc publicitari de relacions imprevistes.

(Destino nº 722, 9-VI-1951)

Les Idees de Plató, i les formes, essències i definicions d'Aristòtil són una conseqüència i reflexe d'aquesta transferència de la realitat des de l'objecte a la fórmula verbal exactament repetible i, per tant, permanent en apariència. De fet, una essència no forma part de l'objecte sinó de la seua definició.

En aquest sentit de reflexions que venim aportant, convé no oblidar la superioritat que sol tenir el text respecte a la imatge en la majoria de les il·lustracions on apareix un rètol o explicació escrita.

(vid. fig. 13)

Del paper caduc del text i del final del llibre imprés va parlar llargament, als seus llibres (sic), *Marshall McLuhan*.

McLuhan cita nombrosíssimes vegades en «The Gutenberg Galaxy» el text de *William Ivins* que ens ha servit a nosaltres per reflexionar sobre les vessants gràfiques i verbals del text i la paraula escrita.

Un dels paràgrafs més emocionants i encertats, al nostre entendre, de «The Gutenberg Galaxy», és aquell on *McLuhan* lamenta que «en la pàgina impresa es va reflexar per primera vegada el divorci entre la poesia i la música». «Especialment a partir del moment en què va ser possible imprimir música, es van fer necessàries la quantificació i la mesura com a mitjans de concertació per als cantants de les distintes veus (ell les anomena «parts»). Però la polifonia migeval sols d'una manera latent disposava d'aquestes parts i quantitats distintes».

Possiblement el tema de la música i el llenguatge específic que suposa descriure-la en un paper van canviar radicalment les estructures del càntic i la paraula en el temps, condicionant-



Fig. 13. En el dibuix tot té un cert sentit i coherència: el parc o jardí, el quiosc, el nen amb globus,... El trencament d'aquest conjunt de línies amb un significat és evident quan apareixen, forçant la composició, els títols dels llibres damunt dels globus. Una «cacofonia» visual.

(Teatro nº 21, 1er trimestre 1957)

la a través de les demarcacions de l'espai topogràfic.

Als anys '50 trobarem dos exemples de trencament amb aquesta tradició cartesiana de respectar els marges i les línies internes de la fulla impresa: per una banda la música i els atreviments de compositors com *Pierre Boulez*, *Luciano Berio* i *John Cage*; pel costat de la tipografia, les delícies encoratjades del nostre *Enric Crous-Vidal* en els seus exercicis i divertiments anomenats «arabescos».

En ambdues experiències creatives (música informal i «arabescos») s'evidencia un novedós tractament dels espais de la pàgina per representar no sols allò que l'autor és capaç de dir, sinó per oferir un mínim de participació al «realitzador» (el músic intèrpret o el tipògraf que composa) i lliberant la imaginació de l'últim receptor.

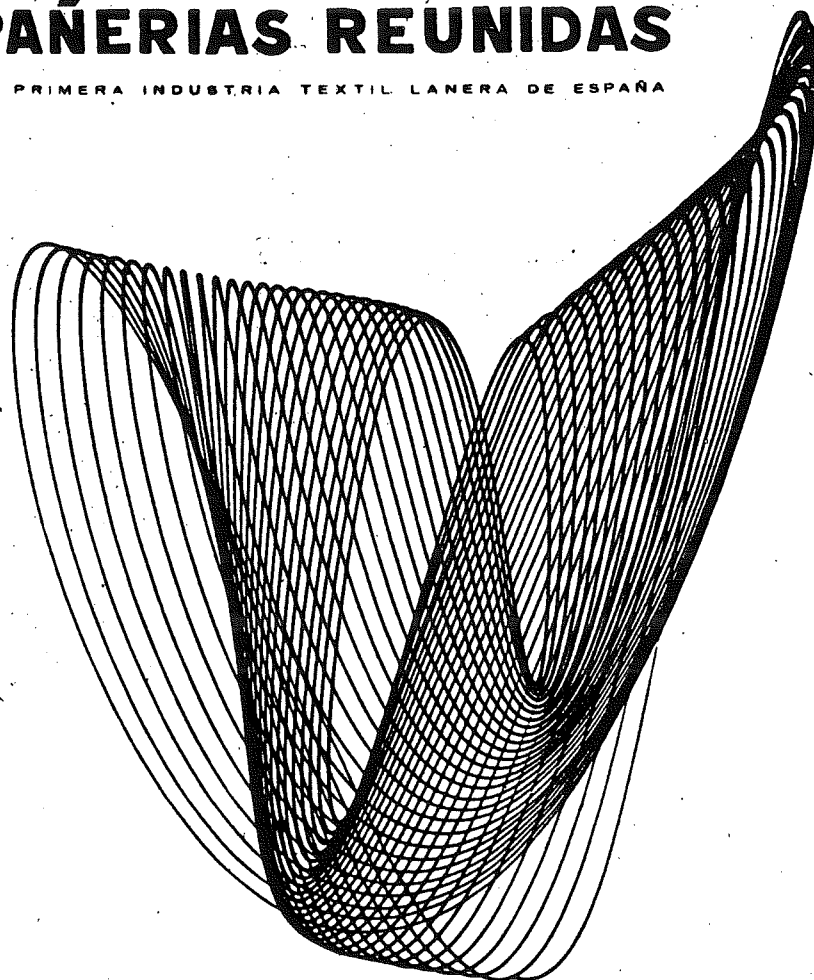
Quan *McLuhan* ataca la «cultura llibresca» i el material «llibre imprès» no troba més que factors negatius en el problema que veníem comentant al llarg d'aquest capítol: la codificació gràfica plenament subordinada al llenguatge verbal. Però *McLuhan* no podrà desestimar la fortalesa dels espais novedosos en matèria impresa que aportaven les pàgines de les revistes il·lustrades.

(vid. fig. 14)

En les composicions de pàgina de les revistes il·lustrades dels anys '50 trobarem en múltiples ocasions aquella «poesia» perduda a la qual feia referència *McLuhan*. Després d'haver contrastat gran quantitat d'exemples, he observat que la dècada de trencament propicia els paranys suficients com per oferir als autèntics creatius un suport adequat per donar a conèixer els seus descobriments (les revistes) i un ambient d'oposicions suggerents com per excedir tots els convencionalismes. És la ironia de la història: les èpoques que més rutinàries i tradicionals poden resultar a primera vista, són realment aquelles més suggestives.

PAÑERIAS REUNIDAS

LA PRIMERA INDUSTRIA TEXTIL LANERA DE ESPAÑA



Solamente vendemos tejidos de calidad

*Barcelona: Fontanella, 3 - Pelayo, 50 - Mayor de Gracia, 76
Madrid: Puerta del Sol, 3 - Avenida José Antonio, 26
Lérida: Carmen, 1 y 3
Valencia: San Vicente, 21
Gerona: Plaza Marqués de Camps, 6
León: Ordoño II
Badajoz: Francisco Pizarro, 5
Salamanca: José Antonio, 3
Palma de Mallorca: Plaza de Cort, 28*

Fig. 14. Tot respectant un esquema tradicional de composició de pàgina, aquest avançat disseny retroba aqueixa identitat musical que deuria d'anar parella als elements tipogràfics creatius.

(Destino nº 845, 17-X-1953)

Aquest «ambient d'oposicions suggerents» al qual ens referim ve determinat pel contrast, ja comentat en els moviments artístics, que enfrontava les postures de l'informalisme i el retorn a un constructivisme més o menys camuflat sota els dissenys de l'op art i l'art cinètic, i sobretot cadent per les arquitectures cartesianes de *Mies van de Rohe* i *Le Corbusier*.

Els publicistes comencen a incorporar en el dibuix comercial les modes i maneres de l'art contemporani. Es mercantilitza la faceta «revolucionària» de l'art, i consegüentment s'aprofita i s'explota tot allò que significarà crit i rebel·lia. Una presentació vigorosa, original, que permet destacar, més que la típica i tòpica frase de reclam, l'anunci complet. S'aconsegueix crear un centre d'atenció autònom, capaç d'atreure per ell mateix la mirada del lector, inclús abans de conèixer el contingut d'allò que se li ofereix.

Aquest tipus d'il·lustracions globals (podríem veure-les com autèntiques abstraccions) no significaran un auxili per al text, ja que en molt poques ocasions diu res concret per ella mateix, i necessitarà en tot cas d'alguna aclaració en forma de llegenda explicativa per arrodonir el seu autèntic valor.

La missió que tindran aquestes pàgines d'abstraccions serà la d'accentuar el valor expressiu i l'originalitat de l'anunci, aconseguint que destaque, cridant l'atenció i afavorint la curiositat del conjunt dels reclams de la revista

(*vid. fig. 15*)

A partir dels anys '50, temps dels inicis del consumisme, el dibuixant publicitari deurà d'estar disposat a captar i reflectir totes les novetats, ja que el temps i les modes amb canvis accelerats poden jugar en contra dels seus treballs.

La composició de cada anunci vindrà imposada per l'estreta relació que guarden el dibuix i el text de la llegenda, de manera que formen un conjunt coherent i atractiu.

Una època d'especialitzacions com aquella, comportava en algunes ocasions un excés d'independència en cadascuna de les parts implicades en una mateixa obra. Tant se val si



ECOMITRIN

La ANFOMICINA, nuevo antibiótico de espectro amplio para aplicación local, asociada a la NEOMICINA en forma de crema «aceite en agua», integran esta pomada fuertemente bactericida y de gran penetración en las capas profundas de la piel.

Nombre registrado. TUBO DE 10 GRAMOS.

ECOMITRIN-HIDROCORTISONA

La ANFOMICINA, NEOMICINA e HIDROCORTISONA, asociadas en pomada, consiguen un intenso efecto terapéutico doble: anti-infeccioso y anti-inflamatorio.

Nombre registrada. TUBO DE 5 GRAMOS.

Fig. 15. La lletra del text, les siluetes i un fons de taques expressives són els únics elements que componen aquest anunci de caire «abstractista».

-vid. Bibl. Gen. CUSA, J. de (1960)-

és el dibuix un complement del text, com si el text està subordinat a la part gràfica: cal integrar-los en una mateixa idea.

Dissortadament, són ben pocs els dissenyadors que capten la possibilitat d'interpretar gràficament el text, però ja apareixen alguns exemples molt destacables.

Com a nota anecdòtica dels efectes d'un text decoratiu, inclourem un exemple d'alfabet pensat per brodar-lo al mantell de la dot.

Des de sempre ha existit aquesta costum popular de brodar les inicials del nom de la núvia en totes les peces de roba de la casa. Aquesta tradició ancestral ha possibilitat l'aparició de publicacions específiques amb mostres d'alfabets per brodar. També en la majoria de les revistes dedicades a la dona i a les modes apareixen sovint aquests models de lletres, que generen al seu voltant tot un dinamisme de modes bastant aliè a la resta dels paràmetres del vestit i l'habillament.

(vid. fig. 16)

L'única referència verbal que existeix entre les lletres d'aquests alfabets per brodar inicials i allò que representen radica en la lletra inicial del nom de la novençana. Ben minsa excusa per introduir la lletra en un espai estrany al missatge lingüístic com són els suport de tela en tovalloles, mantells i llençols.

Per a *Juan de Cusa* -vid. Bibl. Gen. op. cit.- *«el dibujo, aún considerado como mero auxiliar del texto, dará siempre mayor calidad a la composición, y la mayoría de las veces, lo que dará verdadera categoría será el acierto de la nota ilustrativa, pasando la rotulación a ocupar el lugar secundario que en realidad le corresponde en el conjunto»*.

Evidentment, no li podem donar la raó a *Cusa*, ja que -insistim- el text també és il·lustració.

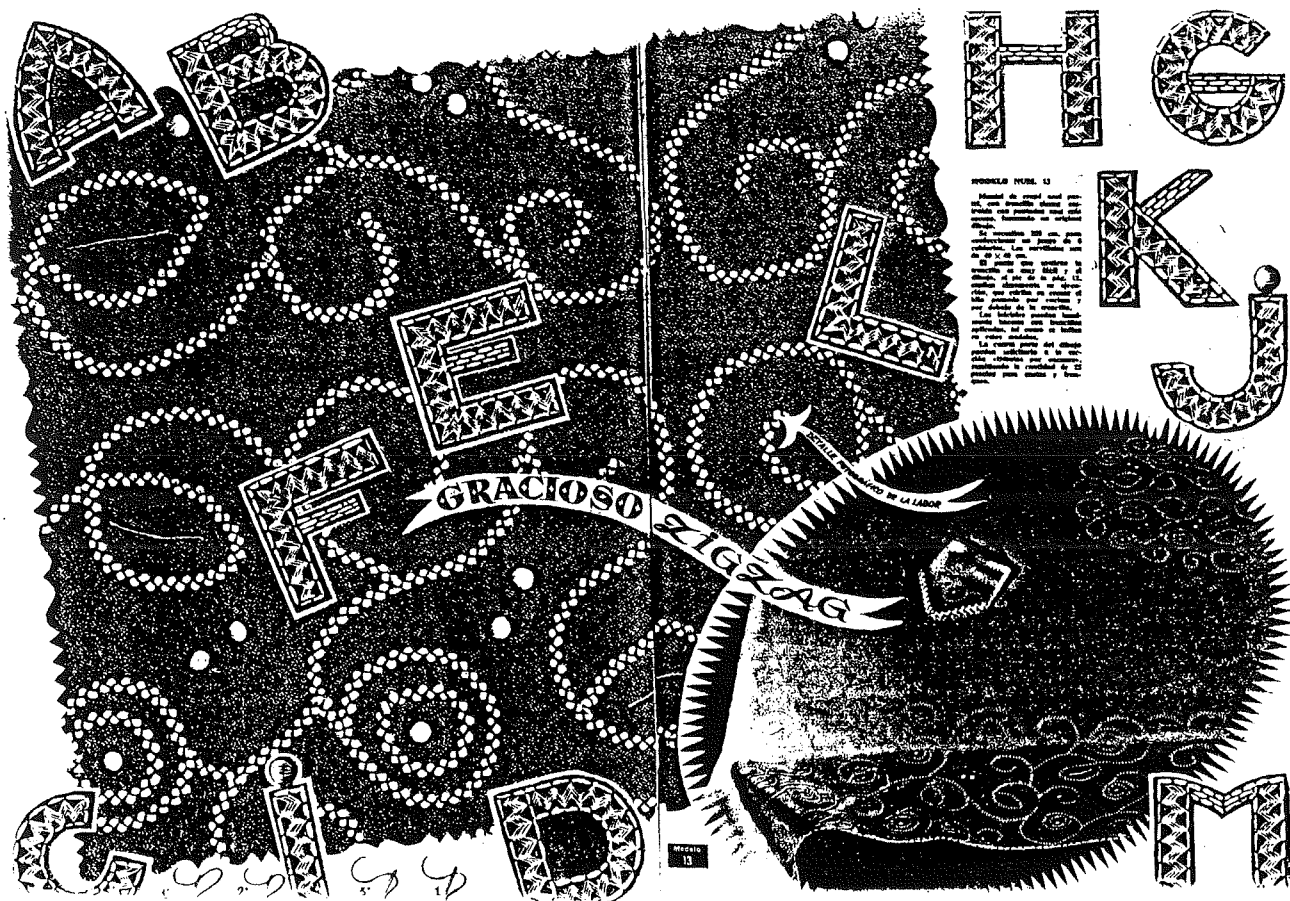


Fig. 16. Doble pàgina amb lletres escampades per ensenyar els models de l'alfabet «Gracioso Zig-zag». Tant per la forma com per l'ornamentació, aquest és un autèntic alfabet «déco». Possiblement ni la brodadora ni la núvia seran conscients de l'existència d'aquest moviment artístic.

(Labores del Hogar nº 16, març-abril 1955)

Per documentar aquesta darrera afirmació, adjuntem tot un seguici de capçaleres de secció, introduïdes a les darreries de la dècada dels '50 per la revista **Destino**, després d'una renovació de tot el material gràfic de la publicació. En cadascun dels exemples podem verificar la saviesa i originalitat amb les quals s'ha resolt el dilema d'oferir no sols el relat verbal, sinó d'afegir-li un important component gràfic de relacions visuals, i sempre comptant amb el mínim contrast: el negre sobre fons blanc.

(vid. figs. 17, 18 i 19)

Tal i com podem observar en aquestes capçaleres dels exemples, la lletra és capaç d'integrar de manera exquisida el relat gràfic i el relat verbal que li són inherents.

EL CIELO EN ESPAÑA

por P. Mateu Sancho

EFEMERIDES ASTRONOMICAS PARA EL MES DE AGOSTO DE 1958

Vega, Altair, Arturo, Cabra, etcétera, y entre los cúmulos el doble de Perseo el de Hércules y la nebulosa de Andrómeda.

NOTA. — Para obtener la hora oficial añádanse 60 mi-

En mi jardín

S.O.S. EN LA MARESMÀ

BENJAMIN Franklin, u otra cualquiera de los pensadores favoritos de los di-gestos al uso, dijo en una

LA FOTO DE LA SEMANA

Yehudi Menuhin, el gran virtuoso por Europa. La fotografía lo recoge, Holmes, con la cabeza goma de vis tenidos difícilmente en la cabeza. (olvidemos que el sogas detective o cuolidades — en gran violinista. Mami

Al doblar la esquina por Néstor

UN PELIGRO CONSTANTE

EN el reciente accidente ocurrido en la carretera de Barcelona a Santa Cruz de Calafell, donde

Cardiogramas

EL OJO



El «sheikh» de Kuwait

Ahmadi (Kuwait). — El petróleo del Oriente Medio que en estos momentos está crispando los nervios con amenazas de guerra, y que nos fuerza a aprender detalladamente geografía y la geopolítica de desconocidas regiones de Kuwait, Bahrein, Qatar, etc., no es solamente un negro que mueve la sangre turbulenta de los rebeldes árabes, los motores de las flotas blancas de las intranquilas bolsas de todas las capitales mundiales. La riqueza fabulosa que con este fluido grasiento está cayendo en

las manos de unos jefes árabes ha provocado en los corazones de éstos pasiones enardecidas de convertir, con ritmo de milagro, la extrema pobreza tradicional del Oriente Medio en lujo repentino, inaudito y desmesurado. Del hombre vegetativo del desierto, del nómada bárbaro del camello y de la tienda se ha apoderado un deseo implacable de borrar para siempre y de golpe la maldición secular de la arena, de substituir el sudoroso ritmo del camello por el del más moderno coche y del avión, y de reírse de la dictadura del sol aplastante desde la sombra conseguida en casas fijas, provistas de la refrigeración artificial del último modelo, made in USA. La triste paradoja de la nueva riqueza, concentrada en los tesoros de unos reyes y «sheiks» absolutistas, todavía no permite que las masas árabes gocen de pleno de esta lotería de la Historia.

De mediodía a medianoche

Fig. 17. Elements gràfics orientadors que enriqueixen el text: un plec a l'extrem en «Al doblar la esquina»; claror blanca «de mediodía» i foscor negra «a medianoche»; estels enllaçats amb rectes per a «El cielo en España».

(capçaleres de secció revista Destino, 1957)

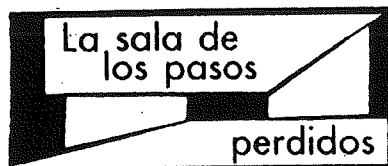
PANORAMA DE ARTE Y LETRAS

GLOSAS De Gallifa a París

LA ULTIMA OBRA DE JOAN MIRO Y J. LLORENS ARTIGAS por Juan Teixidor

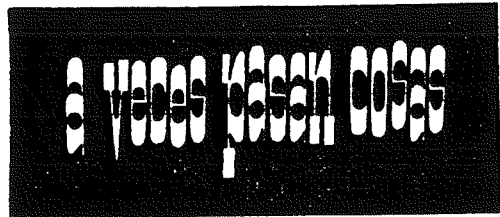
TEATRO EN LA VIA PUBLICA. — En las aceras, en el momento de apedrir sandas, se engendra toda una literatura moderna. Hay una diferencia: así como lo obligado, en el teatro, suele ser el verbo omar, en la cola hay un verbo air detrás.

UNA vez más la actualidad artística mundial se ha instalado en Gallifa. Gracias al horno proximidad del Edificio de Conferencias dos grandes muros perpendiculares que tienen una altura



MAS DE TREINTA JUICIOS DE FALTAS

DON Pedro y doña Josefa se pasan la vida en los Juzgados. Desde hace cinco o seis años que la segunda entró a vivir en el piso del primero, llevan va entre juicios



COMISION ASESORA DE ARQUITECTOS NO MUNICIPALES

El alcalde suele cumplir sus promesas. Recientemente, con motivo del plan parcial de urbanización de Los Corts y de

LLONGUERAS DE NUEVO

La institución pedagógica «Sibrida», regida por José Roch Llorens, que tiene tanto de maestro como de músico, ha clausurado el curso de la institución con la puesta en escena — en

De mediodía a medianoche

NUESTRA AMIGA LA TIERRA



JORDANIA

El nombre que evoca el del río Jordán de la Biblia, había sido anteriormente Transjordania, pues no contiene todo



Fig. 18. Gran taca negra i lletres escultòriques per al «Panorama de arte y letras»; un espai insòlit per emmarcar l'interior d'un jutjat en «La sala de los pasos perdidos»; lletres desencaixades i condensades quan «a veces pasan cosas»; una mínima expressió per a «la anécdota breve».

(capçaleres de secció revista Destino, 1957)

Cartas al director

«DONA FRANCISQUITA»
EN VIENA

«Sr. Director de
DESTINO

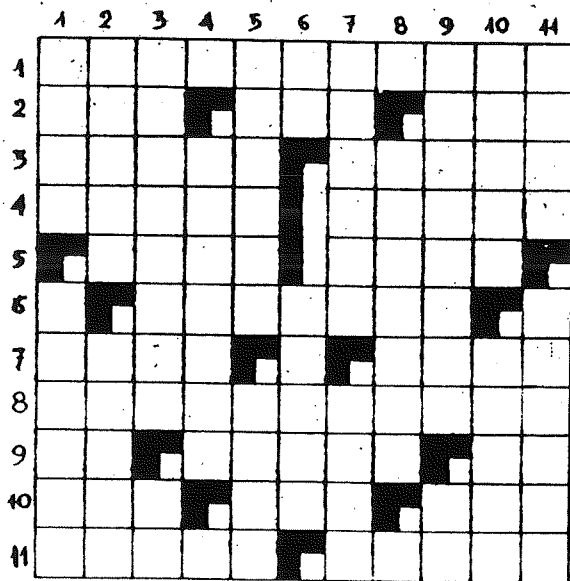
DIRECCION UNICA,
POR FAVOR

«Sr. Director de
DESTINO

tal en la noticia, pues lá
Gran Bretaña contaba ya
en 1702 con un periódico
diario publicado en Lon-
dres —el «Daily Courant»—
y que apareció a los siete

CRUCIGRAMAS

CRUCIGRAMA NUMERO 795



por Florestán

LA MUSICA DE «CUMBRES
LUMINOSAS». — Seguramente
lo que la mayoría de especta-
dores habrá apreciado más de



El sábado
en la butaca

ASTORIA Y CRISTINA: «VIAJE
A ITALIA... ROMANCE IN-
CLUIDO»

Se trata exactamente de una de
esas películas acerca de las cuales

La alegría que pasa

Retablo

Fig. 19. Una pantalla de cinema per a «El sábado en la butaca»; cal.ligrafià i gota de tinta en «Cartas al director»; lletres egípcies característiques de pal gros en el «Retablo»; suggerent línia sinuosa per ensenyar-nos «la alegría que pasa».

(capçaleres de secció revista Destino, 1957)

II.c.

La Tipografia i l'art de convertir el missatge en estètica d'una època.

Generalment li atorguem al terme «Tipografia» un sentit molt més ampli respecte d'allò que podria entendre's inicialment. És a dir, al llarg de la història de la lletra impresa, la fundició de tipus en metall esdevenia fonamental per imprimir els textos. A partir de la invenció del *Letraset* (justament als anys '50) que va unida a la implantació de l'*offset*, la fundició de tipus ha anat perdent la importància que tenia, fins arribar a convertir-se en un sistema de reproducció quasi anecdòtic i superat. No obstant, la paraula «Tipografia» defineix perfectament l'estadi de les imatges que nosaltres analitzem: la forma (tipus) de les lletres, que es repeteix mecànicament en els textos impresos.

Tot i no existir ja la pràctica de la fundició i el muntatge a base de tipus, el terme continua tenint la validesa de sempre, i tant per a la fotocomposició com per a qualsevol sistema novedós d'impressió de textos i imatges, utilitzarem sempre aquesta paraula universal.

És cert i notori que actualment la tècnica més utilitzada és la fotocomposició, tanmateix, la terminologia tipogràfica correspon a una tradició que prové de l'època de la composició en metall. Per als qui estem relacionats amb la creació gràfica, ens resulta necessari conèixer el vocabulari tècnic utilitzat en composició per poder entendre'ns amb els responsables del taller, i comunicar-los correctament les intencions, més encara si concebim la tipografia com una manifestació artística.

Respecte al futur que se li preveia a l'*offset* quan aparegué decisivament al mercat espanyol en la dècada dels '50, reproduïm l'inici d'un article aparegut al número 159 (setembre 1957) de la revista **Gráficas**:

«Sobre el porvenir que le está reservado al sistema de impresión planográfico denominado offset, se discute con insistencia en numerosos países, principalmente acerca del peligro que aquel representa en su avance para la tipografía; sin embargo, nosotros reconocemos que en las Artes Gráficas cada sistema de impresión conserva su excelencia, y por ningún concepto admitimos que el offset pueda sustituir, de modo absoluto, a la tipografía, sino más bien que ambos sistemas han de producir resultados satisfactorios y económicamente aceptables a la vez.

«Una de las razones que apoyan el éxito de aceptación del offset para la ejecución de revistas, libros e impresos comerciales, consiste en la posibilidad de ejecutar sus trabajos a precios extremadamente reducidos, como consecuencia de que sus impresiones no precisan cliés, grabados, estereotipias, desgaste de tipos ni siquiera empleo de papeles especiales que se hacen indispensables en la impresión de fotograbados. Si a esto unimos la rapidez de impresión de las prensas offset, la supresión de los «arreglos» en la máquina, generalmente largos y complicados, y la rapidez y buen resultado de sus reportes fotomecánicos, bastante menos costosos que los galvanos y estereotipias, es de reconocer que es un sistema muy útil y conveniente a numerosas clases de impresiones».

La tipografia disposa d'un llenguatge i un sistema de mesures relacionats directament amb la indústria de la impremta.

En l'apartat anterior (II.b.) apuntàvem un sistema de classificació dels caràcters ideat per l'editor anglès *Bastien*. Hi féiem esment com a nota anecdòtica, molt pròpia d'una dècada de transformacions. Ara passem a referir la classificació de les famílies de tipus que més pràctica i coherent ens sembla: la proposada pel dissenyador francès *Maximilien Vox*, el qual resol el problema d'agrupar alguns models molt semblants, intentant evitar les associacions d'idees que perpetuaven les velles confusions.

(*vid. fig. 1*)

<p>Aa</p> <p><i>Centaur</i> I. HUMANISTA</p>	<p>Aa</p> <p><i>Caslon</i> II. GARAU</p>	<p>Aa</p> <p><i>Baskerville</i> III. DE TRANSICION</p>
<p>Aa</p> <p><i>Bodoni</i> IV. DIDONE</p>	<p>Aa</p> <p><i>Rockwell</i></p>	<p>Aa</p> <p><i>Grot 215</i> VI. LINEAL (a) Grot</p>
<p>Aa</p> <p><i>Univers</i> VI. LINEAL (b) Neo-Grot</p>	<p>Aa</p> <p><i>Negrita New Clarendon</i> V. MECANICA</p>	<p>Aa</p> <p><i>Entina Enta</i> VI. LINEAL (c) Geometrica</p>
<p>Aa</p> <p><i>Gill Sans</i> VI. LINEAL (d) Humanista</p>	<p>Aa</p> <p><i>Albertus</i> VII. GRABADA</p>	<p>Aa</p> <p><i>Ashley</i> VIII. MANUSCRITA o CALIGRAFICA</p>
<p>Aa</p> <p><i>Mercatorus</i> IX. MANUAL</p>	<p>Aa</p> <p><i>Ingles Antiguo</i> X. GÓTICA NEGRA</p>	<p>ن ن</p> <p><i>Farsi</i> XI. NO LATINO</p>

Fig. 1. Les 10 famílies de caracters proposades en la pràctica classificació del francès Maximilien Vox (1894-1974)

Aquestes són les 10 famílies de tipus d'impremta que proposa *Maximilien Vox* (subratllem aquelles més destacades en el nostre estudi):

1: **Humanista**. Primers tipus romans, basats en la cursiva humanista de la Venècia del s. XV (*Verona, Centaur, ...*)

2: **Garald** (de Garamond+Aldus). Basats en els tipus romans de l'impressor italià *Aldo Manuzio* (*Garamond, Bembo, Caslon,...*)

3: **De Transició**. Caracters d'enllaç entre els «antics» i els «moderns» (*Baskerville, Times, Caledonia,...*)

4: **Didonis**. Inventats per *Didot* i perfeccionats per *Bodoni* al s. XVIII, denominats «moderns» (*Didot, Bodoni, Falstaff,...*)

5: **Egipcis**. *Vox* els denomina també «mecanos», per l'auge que van prendre durant la revolució industrial anglesa. Tipus de peu quadrangular (*Memphis, Clarendon,...*)

6: **Lineals**. Més coneguts com «lletres de pal», «sans-sérif» (sense detalls ni ornaments) o «grotesca».

Molt important per a la història de la tipografia serà l'aparició, l'any 1957 de dos caracters sense trets: l'*Univers* de *Frutiger* i l'*Helvètica* de *Miedinger*.

7: **Incisa**. (Tallada o Glífica). Caracters basats en les lletres tallades en pedra, quasibé sempre majúscules (*Albertus, Columna,...*)

8: **Manuscrita** o d'Esriptura, ja que imita la cursiva a mà, però en caracters no dibuixats -que correspondrien al següent grup-

9: **Manual**. Originals dibuixats a mà que no representen cap tipus d'impremta, utilitzats en publicitat.

10: **Gòtica**. Primer caràcter d'impremta utilitzat a Europa. Molt emprada pels tipògrafs alemanys, inclús actualment.

(*vid. fig. 2*)

AS FILMS S.A.
 CINEMASCOPE EASTMANCOLOR

presenta
**SU SEGUNDO LOTE
 DE MATERIAL 1956-57**

Rapsodia Real
 DIRECTOR: HERBERT WILCOX
 ANNA NEAGLE
 ERROL FLYNN
 PATRICIA WYMORE

ZABRAB
 CINEMASCOPE - TECHNICOLOR
 DIRECTOR: TERENCE YOUNG
 VICTOR MATURE
 MICHAEL WILDING
 ANITA EKBERG

SAFARI
 TECHNICOLOR
 ANNA NEAGLE
 VICTOR MATURE
 JANA LEIGH
 JUMA

CUATRO PASOS
 EASTMANCOLOR
 FOSCO GIACCHETTI
 ROBERTO SORDI

NUBES
 EASTMANCOLOR
 FERNANDEL
 GIULIA RUBINI
 DIRECTOR: MARIO SOLDATI

El Caballero de la Banda Negra
 SUPERCINESCOPE FERRANICOLOR
 DIRECTOR: SERGIO GREGO
 VITTORIO GASSMAN
 ANNA MARIA FERRERO
 CONSTANCE SMITH

ODONGO
 CINEMASCOPE
 JOHN GILLING
 FLEMING
 CAREY
 JUMA

La PRINCESA Y EL...
 EASTMANCOLOR
 DIRECTOR: HANS DEPPE
 INGRID ANDREE
 GERHARD RIEDMANN

AS FILMS S.A.

SE ENCUENTRA A DISPOSICIÓN DE LOS SEÑORES EMPRENDESARIOS PARA SU ESTRENO EN TODA ESPAÑA

Fig. 2. Resulta complicat explicar la diferència entre les famílies n° 8 (manuscrita) i n° 9 (manual). Res millor que una il·lustració aclaridora. Els originals dibuixats a mà d'aquest anunci representen la família n° 9 de caràcters manuals.

(anunci d'un exemplar de Clima, darreries 1956)

Al llarg de la dècada dels '50 trobarem nombrosos intents de renovar les antigues i poc eficients nomenclatures dels caràcters tipogràfics.

En l'article «La tipo-nomenclatura moderna en las Artes-Gráficas» aparegut a la revista *Gráficas* (nº 149-150, nov.-des. 1956) i escrit per *Sebastián Dueñas Blasco*, l'autor celebra el projecte d'una reforma que aspira a simplificar les nomenclatures anteriors, dotant-la de certs fonaments lògics i naturals. Aquests fonaments estarien, segons l'autor, emparentats directament amb una sèrie d'estils arquitectònics que van evolucionar parells als canvis de la cal·ligrafia dels manuscrits.

Per a *Dueñas*: «*las Artes del Libro cuentan con una tradición de orden estilístico que corresponde a la de los estilos de la arquitectura antigua consagrada ante todo en Europa*». Aquesta relació de parentesc entre les modalitats de lletra i dels estils arquitectònics ha sigut apuntat per nombrosos autors, i *Dueñas* opina que «*sería más eficaz, constructivo y prometedor orientar la nueva tipo-nomenclatura hacia la tradición estilística que han llegado a plasmar, desde los tiempos de Gutenberg, los caracteres románico y gótico*». Les noves creacions a partir dels estils genèrics, romànic i gòtic, es dividarien posteriorment en variants específiques, oferint aquestes possibilitats específiques:

«*Antigua, Transición, Clásica, Neoclásica, Renacentista, Moderna, Juvenil, Futura*».

Aquesta possible divisió tindria també una motivació històrica, ja que de la cal·ligrafia romànica sorgirien dues vessants, la primera provinent de l'època de *Carlemany* (s. VIII-IX) i la segona de l'esplendor del Renaixement italià al segle XV. També la lletra gòtica compta amb diverses manifestacions cal·ligràfiques entre els segles XII i XV.

Dueñas afegeix als estils romànic i gòtic un tercer component, necessari per explicar la proliferació de les noves creacions. Com era de suposar, ho emparenta amb un parany històric: els còdex irlandesos. Per al referit tercer estil suggereix els termes «bizantino» i «ornamental». En aquest tindrien cabuda totes les fantasies i atreviments estranys als models històrics adés referits.

Per acabar amb totes les possibilitats, afegeix *Dueñas*:

«La única excepción estilística de tales órdenes artísticos, en cuanto a los caracteres tipográficos, se tiene en las hoy denominadas genéricamente «cursivas». Nos referimos a las que también se llaman «itálicas» y «aldinas». Es decir, la clase de caracteres tipográficos que la tradición nos cuenta fuera llamada originariamente «cancilleresca» en 1504, por uno de sus artistas creadores: Francisco Griffo de Bolonia.»

«Esta clase de caracteres no tuvieron como fuente de inspiración los estilos de la arquitectura, sino las escrituras más cuidadas de las cancellerías oficiales de su tiempo.(...) Esta clase de caracteres tipográficos reflejan, ante todo, la escritura manual corriente, y su nombre genérico debe ser el de «cursivas».

(pàg. 543, **Gráficas**)

Tal i com apunta *Dueñas*, resulta difícil enquadrar els tipus denominats «cursiva» o «itàlica», ja que els mateixos termes que els defineixen poden ser motiu de confusió, per nomenar idees diferents. En la classificació de *Maximilien Vox* (la que nosaltres tindrem com a guia) cada «Família» compta amb les seves respectives «itàliques», degut al parentesc entre la posició «recta» i la corresponent inclinació que la converteix en «cursiva».

(*vid. fig. 3*)

Hem indicat la incidència especial que per als anys '50 tindrien les famílies números 6 i 9. Passem seguidament a explicar els motius.

Els inicis dels caracters lineals daten de 1816, quan apareix per primera vegada la «English Egyptian», una lletra rodona sense trets, majúscula (caixa alta), batejada així degut a l'interès de l'època per tot allò egipci, no per les possibles relacions formals de parentesc. La primera «caixa baixa» (minúscula) sense 'gràcies' apareix el 1835 amb el nom «Grottesca de set línies». Actualment coneixem totes les lletres lineals pel nom de



VEA NUESTRO GRAN SURTIDO DE

M A N T E L E R I A S

Y NO DUDE QUE HALLARÁ LA
QUE LE AGRADE, PARA SUS
OBSEQUIOS DE BODA

- MANTILLAS
- ENCAJES
- T U L E S
- CHANTILLYS
- LENCERIA

PASEO DE GRACIA, 74

Fig. 3. Senzilla -i poc reeixida- composició amb tres models de characters, corresponents a les famílies egípcia, lineal i manual, molt utilitzades als anys '50.

(Labores del Hogar nº 1, Setembre 1952)

«sans sérif» (mancades de trets, lletra de pal), o bé «sans».

Ben mirat, la lletra de pal ens remet a les inscripcions sobre pedra de la històrica grècia. Els caracters «sans» havien servit al llarg del s. XIX per a publicitat i capçaleres, però és a les primeries del s. XX quan els dissenyadors, sobretot alemanys, pretenen descriure la modernitat amb lletres de pal. Cal apuntar la decisiva aportació dels anglesos *Eduard Johnston* i *Eric Gill*.

Serà a partir de l'acabament de la Primera Gran Guerra, i després de fundar-se la Bauhaus de *Gropius* a Weimar, que la «necessitat de començar de bellnou» proclama els caracters «sans-sérif» com el tipus d'impremta propi de la nova època.

Els tipògrafs són dissenyadors, i l'aportació d'homes com *El Lissitzky*, *Theo van Doesburg*, *Kurt Schwitters*, *Laszlo Moholy-Nagy*, *Man-Ray*, *Walter Gropius*, *Herbert Bayer*, *Paul Klee*, *Jan Tschichold*, *Joseff Itten* i *Wassily Kandinsky* serà determinant per a l'evolució posterior de l'art de transformar i crear lletres tipogràfiques. Aquests noms ressenyats influiran decisivament en les importants creacions de lletres sense terminals dels anys '50, expressades pels caracters «Univers» i «Helvètica».

(*vid. fig. 4*)

L'estudi de l'estètica de la lletra impresa ens transmet un conjunt de dades que possibiliten determinar:

- * Una època concreta
- * El territori específic on han sigut realitzades
- * Una situació social particular
- * Unes possibilitats tècniques d'execució
- * El tarannà de llurs creadors
- * Una realitat cultural característica i definitòria.

Los productos que lanza FASA siempre
tienen EXITO porque han sido previamente
ensayados en sus granjas

FASA

PONEFASA
PATIFASA
LEBOFASA
ORIFASA
PORCIFASA

▷ AVICULTURA
▷ PATICULTURA Y
▷ GANADO DE CERDA

FOMENTO AVICOLA, S. A.
FABRICA MODELO de piensos compuestos concentrados en gránulos y harinas

Marqués de Elche, 22
PATRAIX - VALENCIA

SUCRO

Fig. 4. Intent original per part dels publicistes de l'agència «Sucro» d'introduir models renovats, degut a la temàtica de l'anunci.

(Clima, Octubre 1957)

Evidentment permet així mateix experimentar un goig perceptiu com a observadors crítics i espectadors del contingut compositiu i formal. Tal i com ens suggereix *Barthes*:

«La letra, en su materialidad gráfica, pasa a ser una idealidad irreductible, asociada con las más profundas experiencias de la humanidad (algo muy claro en Oriente, donde el grafismo detenta un auténtico poder civilizador). Por otra parte, el psicoanálisis muestra (en sus más recientes investigaciones) que la letra (en cuanto trazo gráfico, al margen de su origen sonoro) es una gran encrucijada de símbolos (verdad que toda una literatura, la barroca, y el arte del caligrama ya presentían), punto de partida y de reunión de innumerables metáforas.

p. 121, Barthes (1986)

Seguint amb la revisió estètica de la tipografia que havíem abandonat als anys immediatament anteriors a la dècada estudiada, cal nomenar al dissenyador, escriptor i tipògraf *Herbert Spencer*, el qual va editar entre 1949 i 1967 la important revista «*Typographica*», butlletí al servei de la implantació de la «tipografia moderna».

També lluitaven per les transformacions dràstiques els artistes tipògrafs espanyols, amb la figura de *Crous-Vidal* dirigint, des de París estant, el moviment que anomenem «Renaixement de la Grafia Llatina».

(*vid. fig. 5*)

Degut a la influència dels models germànics (també patent en les creacions dels artistes alemanys exiliats a Suïssa), l'aparició d'aquest moviment va ser molt celebrada pels tipògrafs espanyols i francesos. El màxim exponent del grup residia a París, i dins d'Espanya tenia força adhesió entre les entitats més importants que copaven el món de la tipografia: la «Fundación Tipográfica Nacional» i la revista «*Grafía Hispana*».

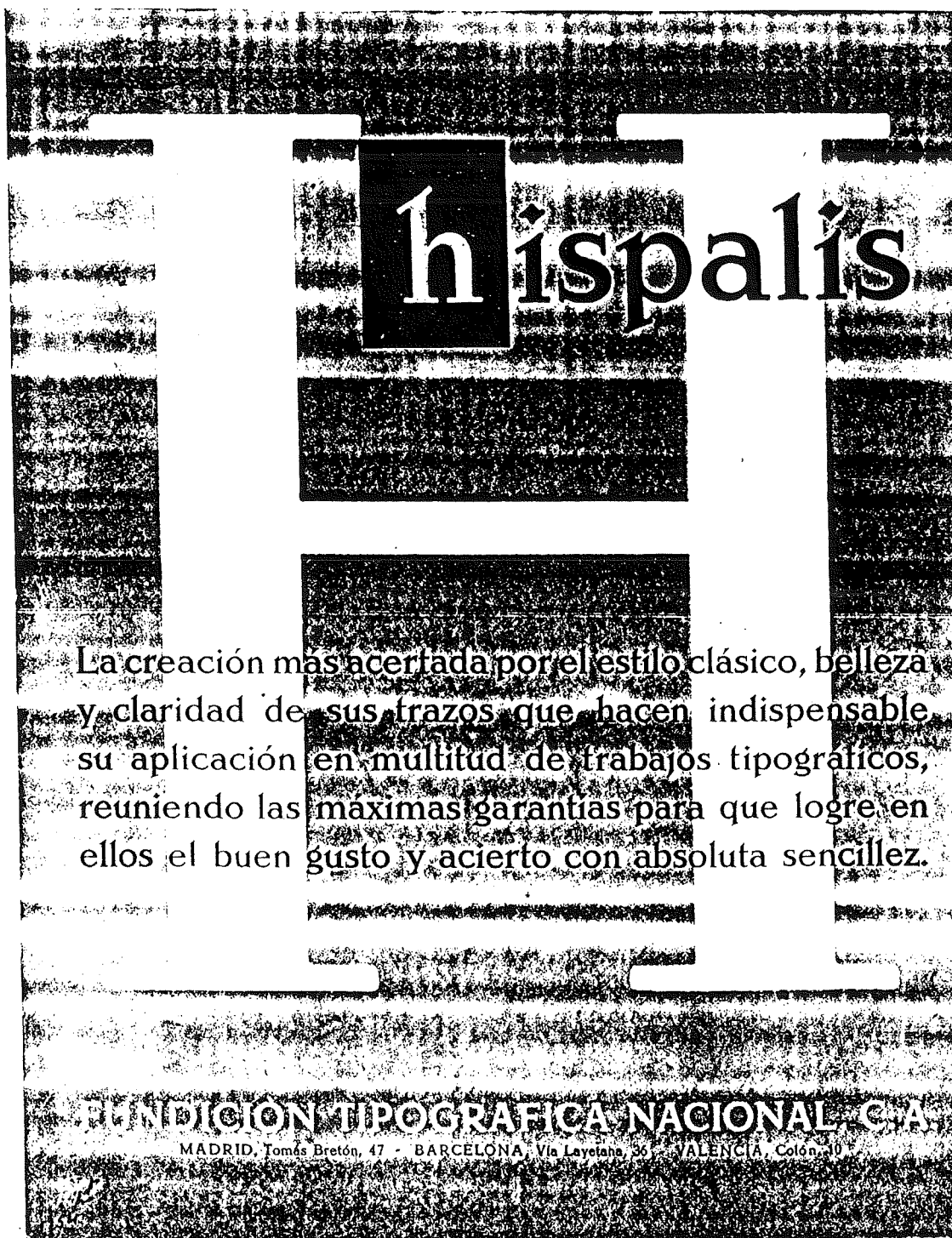


Fig. 5. Un dels primers exemplars del moviment «Renaixement de la Grafia Latina»: el model de caracters «Hispalis».

(Grafía Hispana, diciembre 1955)

La necessitat de renovar l'estil de les novetats llençades acaba per convèncer als responsables de la «Fundición Tipográfica Nacional», i des de l'any 1953 comencen a fondre's tipus d'impremta i sèries de vinyetes de «tradicció» hispana. Aquests alfabetes reflexaven la sensibilitat latina, en tots els aspectes, amb un esperit autòcton que reforça les tradicions oblidades d'harmonia i vivacitat mediterrànies, per tal d'oferir als impressors un material gràfic que podria permetre'ls d'expressar-se sense influències estranyes i/o forànies.

Crous-Vidal estava plantejant, amb els seus «arabescos», «ballet tipogràfic» i «alfabetes mediterranis» una autèntica revolució artística.

En una conferència que *Crous-Vidal* donava l'any 1950 al Col·legi Tècnic Estienne, va ser el primer en exposar la necessitat d'acabar amb les influències artístiques caduques i alienes a l'esperit latino. Les paraules de Crous-Vidal expressen alguns punts de la seua doctrina:

«En el domini del grafisme pur que ens ocupa avui, hem dormit ja massa en la conformitat de les fonts que no són latines. És evident que nosaltres mateix som els responsables de l'abandó actual de l'Art Gràfic, en profit malsà de les tendències estrangeres, mentre que de les nostres tradicions hem heretat valors universals que demanen a crits ésser reposats al seu lloc just.

«El clima físic espiritual de cada civilització dicta les seves pròpies normes, observades i respectades per cada poble, ja que han sigut adequades per a l'atmosfera del seu ambient. Seria ridícul voler adaptar a un clima determinat allò que s'ha fet per a un altre: és com si intentàrem fer un perfil grec amb un cap de negre»

En bona part dels països d'Europa, els treballs de *Crous-Vidal* eren considerats, als mitjans professionals, com una creació excepcional destinada a canviar la fisonomia gràfica de la dècada. Algun crític va qualificar el moviment de «vivificante evolución hacia el calor».

Identificat amb l'esperit i la tendència del moviment, *Carles Vilarnau* introdueix les produccions de *Crous-Vidal* a la «Fundició Tipogràfica Nacional», amb el llençament en el mercat espanyol de la «Fuga de arabescos», així com la sèrie del tipus «Ilerda».

(*vid. fig. 6*)

Els dissenys i les creacions de *Crous-Vidal* van obtenir una molt càlida acceptació per part dels tipògrafs espanyols. L'autor havia enllestit i traçat les línies bàsiques del moviment en una sèrie de fascicles publicats amb els títols: «*Doctrina y Acción*», «*Riqueza de la Grafía Latina*», «*Gracia y armonía de la Grafía Latina*», i sobretot en el desenvolupament dels seus alfabetes.

La tendència i característiques d'aquest moviment podríem resumir-les en els següents punts:

* Creació d'alfabetes que seran el reflexe de la sensibilitat llatina (gràcia, esperit, harmonia), en els quals la mà i el cor s'imposen sobre el compàs i el tira-línies.

* Introducció dels valors de la decoració tipogràfica en general, i de la vinyeta en particular.

* Desenvolupament del valor plàstic (tercera dimensió) i del moviment de la Lletra.

* Contribuir a l'edificació d'un nou vocabulari gràfic que permeta als nostres tipògrafs de crear un estil que es corresponga amb la nostra sensibilitat mediterrània, en tot allò que pot tindre d'universal i permanent.

Per aquestes particulars exigències, *Crous-Vidal* va ser batejat per un crític anglès com «l'enfant terrible de la graphie latine». El mateix autor resumeix així la seua postura i pretensions:



Fig. 6. Probablement el tipus «Ilerda» de Crous-Vidal és el màxim exponent de la revolució artística en el camp de la tipografia que aquest creador va introduir al minso panorama espanyol de l'època.

(Grafía Hispana, juny 1955)

«Tornar a encendre la flama de les nostres tradicions llatines deuria d' ésser el nostre objectiu a fi de passar la torxa a les noves generacions, ja que nosaltres en som els dipositaris. Haurem de transmetre-les amb noves aportacions; les nostres llapisseres podran així reprendre el vol en ballets de plànols i perfils.

«Obrem de tal manera que el nostre grafisme i la nostra tipografia recorden aquesta noblesa que els nostres avant-passats van aconseguir en les seves creacions impregnades d' elegant subtileza. Dels pobles que envolten el «mare nostrum» haurem de prendre la grandesa dels vestigis, i anar endavant sense oblidar el passat. El programa consisteix en renovar la «fisionomia tipogràfica» actual. Es tracta de treballar, no amb un objectiu efímer, sinó en la fe d' una professió que ens alenta des de fa segles l' esperit d' una gran civilització».

(vid. fig. 7)

Un règim dictatorial com el que imperava a l' espanya dels anys '50 no podia permetre d' expressar-se lliurement als creatius més novedosos. La diferència rau en que els censors llegien la lletra, però no la miraven, no sabien examinar-la estèticament com per adonar-se'n de la gran quantitat de canvis que estaven succeïnt a l' estètica d' aquells signes suposadament verbals.

Aquest joc del dibuixant anava parell als meritable esforços dels escriptors per poder dir les coses «entre-línies», d' exposar les idees d' una manera discreta, per tal d' evitar les represàlies dels temibles censors.

En aquest ordre de coses, el disseny de lletres està més emparentat amb el dibuix que amb els signes del llenguatge, ja que l' alteració i adequació de les formes, els espais i les intencions gràfiques determinen unes preocupacions estilístiques. És per això que les possibilitats creatives i expressives de la lletra van més enllà dels caràcters, i capaciten per a la interpretació d' un estil tant com la resta dels objectes amb un disseny propi.

Roncesvalles

Nuevo tipo
original creación
de sugestiva atracción
muy indicado
para trabajos cuidados de
revistas ilustradas,
publicitarias sociales,
técnicas,
comerciales y toda clase
de impresos de calidad.

FUNDICION TIPOGRAFICA NACIONAL, C. A.

Tomás Bretón, 47

Vía Layetana, 36

Calle Colón, 10

Fig. 7. La «Fundició Tipogràfica Nacional», alentada pel moviment de la «Grafia Latina», presenta el tipus «Roncesvalles».

(Grafia Hispana, gener 1956)

(vid. fig. 8)

A la forma de les lletres podem afegir tot un conjunt d'elements plàstics que enriquiran el material tipogràfic. Començant pels signes de puntuació, interrogació, exclamació, parèntesi, ... Tots aquells recursos gràfics que permeten una lectura «oral» (basada en l'expressió parlada del llenguatge) i que acompanyen a la lletra en l'escriptura. Igualment tots els tipus de xifres i signes que no són lletres pròpiament.

Molt característic de l'estètica tipogràfica dels anys '50 és l'aparició del «paper criptotramat», una primera versió del que ara coneixem com trames adhesives. Aquest element tindrà, en la composició dels espais, una gran relació amb la implantació de models abstractes en anuncis i decoració de pàgina. També simplificava el procés de tramament de qualsevol rètol.

Fins aleshores, per aconseguir els grisats mecànics era necessari recórrer a les tisores i la goma, amb retalls i muntatges posteriors. El material en qüestió permetia traslladar aquesta trama, des d'unes fulles de paper amb una retícula impresa, i passar-les al dibuix mitjançant un líquid especial que actuava com a revelador.

Aquestes fulles es van comercialitzar a Espanya amb el nom de "Criptotramas", i les fabricava «Revelex».

(vid. figs. 9 i 10)

El tramament li va servir a *Crous-Vidal* en nombroses composicions. Justament a les portades de la revista **Grafía Hispana** apareixen als quatre extrems uns «arabescos» (tal i com ell els denominava) que han sigut resolts amb dos models de trama, una de punts i l'altra de línia, formant la figura d'un cercle. Tot i haver existit des de sempre la possibilitat d'aconseguir les games de grisos a base de retícules tramades a mà, la novetat i eficàcia del nou sistema anima als grafistes que es llencen a l'ús quasi indiscriminat de la trama.

EL FARO

MARY

LUISA

wascolite

Acusti-lum

milán

Fig. 8. Maneres diferents i antagòniques de presentar les lletres i les paraules. El text imprès pot significar idees completament oposades en funció de l'aspecte extern. Cada època genera uns models característics.

-CUSA RAMOS, Juan de (1960), op cit., pàg. 1083-

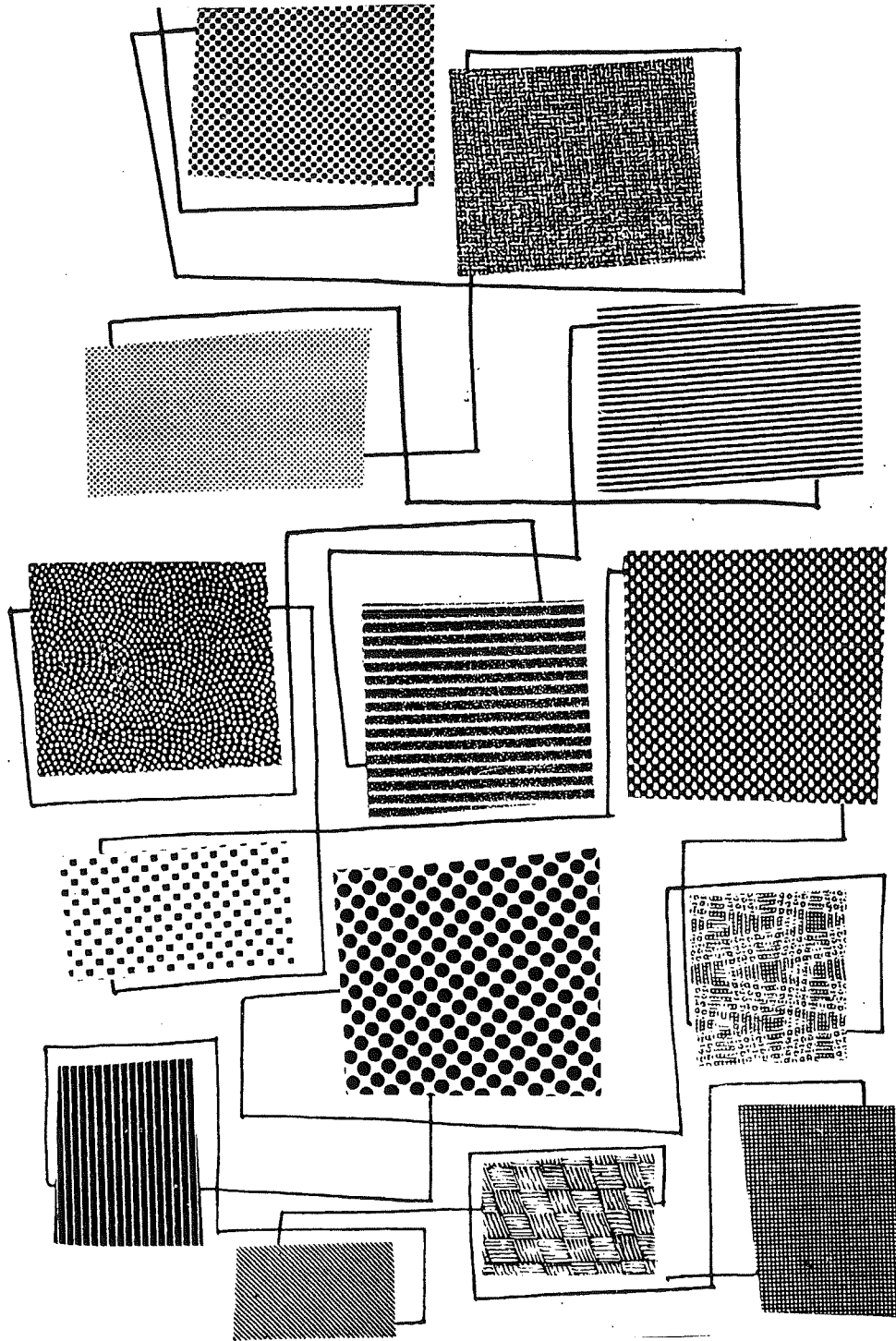
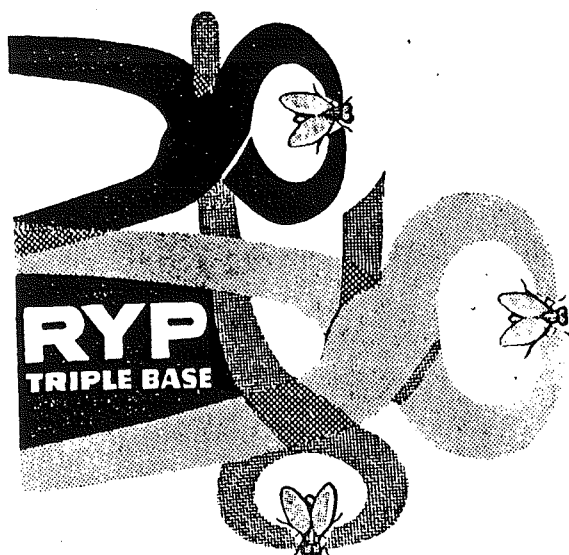
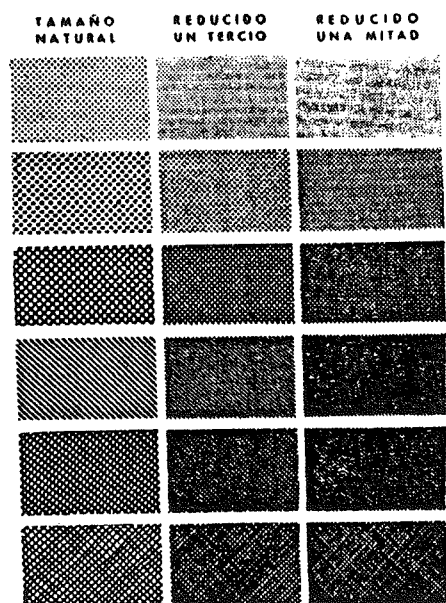


Fig. 9. Trames mecàniques utilitzades pels impressors dels anys '50. Atenció a la tercera inferior, ja que està molt pròxima a la idea de l'alfabet «Flash» de Crous-Vidal.

-CUSA RAMOS, Juan de (1960), op. cit., pàg. 288-



"atrapa las moscas"
 BASTA CON DISOLVERLO EN ½ LITRO DE AGUA

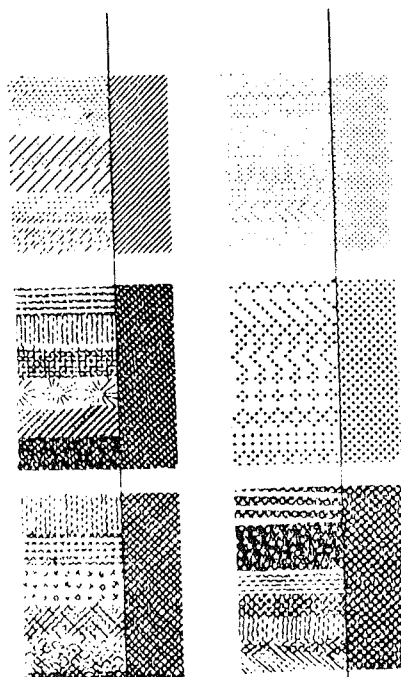


Fig. 10. Densitats de grisos i exemples d'utilització de l'avant-passat més immediat del Letrasset: el paper «Criptotramat», que es distribuïa amb un líquid revelador.
 -CUSA RAMOS, Juan de (1960), op. cit., pàgs. 314/315-

(*vid. fig. 11*)

L'estil de l'època es podia captar en la utilització i el profit que se li extreia a les novetats tècniques, molt elementals per als nostres ulls de les darreries del segle. Els dibuixants i retolistes procuraven captar en l'ambient de llur art tot allò que tendís a enriquir les vinyetes, donant-li així un aire de contemporaneïtat, fullejant periòdics i revistes, atents a qualsevol novetat d'estil. S'hi necessitava, per aconseguir aquesta actualització idònia del material, no sols haver adquirit els coneixements necessaris, sinó sobretot deixar volar la fantasia i desenvolupar la creativitat.

Pel que fa als rètols de lletres, després d'haver dominat durant molts anys la confecció «artesana» com a procediment utilitzat per expressar gràficament la paraula, a les acaballes dels '50 comença a generalitzar-se la impressió de rètols mitjançant els tipus d'impremta. Tenint en compte el temps que un dibuixant invertia en retolar un espai de lletres, el factor temps/treball resultava decisiu per elegir el rètol a impremta, ja que els tipus de caixa permetien així mateix un acabat més perfecte.

Existia en aquell temps de dibuixants manuals un grup que s'auto-denominava «especialistes en lletres», els quals imposen la moda d'evitar els seguiments rectilinis dels marges superior i inferior al text, distorsionant els eixos de simetria d'aquest. La distorsió dels eixos de simetria i els límits d'altura provoca una major força visual, conté un gran poder retentiu que atreu al lector i també aconsegueix originals resultats.

(*vid. fig. 12*)

Un altre efecte que s'introdueix als rètols consisteix en passar per la part interna de les lletres un filet, una línia de contrast. Aquest joc de contrastes podia usar-se solament en caràcters de pal, aconseguint curiosos textos de factura moderna.



Fig. 11. Portada de la «Revista técnica de artes gráficas y publicidad al servicio del impresor», amb uns arabescos dissenyats per Crous-Vidal.

En la fotografia, Arias Salgado y Ruiz Giménez, ministres d'Informació i Educació respectivament.

-Grafía Hispana, juny de 1955-

CAVALL FORT



Fig. 12. Els grafistes d'aquesta portada de la revista catalana infantil Cavall Fort decideixen jugar amb el text, adequant-lo al tema i la disposició del dibuix. Aquesta línia de trencament dels eixos va ser imposada pels «dibuixants retolistes».

Dins de les famílies dels tipus de lletra «de bastó», «de pinzell» o «americà», els quals eren executats manualment, s'introdueix la varietat de modificar la grossària.

Amb tot, la novetat més característica dels '50 radica en els alfabets de fantasia. Suggerixen determinats estats d'ànim i recorren al simbolisme, creant tipus de lletra relacionats amb el concepte que s'enuncia al text. Un dels recursos més utilitzats consistia en escovillar les lletres, deixant-les mig acabades, ambientant així el tema en qüestió, i forçant al mateix temps la retentiva del lector, que hi troba un bon argument plàstic per recordar-se'n del text.

(vid fig. 13)

Després d'haver repassat algunes de les novetats en el disseny de les lletres per a publicitat i capçaleres de secció més característics dels '50, caldria apuntar que les fantasies van ser 'moneda freqüent' per als tipògrafs i componedors, però sempre respectant les paraules senceres amb un mateix model. Mai no es van arribar a juntar diferents estils en una mateixa paraula. No esdevenia necessari que les lletres dibuixades pel retolista foren iguals a cap altre model, però s'havia de conservar idèntic l'estil de les lletres que intervenien en un mateix mot. Aquest 'respecte' al mot sencer ha perdurat pràcticament fins als nostres dies, i les mostres de transgressió d'aquesta convenció no ens aporten cap idea suggerent.



Fig. 13. Exemples dels novedosos models comentats: els dos primers corresponen als de «filet intern», els tres següents a lletres «de bastó», i el darrer al tipus escovillat dels alfabets de fantasia.

II.d.

L'aspecte formal i la incidència social dels models tipogràfics.

Hispana és el nom amb el qual coneixem al moviment de la renovació de la Grafia Llatina afincat en la península. I un dels tipus més reeixits d'aquesta vessant ibèrica de la tipografia mediterrània va ser el caracter denominat «Hispalis». Un caracter de lletra inspirat en l'alegria mediterrània de la ciutat de Sevilla, net i esvelt, amb uns delicadíssims rasgos que descriuen de manera subtil l'acabament dels amplis ulls de cada figura.

(vid. fig. 1)

En la secció «Actualidad Profesional», pàg. 458 del nº 147 (Setembre de 1956) de la revista madrilenya **Gráficas** llegim el següent comentari que l'autor titula «Original prospecto sobre 'bellezas de la caligrafía'»:

«Se trata de un prospecto editado por «Fundación Tipográfica Nacional» para presentar algunas de sus series de inspiración caligráfica: «Imperio», «Victoriana», «Luscinda», «Belinda», «Iniciales Electra».

Caracterizan a estas familias los siguientes detalles: «Imperio», en ella se evita el problema de las uniones por la articulación de sus trazos nerviosos y sensibles acentuando el carácter espontáneo propio de una escritura manuscrita; «Victoriana» es una versión a la tipografía de la escritura caligráfica; «Luscinda», inspirada en la preocupación por la gracia serena, circunspecta y clara de la letra redondilla francesa, muy empleada en el siglo pasado; «Belinda», menos preocupada por la severidad, muy en consonancia con



El tipo moderno
más graciosamente
hispanico

H I S P A L I S

La letra Hispalis en sus diferentes variaciones traduce en rasgos modernos la afinada sensibilidad de los trazos elegantes y equilibrados de la letra mozárabe hispalense.

H I S P A L I S

Las formas esbeltas de esta letra adquieren en la Hispalis Negra una proporción más robusta, una expresión más grávida y un valor arquitectónico propio.

H I S P A L I S

Combina la equilibrada arquitectura de la redonda con la gracia del trazo manuscrito inclinado. Es una sonrisa italiana en el conjunto hispanico de la letra Hispalis.

H I S P A L I S

LA SIGNIFICACIÓN PLÁSTICA QUE LAS TITULARES ADQUIEREN EN TIPOGRAFÍA, HAN ORIGINADO LA CREACIÓN DE LA HISPALIS TITULAR.

H I S P A L I S

ESPECIALMENTE CONCEBIDA PARA OBTENER LA SENSACIÓN GLOBAL DE LOS TÍTULOS COMO BLOQUES COMPACTOS, BIEN TRABADOS.

FUNDICION TIPOGRAFICA NACIONAL, C. A.

MADRID
Tomás Bretón, 47
Tel. 27 01 52

BARCELONA
Via Layetana, 36
Tels. 22 31 94-31'39 43

VALENCIA
Colón, 10
Tel. 51460

Fig. 1. La «Fundición Tipográfica Nacional» va llençar un bon nombre de models d'alfabets dissenyats per grafistes espanyols abans de desaparèixer a les darreries dels anys '50, passant a formar part de la multinacional alemanya Hartmann.

(Gráficas nº 135, set. 1955)

el espíritu postromántico reflejando una época que llevaba ya en su seno el movimiento modernista finisecular. En las «Iniciales Electra» la idea de letra pierde aquí toda noción de cuerpo para transformarse en un puro juego de espacio y línea: el arabesco ávido de la libertad de los rasgos ingleses.

El prospecto se ofrece con exquisita delicadeza de concepto, constituyendo un valioso documento para todos los amantes de la tipografía.»

Al mateix número de l'esmentada revista **Gráficas** trobem un altre interessant document relacionat directament amb la nostra recerca:

«Crous Vidal, el artista español cuyas felices creaciones han enriquecido tanto la tipografía internacional, muestra en el folleto de la «Fonderie Typographique Française» un nuevo camino, el del relieve y movimiento por el grafismo puro.

«Flash», carácter de tres dimensiones, vive en su interior: destinado a títulos, las luces que le atraviesan le proporcionan esa luz que un carácter macizo no podría soportar rindiendo una materia gráfica en estado puro. De Crous Vidal se ha dicho que sus arabescos han liberado una tipografía dominada por la escuadra y el pincel, el «Flash», mensaje de choque y apelación, lleva al impreso la exuberancia de una decoración atemperada por el clasicismo de su corte.»

Tal i com testimonien els susdits paràgrafs, l'afecció dels tipògrafs a les creacions belles i novedoses (en part pressionats pels clients exigents) promou en el sector un desig incessant de renovació.

El material gràfic imprès s'ha convertit en un element quotidià i representatiu de la nostra vida. Tanmateix, l'estudi i l'anàlisi dels principis que configuren la seua realització són factors apassionants, els quals ens fan comprendre que algunes persones particularment

sensibles s'entusiasmen amb els impresos, familiaritzant-se a poc a poc amb els mètodes de reproducció i les lleis estètiques que els fundamenten.

Escrivia *Alberto Plumettaz* al nº 149-150 (Nov.-Des. 1956) de la revista **Gràficas**:

«Por la música, por la pintura y por la escultura pueden traducirse sensaciones íntimas; con la ayuda de un arte auténtico pueden interpretarse unas esperanzas, unas dudas, unas ambiciones, y comunicar a los profanos la sensación de lo divino, de lo inmortal y de lo perfecto. Sería pues, pretencioso conceder las mismas posibilidades a las obras gráficas y en particular a la tipografía. Pero no es menos cierto también que ésta es una forma perfecta y la más generalizada para la reproducción de las ideas».

El tipògraf, tal i com fa el dibuixant il·lustrador d'un text, s'inspira en el text per arribar a la concordança perfecta entre l'esperit de les idees d'allò escrit i la forma d'interpretar-ho visualment. L'encarregat de compondre i dissenyar una revista (el «graphic designer») té al seu càrrec, a més del text -que normalment no és abundant- i les imatges fotogràfiques, l'obligació de convèncer al públic-lector mitjançant un espai concret, aprofitant al màxim les dimensions estipulades. Aquest és un discurs gràfic meritori, ja que el factor estètic és forçosament mediatitzat pels factors econòmics. Sense pretendre definir la tipografia i les solucions gràfiques com una forma absoluta de realització artística, sí almenys cal dotar-la d'un meritori valor plàstic de caire artístic, ja que ens procura una legibilitat i claredat compositiva per al material etern de la comunicació humana: les lletres de l'alfabet.

De tots els caràcters fosos, aquells que més ràpidament passen de moda són els d'escriptura tipografiada, ja que és pròpia d'una època, de manera anàloga al dibuixant i a l'il·lustrador.

La forma de les lletres adquireix valor d'iconus representatiu. A cada època i en cada lloc correspon un model escaient.

(vid. fig. 2)

Passem a continuació a comentar el panorama internacional dels anys '50, tot seguint la referència d'unes xerrades que *Louis Ferrand* va donar a Caen, amb motiu d'unes jornades que la Fonderie Typographique Française organitzava en aquesta ciutat als inicis de 1956, un moment de revitalització per a les diferents «escoles gràfiques» d'arreu del món.

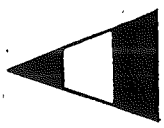
Quan va aparèixer el «CinemaScope» se li va preguntar a *Cocteau* quin progrés tècnic podia aportar aquest nou sistema al cinema: «És -va contestar ell- una gran pàgina en blanc que permetrà escriure una obra magistral». Potser l'exemple de *Cocteau* ens serviria per aplicar la frase a la novetat que suposava la màquina de fotocomposició (dita en aquells moments «foto-elèctrica»), ja que els avanços tècnics, en tot cas, serviran per millorar, però mai per canviar el sentit de la pàgina impresa. En realitat es tractava d'un medi nou a l'abast d'aquells que volguessin utilitzar-lo.

Com que tot és obra del pensament, res no déu de creure's inamovible. En tipografia, com en la resta de les coses, cal enriquir permanentment el coneixement. Resulta imprescindible l'estudi de les fonts necessàries per a la seua comprensió visual i sensible, tant en la vessant gràfica com en la cruïlla de significats inherents als models tipogràfics.

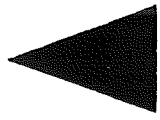
En França hi estaven de moda els anuncis «descentrats» i els affiches de Savignac. S'esperava la pròxima revolució tipogràfica de la Grafia Llatina, mentre no cessava la creació de caracters, destinats majorment a la publicitat. Existien poques realitzacions específicament franceses, ja que la majoria provenien d'estrangers afincats a París. Domina, per la proximitat, l'esnobisme de Suïssa, en forma de «graficks». Després de la tipografia «aldina» arriben els «habillages», i tot seguit un cocktail de caracters Dadà, per acabar amb les línies «décalés».

Després de les 22 sèries de Cheltenham, el Cochin (que *Dior* utilitzava en exclusiva per a la seua publicitat), la Europa i el Peignot-Cassandre.

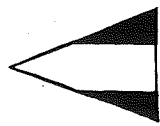
Gloriosa afirmación



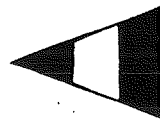
SI en italiano,



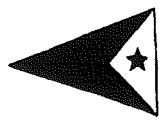
Sim portugués.



Ja en alemán,



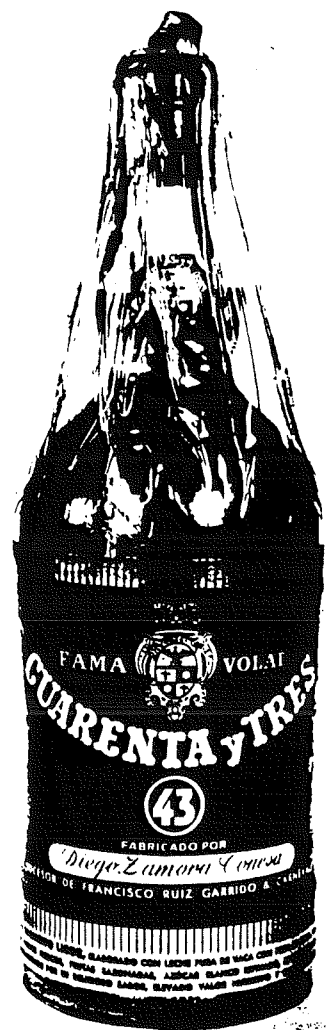
Oui es en francés.



JES esperanto



Yes en inglés.



SI al LICOR



EL MEJOR LICOR DE TODOS LOS TIEMPOS

El domingo, a las 22:30, podrá escuchar el ameno PROGRAMA 43 con la voz de Roberto, desde RADIO BARCELONA; y el próximo martes, día 29, a la misma hora, el popular programa LA CARAYAMA DEL BUEN HUMOR que los ofrece el locutor Señor Soriano, a través de las emisoras RADIO ESPAÑA DE BARCELONA, de GERONA, TARRAGONA, LERIDA y MANRESA. Sintonice y podrá ganar muchos premios y regalos

Fig. 2. Podem observar en aquest anunci la vessant identificativa dels caracters amb les corresponents nacionalitats: lletra gòtica per als alemanys, cal·ligràfica per als anglesos, ornamentada per als italians,...

(Destino, nº 855, 26-XII-1953)

El mític 1957 apareixeran la Méridian i la Univers, models creats per *Adrian Frutiger* per a la foneria parisina Deberny et Peignot.

Entre els artistes tipògrafs ja destacava amb llum pròpia *Marcel Jacno*, el qual havia begut de les fonts modernistes per oferir el seu Scribe i el Jacno. El mateix Excoffon desvela els dos pols moderns de l'escriptura tipografiada amb el Banco i el Mistral.

Mentre el Banco es convertia en signe i símbol, accentuat pel moviment de la seua geometria, el Mistral s'inspirava en l'escriptura de l'home accelerat coetani.

Si existia un caracter intocable, consagrat i sagrat a França, era precisament el Garamond, privilegi de la Impremta Nacional (per al Garamond del Rei) i de les foneries Deberny et Peignot. *Ganeau* va acceptar el repte de transformar-lo convertint-lo en Vendome, modernitzat, amb nova sang, amb més utilitats.

Degut al seu exili voluntari, *Crous-Vidal* ha sigut considerat durant molts anys un artista francès, ja que va adquirir fama i renom entre els ambients de tipògrafs, impressors i dissenyadors gràfics, sobretot amb el seu ballet tipogràfic Parade, que realitza centenars de figures en moviment a partir de quatre signes bàsics. La seva Fuga d'Arabescos ens recorda, tot a un temps, els traços de la ploma, el vol i el plomatge d'un ocell. Però va ser sobretot a partir de la impressió de les inicials París i la creació de la Nova Escola Gràfica quan va ser considerat un dels grans tipògrafs del segle.

Un altre català afincat a París, *Joan Trochut Blanchard*, amb la seua escriptura Muriel, de tarannà femení, instaura una suggerent línia clara entre els grafistes de l'època.

Nombrosos països s'imposen a França, que havia detentat la capitalitat del disseny tipogràfic durant llargues dècades. L'art gràfic francès havia estat influït des de l'any 1900 pels gravats japonesos. Els plànols geomètrics cediran el pas als caracters traçats a pinzell i que produeixen l'efecte «pochoir», típicament japonés. Aquest moviment orientalitzant alcança relativament a la tipografia, i seran sobretot els editors *Coquemer* i *Tolmer* els qui recorren al grafisme de xoc, amb els plànols i les taques roges i negres. Composicions descalces, cruïlles de línies perpendiculars i oblíquies, divisió lineal de la pàgina (tan usada

pels japonesos) que acaben per desllavassar la fantasia amb els excessos. De tota manera, a les revistes il·lustrades i la premsa en general, l'artista maquetador va suplantant progressivament al tipògraf.

Bertrand Guégan, que treballava per a la francesa Edicions de la Sirena, va buidar els vells fons de les caixes d'impremta, no utilitzats pels nostres tipògrafs, per compondre amb «antigues» i «italianes» les seves cobertes i el seu text.

Al Japó trobarem obres de fe i d'esperit, negacions i enfrontament radical amb el regle, l'esquadra i el compàs. Sota aquesta influència japonesa, les línies es convertiran en filets, el blanc del paper s'animarà, formant colors i laberints al voltant del text, a base de formes abstractes. Les superfícies es sub-dividiran, organitzant-se, i la composició axial tradicional s'abandonarà com a estil tradicional. Els grafistes japonesos són vertaders científics i poetes tot a un temps. La puresa del seu art no pot confondre's, en la seua geometria, amb l'aridesa. Un simple «filet» fa viure a la pàgina, l'anima i li dona un sentit determinat. Transplantada als caràcters d'impremta, la grafia japonesa és el «vademecum» dels grafistes del món sencer.

L'Alemanya dels anys '50 assimila, al seu compte i temptativa, la lliçó de la grafia japonesa, amb purisme lineal i sensible òptica. Els grafistes alemanys havien alcançat ja una gran perfecció en la creació de marques industrials, inspirades en blasons i escuts. L'òptica japonesa desproveïda de sequedat ens la trobarem a tots els llocs. Si durant l'època de *Hitler* el poder havia imposat els caràcters gòtics per identificar-los com a nacionals, també va fer servir símbols (la creu gamada, la svàstika) que ja eren utilitzats des de feia molts segles a les realitzacions gràfiques japoneses.

El gran moviment que dominava encara la tipografia moderna als anys '50, sense haver sigut tipògrafs els seus representants, era el «Dada». Nascut a Zurich l'any 1916, al cabaret «Voltaire», i batejat per *Tristan Tzara*. «Dada» pretenia destruir l'art i la literatura

convencionals, i va adoptar subversivament el cubisme, el futurisme i la música negra, com a patrons que més molestaven en aquells inicis de segle (després rebutjaria aquests moviments). Va utilitzar així mateix, en la confusió, el medi anarquista i revolucionari de Zurich.

La primera publicació **Dada**, impresa per *Henberger*, agrupava els noms d'*Apollinaire*, *Helsenbeck*, *Kandinsky*, *Cendras*, *Man Ray* i *Marcel Duchamp*.

A partir del **Dada** n^o 3 es manifesta aquesta voluntat de lluita contra les lleis de l'art i del gust. L'antologia **Dada** presenta una tipografia on l'elecció de caràcters i de cossos, així com la composició oblíqua, expressen una voluntat sistemàtica de desordre i anarquia. Els posteriors creadors gràfics hi van trobar un gran ensenyament, i es van establir canons per crear, paradoxalment, una nova moda de l'ordre i del bon gust que **Dada** hauria volgut destruir.

Tal i com va expressar molt encertadament *Georges Hugnet*: «*el surrealisme serà a Dada el mateix que el comunisme a l'anarquisme*».

On més intensament es va expressar Dada va ser als impresos, a la publicitat, als affiches, als programes, a les revistes del moviment, autèntics manifestos de la plàstica que més intervindrà en la revolució gràfica del segle XX.

Durant les revoltes comunistes de 1918 apareixia **Der Dada**, on el desordre voluntari de la coberta, els diferents caràcters, les vinyetes de diccionari, van fer escola. El deliri tipogràfic de **Dada** arriba al màxim: un cocktail de caràcters on l'antiga, la italiana i les inicials grans dominen, amb els enllosats, amb vinyetes de diccionari, dits indicadors i signes tipogràfics animant les pàgines amb filets.

El grafisme japonès i després Dada van provocar, a les primeres dècades del segle, un xoc alliberador, creant un estil que s'afirmaria després en l'estètica de ruptura de la dècada de trencament. El canvi de les tradicions i l'aparició de l'art abstracte permetran arribar a la dècada dels anys '50 amb un bagatge replet d'interessants aportacions a la gràfica, en

una època efervescent, de consum i d'abundància arreu del món. Mentrestant, a Espanya arribaven aqueixes meravelloses revistes dels països avançats, i els dissenyadors i tipògrafs es tornaven bojós intentant modernitzar uns esquemes encorsetats per la censura i les estretors econòmiques.

(vid. fig. 3)

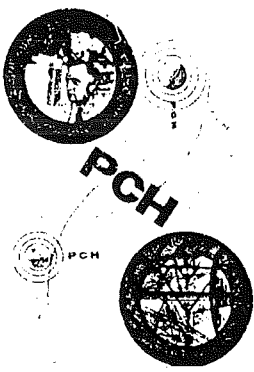
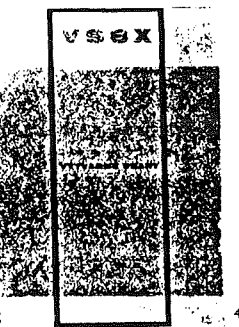
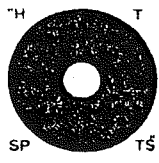
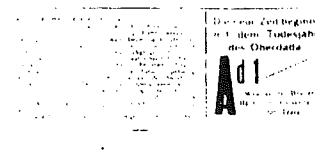
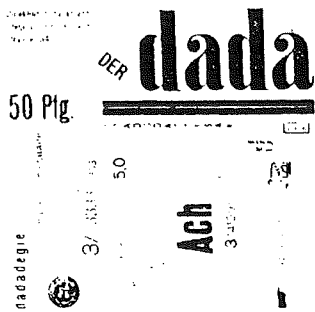
Des del seu mateix naixement, a l'art abstracte, se l'havia acusat d'estar massa lligat a la decoració, els «affiche» i els catàlegs publicitaris: materials impresos en definitiva, motiu suficient per desestimar una proposta artística...

L'arribada de les composicions constructivistes de Piet Mondrian, les superfícies serenes, els ritmes perpendiculars, l'harmonia dels plànols rectangulars, els tons purs, la pluralitat de les línies rectes, i un munt de característiques faran que les composicions abstractes rememoren l'obra dels artistes japonesos del segle XVI, i el meravellós punt de partida on comença la tipografia com un art.

Theo van Doesburg optà per les diagonals, mentre que Hans Arp jugava amb les corbes. La influència d'aquests artistes va ser decisiva per revolucionar tota l'arquitectura, renovant inicialment l'holandesa i després a la resta d'Europa. I ja hem apuntat anteriorment que els moviments arquitectònics van íntimament lligats a les corrents estilístiques de la tipografia.

La influència de l'art oriental es fa sentir des dels inicis del segle, i un dels artistes i pedagogs que més patentitza aquest influx serà Paul Klee.

A partir dels anys 20 s'introdueix la tendència denominada «La Nouvelle Typographie», amb les creacions dels artistes gràfics de Londres, Zurich, Munic, La Haia, Praga i Moscou. La fotografia, el fotograma i el fotomuntatge s'inscriuen en la tendència dels



ALEMANIA 1919 - 1930

Alemania (1) Cubierta de la Revista «Der DADA» Berlín 1919. Observamos su decisión «libre»: «filetes de líneas japonesas» sus iniciales de gruesa antigüedad, sus «viretas» y sus oblicuas. La «Nouvelle Typographique» (1919-1930) extiende esta tendencia con el apoyo del arte abstracto. Piet Mondrian de La Haya (?) con sus círculos tipográficos (?) y científicos (3); Karol Teige de Praga: filete vertical de apoyo (3) utilizado en la tipografía actual, perpendicular de los Japoneses y de Piet Mondrian (4); a plano descalzo (6) Grafismo en forma de hoz, del ruso Ilmann (8) 1919-1930.

Fig. 3. Gràcies a les vanguardies tipogràfiques de la primera meitat del segle, els grafistes dels anys '50 ens sorprenen amb un bagatge ben assimilat. En la il·lustració, exemples de Dada, i sobretot filets verticals de recolzament, molt utilitzats a la dècada de trencament.

(Grafia Hispana, maig 1955)

rectangles abstractes sobre la pàgina impresa. Les línies de composició perpendicular recolzaran el text en les següents parts descalces així com en l'antiga. Començava a dominar el caràcter de màquina d'escriure.

(*vid. fig. 4*)

Totes les sub-divisions de l'espai pàgina comencen a ser vàlides, tant si són serenes com agitades, ja que la forma estarà al servei d'una finalitat estètica. Els pintors abstractes comencen a fer tipografies (els «Quaderns de Tipografia» daten de 1925), però tot havia començat realment amb els impresos dada.

Les foneries alemanyes desenvolupen, al període d'entre-guerres, una fabulosa tendència tipogràfica internacional. Noms d'autors-fonedors com els *Bauer, Stempel, Ludwig i Mayer, Berthold*, comencen a reflexar l'esperit germànic modern amb els caràcters «Futura», «Beton», «Weiss», «Grotesk», «Bodoni», «Memphis», «Tempo», «Welt Antigua», «Ariston», «Quick», etc. Introduiran igualment sumptuoses «plaquettes», on trobem les darreres tendències gràfiques (Japó, Dada, Art Abstracte, Nouvelle Typographie) que serviran d'exemple a professionals d'arreu del món.

La vessant alemanya denominada «Deutscher Werbund», promoguda per *Walter Gropius*, demostra un gran esperit d'organització entre els creadors de formes i l'evolució tècnica i social. L'any 1926, *Herbert Bayer* introdueix el primer alfabet sense distinció entre majúscules i minúscules, adelantant-se onze anys al més conegut «Peignot-Cassandre», també unificador de les dues possibilitats de tamany de lletra.

(*vid. fig. 5*)

El període d'entre-guerres i la persecució dels artistes alemanys va beneficiar molt especialment a Suïssa. La tipografia helvètica s'expressa sota la doble influència japonesa



Rambla de Catalunya, 7 - Teléfono 31.26 07 - BARCELONA

Fig. 4. Ja des del naixement de la «Nouvelle Typographie» als anys 20 es feia patent la importància que adquireix el caracter de lletra de la màquina d' escriure. Als anys ' 50, la marca «Olivetti» inunda els mercats internacionals amb idees italianes de disseny i tecnologia.

(Destino, nº 974, 7-IV-1956)

i abstracta, amb les «perpendiculars», els «descalçats» de línies, blancs nobles i generosos partits amb filets, la lliure divisió de la pàgina, l'òptica centrada del guarisme, la svàstika japonesa amb els negres i rojos poderosos,... A la revista gràfica **Gebrausgraphik** s'uneix la revista suïssa **Graphis**, adquirint la màxima qualitat tècnica i creativa sota la direcció de *Charles Peignot i Bertrand Guégan*.

Els «viatges en zig-zag» de *Topffer* exporten més enllà de les muntanyes alpines la tipografia suïssa, i degut a la difusió de la publicitat i als artistes que l'han estesa, s'ha convertit en model universal.

Després del moviment Dada, creat a Zuric per un alemany i estès després a Berlin i París, l'art gràfic helvètic alcançava el més alt escalafó gràcies a les seues acadèmies (encara prestigioses actualment), i sobretot pels seus mètodes d'ensenyament i de treball imposats en les cases del gràfista, de l'editor i de l'impressor. A les darreries dels anys 30 apareixien els impressionants alfabetes, grafies i tipografies dels artistes *Imbre Reiner i Hans Erni*.

Imbre Reiner extreu amb intel·ligència, dels mitjans d'expressió primitius i moderns, una escriptura característica que dotarà d'actualitat les seues creacions. Inicials inspirades en els sacramentals del s. VIII, gòtiques, elzeverianes, cal·ligrafies de rics meandres, pictografies dels indis amazònics, traços de *Cocteau, Matisse, Picasso, Steinberg*. En totes les creacions de *Reiner*, des del caracter «Matura», l'expressió directa de la mà s'afirma sobre el paper.

Hans Erni és més «surrealista», i resulta interessant sobretot per les composicions abstractes, a mitjan camí entre les matemàtiques i la tipografia.

La tipografia suïssa dels anys '50 utilitza tota la gamma de tipus, així com l'«Antiga», a vegades procedent dels caracters «Didot» i «Bodoni» (recordem que *Maximilian Vox* classificava aquests tipus sota la marca combinada «Didonis»). Les grans inicials antigues formen igualment una geometria colorejada en la qual s'inscriuen tipus de cos menut, deixant jugar al blanc del paper en grans espais, o la superfície del color tallada per 'filets' primis.

País de rellotgers, Suïssa transforma el deliri tipogràfic en impresos de precisió. Només cal remetre's a la bandera: el pur grafisme d'una creu blanca sobre un contrastat fons roig.

Els cal·ligrames i versos figuratius tornen a estar de moda als impresos dels anys de trencament. Art abstracte, simbolisme, esoterisme, advenen a tipografies rigoroses i útils. Marques publicitàries, imatge, exposicions, condicionants econòmics, afirmen i desenvolupen la importància decorativa de la lletra sobre formes i grafismes nous. La majoria dels artistes s'esforcen per treballar «a la suïssa», factor que pillarà desprevinguts als espanyols que continuaven residint a la península després de la guerra civil. Hauríem d'excloure als catalans *Giralt-Miracle* i *Cirici Pellicer*, dels quals parlarem en posteriors capítols.

(*vid. fig. 6*)

Pel que fa a Itàlia, en la dècada de trencament també s'evidencia una tendència en la tipografia que rememora el grafisme japonès.

Si *Gina Lollobrigida* havia nodrit el cinema italià amb l'estètica tri-dimensional, *Raymond Loewy* s'havia inspirat en la finor de les línies de les carrosseries italianes per crear la «Studebaker». Això podria considerar-se una aportació llatina a Amèrica, mediatitzada per un estilista industrial nascut a França.

Als anys '50, i en tots els dominis de la creació, Itàlia constitueix un destacat exemple. Al mimetisme estàtic d'una tipografia tradicional, li succeeix el dinamisme europeu d'una nova estètica.

El país que havia vist nèixer a *Luca Pacioli*, autor d'una teoria perfecta sobre la construcció de l'alfabet, i als creadors d'un passat gràfic i tipogràfic de primer ordre (el nom de *Giovanni Battista Bodoni* és clau) també s'havia deixat seduir per la novetat de la tendència universal japonesa en quant a la composició dels espais de la pàgina.

(*vid. fig. 7*)

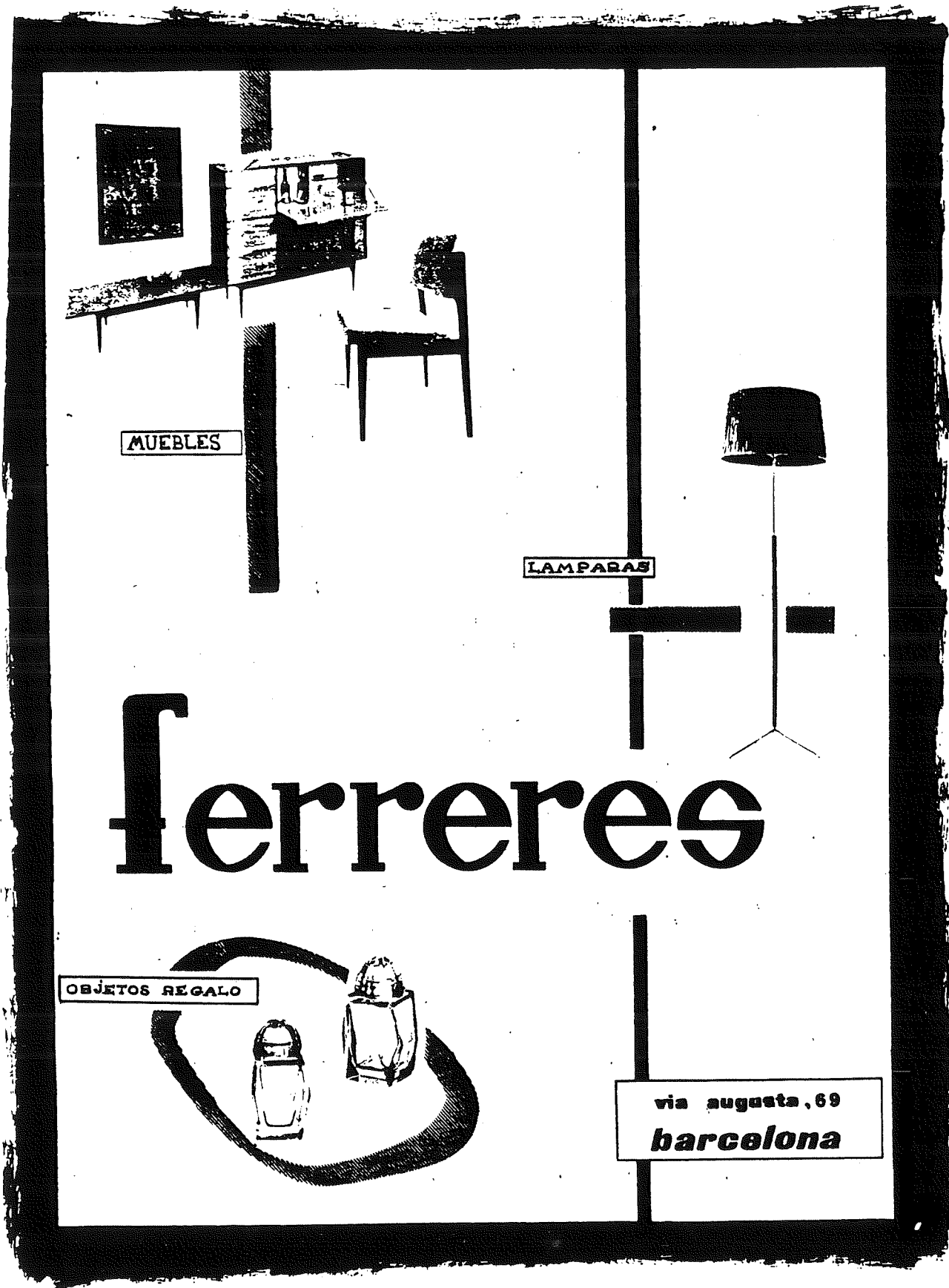


Fig. 6. Disseny de pàgina publicitària intentant imitar les novedoses composicions procedents de centre-europa. Observeu la curiosa introducció del text manuscrit.

(Destino nº 1141, 20-VI-1959)

NUOVO DIZIONARIO SPAGNOLO-ITALIANO

di LUCIO AMBRUZZI

Seconda edizione riveduta e aumentata.

- 1^a Parte: SPAGNOLO - ITALIANO
Vol. in 8^o, rilegato, pp. 1005 L. 3000
- 2^a Parte: ITALIANO - SPAGNOLO
Vol. in 8^o, rilegato, pp. 1309 L. 3300

Il Prof. BENVENUTO TERRACINI dell'Università di Torino mette in luce le caratteristiche di questo dizionario affermando che « il complesso lessicale spagnolo gli si presenta anzitutto nella varietà di elementi e di accezioni che deriva da ciò che potremmo chiamare il regionalismo metropolitano e coloniale dello spagnolo. Poiché così va risolvendosi nella coscienza linguistica del portatore dell'idioma ispanico, dall'una e dall'altra sponda dell'atlantico, quella che agli occhi del purismo è stata la questione degli "americanismi". Seguendo del resto l'esempio della più recente lessicografia, di questa varietà si dà conto diligente registrando con eccellente senso di misura gli usi prevalsi nelle varie regioni del continente americano. L'A. cita qui come sua fonte principale il Diccionario de americanismos del Malaret; a questo però si aggiunge la sua personale esperienza, essendo egli vissuto parecchi anni a Montevideo, dove ha partecipato attivamente, come professore e giornalista, alla vita intellettuale del Paese. Viene di qui, oltre che dalla sua lunga esperienza di ispanista e di insegnante, una caratteristica che l'A. sottace, ma che balza evidente da ogni colonna di questo dizionario ed è il gusto ed il vivo sentimento della lingua che lo guida, acuisce la sua curiosità di lessicografo e lo conduce a prevenire e prevedere la curiosità dei suoi lettori... ».

Quaderni Ibero - Americani

Sconto 20 %
per avere i due volumi del Dizionario
Spagnolo-Italiano e Italiano-Spagnolo
del Prof. Lucio Ambruzzi

Tagliare e incollare su cartolina vaglia o modulo
di allibramento postale di Lire 4480.

INDIRIZZARE A

PARAVIA

TORINO - CORSO RACCONIGI, 16

CONTO CORRENTE POSTALE N. 2-109

Fig. 7. Mentre s'estableix a Itàlia la tendència moderna, alguns impressors continuen composant amb tipus clàssics i ordenant l'espai de forma convencional.

(Quaderni Ibero-Americanis, nº 16, Desembre 1954)

L'enginyer *Olivetti* no es contentava amb una renovació dels caràcters de les màquines d'escriure, tan ensalçats per la «Nuova Tipografia». El mateix disseny i la forma de les màquines d'escriure i calcular, la decoració dels despatxos, els uniformes dels empleats, el grafisme en els cartells publicitaris, els anuncis i els impresos,... Tot en conjunt demostra una voluntat i unes intencions clares de modernitat, la qual cosa va suposar un èxit total del gust i de l'harmonia fins en els més petits detalls.

Olivetti s'havia dirigit a *Herbert Bayer*, grafista alemany del grup de *Walter Gropius*, per encomanar-li la seua publicitat. L'encert significaria un exemple de perfecció en l'evolució posterior, de la mateixa manera que ocorre amb la moderna arquitectura italiana, a escala del seu passat.

Si en la moderna tipografia dels anys '50 dominava l'«antiga» europea, en les composicions lliures subsistia encara l'anomenada «itàlica».

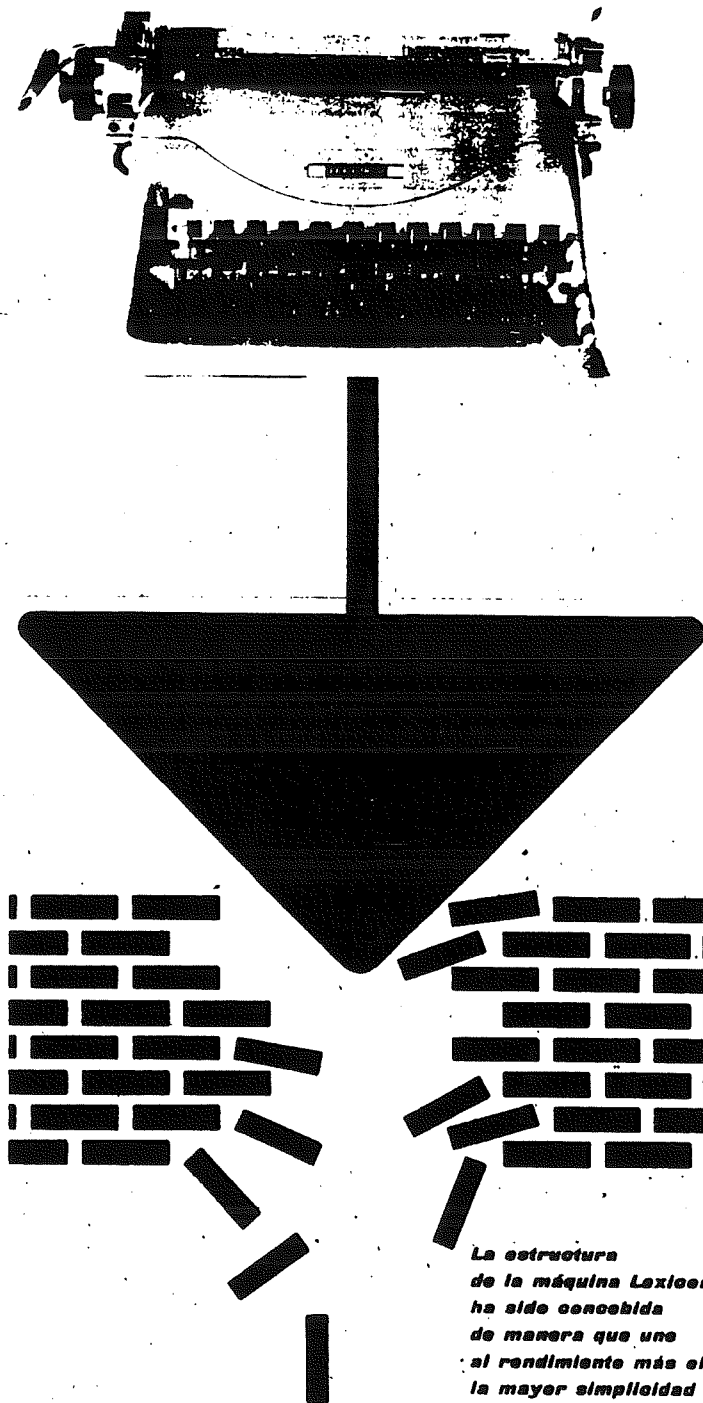
(*vid. fig. 8*)

Quan tractem un àmbit com l'anglosaxó (la Gran Bretanya i els Estats Units d'Amèrica) cal especificar algunes diferències respecte a la tipografia continental europea. Britànics i nord-americans han dominat el panorama de les imatges (impreses i de suport audiovisual) al món occidental, sobretot degut a la potència econòmica i política dels U.S.A.

Per una altra banda, la llengua anglesa, amb algunes particularitats formals (com els signes £ i β), s'ha erigit en les darreres èpoques com a llengua veritablement universal, i per aquest motiu hem d'atendre amb la màxima espectació el futur de factors tècnics com els teclats dels ordinadors (el cas de la «ñ» espanyola és ben significatiu) o les novetats en el camp de la composició de revistes americanes amb suport mecànic de pantalla-monitor.

El tipògraf anglosaxó per excel·lència del segle XX és *Stanley Morison*. Segons aquest dissenyador, nascut el 1889 i mort a Londres el 1967, en matèria de caràcters, l'última paraula no la té el dibuixant, sinó el pensador, l'escriptor del text. Erudit extraordinari,

Hispano Olivetti Lexicon 80



*La estructura
de la máquina Lexicon 80
ha sido concebida
de manera que una
al rendimiento más elevado
la mayor simplicidad mecánica.*

*Su robustez
es también garantía
de un trabajo perfecto.*

Rambla de Catalunya, 7 - Teléfono 31 26 07 - BARCELONA

Fig. 8. La capacitat de modernitzar els esquemes clàssics, i no perdre la força i l'equilibri en l'intent, és una constant dels creadors italians.

(Destino nº 1051, 28-IX-1957)

Morison ha influït enormement en la tipografia del món sencer. Ell va fer gravar alguns troquels segons els tipus dels impressors italians dels segles XV i XVI (*Aldus*) així com dels gravadors francesos (*Garamond, Granjon*), i també del segle XVIII francès (*Fournier*), holandès (*Van Dick*) i alemany (*Erhard, Walbaum*). Recupera i actualitza els originals anglesos dels segles XVIII i XIX (Caslon, Baskerville, Bell, Burner). Edita els caràcters «Gill» i «Perpetua» dibuixats per l'escultor *Eric Gill*, i també les creacions de *Jean Van Krimpen* «Lutetia» i «Romulus».

La ciència i la subtilitat de la tipografia de *Stanley Morison* és el fruit dels seus estudis sobre la història de la cal·ligrafia, de la paleografia, del dibuix de caràcters i de la impremta.

La trajectòria de *Morison* en la «Monotype Corporation» és una experiència formidable. Conseller tècnic del «Times», crea per a aquest diari el tipus Times «New Roman», i respon així a les exigències tècniques i «oftalmològiques» d'un diari: lectura ràpida i fàcil en totes les condicions, condensament del text, apte per a linotípia i monotípia, varietat de cossos,...

Morison estava interessat així mateix per la utilitat respecte a la monotípia dels caràcters hebreus i àrabs.

Els seus deixebles són personatges fonamentals en la dècada de trencament: Oliver Simon (director de la Curven Press), Francis Meynell (director de la Nonesuch Press), Walter Lewis (impressor de la Universitat de Cambridge),...

Entre els renovadors de la cal·ligrafia anglesa destaquen *Edward Johnston, Graily, Hewitt* i *Eric Gill*. *Alfred Fairbank* va crear el «Bembo Narrow Italic», després d'haver estudiat profundament les cursives del segle XVI.

El mèrit d'haver creat per primera vegada caràcters de pal correspon a *Edward Johnston*, dissenyador de la imatge del metro de Londres. Els tipus «sànscrits» de *Johnston* són el precedent dels «Rabel», «Futura», «Gill», i «Univers».

(*vid. fig. 9*)

¡importante!

S. O. E.

pentio

El

puede ahora recetarse en el S. O. E.
(Relación Suplementaria N.º 3)

S. O. E.

hipertensión

El eminente cardiólogo norteamericano **Wilkins** ha afirmado recientemente: *

«En mi experiencia, el pentolinio es generalmente más eficaz que cualquier otro bloqueador ganglionar».

pentio

bitartrato de pentolinio

Dosis inicial: ½ comprimido 3 veces al día.

Auméntense progresivamente las dosis cada semana en ½ comprimido en cada una de las tres tomas diarias, hasta conseguir el descenso conveniente.

* Wilkins, R. W., Journal American Medical Association, 167, 801, 1958.

ESTEDI - LEOPOLDO ALAS, 3 - BARCELONA

Fig. 9. Anunci compost a base de tipus «sànscrits» exclusivament. El primer disseny de lletres de pal va ser realitzat per Edward Johnston per al metro de Londres a primeries del segle XX.

(Glosa nº 55, gener 1959)

Institucions de nova creació com la «Southbank Exhibition» contribuiran des de l'oficialitat a crear el desenvolupament de les arts modernes, amb l'elecció del «Council of industrial Design». Es formaran grups com el «The first necessity of sound design in fitness for use», la D.R.U. («Design Research Unit») i la C.D.O. («City Display Organisation»).

Als inicis dels '50, *Henry Moore*, aleshores pintor i dibuixant més que escultor, es sentia molt pròxim als visionaris *William Blake* i *Aubrey Beardsley*, mestres del traçat i la il·lustració espontània. En la seua evolució cap a l'escultura dels espais buits, són tan decisives les aportacions de *Julio González* com els espais blancs de la tipografia.

El grafisme nord-americà, amb uns mitjans poderosos, aconsegueix velocitats vertiginoses de progrés, i tot a un temps, sap treure-li el partit a les millors fonts llatines.

La publicitat és aclaparadora i voluptuosa en els U.S.A., ja que tot depèn dels recursos econòmics que genera la producció i la venda. La publicitat és prolífica i imprescindible en tots els dominis de la vida americana.

Els magazines amb fotografies i composicions de pàgina espectaculars influiran de manera decisiva en la resta de les tipografies del món. Les revistes, als anys '50, són un suport material que permet transmetre ràpidament les novetats a tots els continents. És per això que el model americà serà motiu d'una «guerra tipogràfica» durant la dècada de trencament, una guerra d'estils que fa evolucionar considerablement els caracters específicament americans i s'arriba així a un estil internacional, un cocktail de totes les tendències.

Els anys '50 introduiran la universalitat de l'estil tipogràfic.

(*vid. figs. 10 i 11*)



24 — REVISTA

Fig. 10. Els anys '50 atorgaran la universalitat de la imatge, començant per les revistes il·lustrades, un tipus de periodisme imprès que està basat en la fotografia ...

(Revista nº 300, 1958)



REVISTA - 25

Fig. 11. ...i els textos tipogràfics. El disseny de caràcters serà fonamental per introduir els símptomes de la modernitat en les revistes il·lustrades. Després d'haver imposat el seu domini militar i polític, els U.S.A. proclamen una estètica eclèctica per a la tipografia mundial.

(Revista nº 300, 1958)

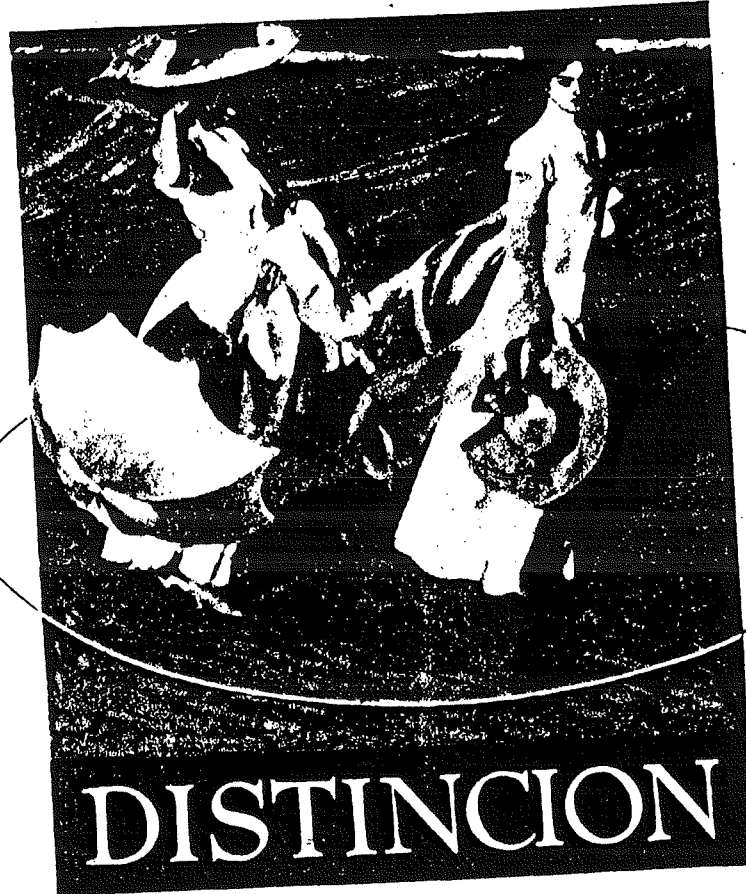
Totes les premisses internacionals referides haurien pogut tindre un exponent al panorama espanyol dels anys '50 en cas de no haver-ho impedit una situació econòmica lamentable i una autarquia ferotge que impossibilitava l'actualització del material tècnic.

El fet demostrable és que alguns exemplars d'aquelles revistes impreses a Europa i els U.S.A. arribaven a les mans dels nostres tipògrafs, i algunes empreses arriscades van llençar productes de nivell internacional, però que no comptaven amb l'acceptació necessària

(vid. fig. 12)

El 2º número

de la Revista Gráfica Española



supera el éxito obtenido por el 1º

124 PAGINAS EN NEGRO Y A TODO COLOR
MAS DE 150 MAGNIFICAS FOTOGRAFIAS

El jardín y la casa · Sociedad · Turismo · Pintura · Teatro · Literatura
Cine · Clubs · Toros · Alrededor del Mundo · Humor · Etc. · Etc.

EJEMPLAR: 50 PTAS. · EDICION TRIMESTRAL · AL AÑO, SUSCRIPCION PTAS. 175 · ADMINISTRACION: PELAYO, 62, 1.ª, BARCELONA · TELEFONO 21 78 99

★ LA MEJOR REVISTA DE COLECCION ★

Fig. 12. Els intents de llençar una «premsa de qualitat» van fracassar estrepitosament en la demacrada i autàrquica societat espanyola. Resultava difícil aconseguir una tipografia moderna, degut als inconvenients econòmics i tècnics. Tot estava en mans dels dibuixants de lletres i els publicistes més arriscats.

(Destino nº 886, 31-VII-1954)

II.e.

Classificació de les diferents actituds del text i les diverses estructures legibles en la composició de pàgina.

Imatges, iconus, ídols, idees, idiogrames, il·lustració i imatgeria de la lletra pintada o impresa. Estructures inalterables. Informació.

En el moment que som receptors de qualsevol missatge visual, la nostra atenció ve a coincidir en el punt on hi ha una estructura legible. Aquesta estructura que ha captat la nostra mirada pot tractar-se d'un codi que coneixem, o potser no: davant d'un text en una llengua que som incapaços de comprendre, ens fixem igualment, ja que l'atracció no ve del possible missatge verbal, sinó de la composició creada pels símbols als quals sí que tenim accés (les lletres). Aquest interès pels codis -tot i ser incomprensibles verbalment- ens delata com a humans, especialment en les nostres febleses que apunten al tarannà encuriós que tots posseïm, sobretot els investigadors i la gent estudiosa en general.

No anem a investigar aqueixa atracció immediata cap als símbols que tots experimentem, sinó el comportament plàstic del material imprès al qual hem accedit voluntàriament (dirigint la mirada vers un cartell, comprant i fullejant una revista, llegint un pamflet o un llibre). Però primerament incidirem en la diferent visió dels codis escrits que hem adquirit els occidentals front als orientals. En les cultures orientals, existeix una gran relació entre la pintura i l'escriptura (com a matèries artístiques), mentre que a occident tan sols hi ha existit la comunicació marginal de la creació, entesa com una extracció dels paràmetres de l'exclusiva lectura verbal.

En les cultures orientals, la base de tota la civilització plàstica està en l'ofici manual de la cal·ligrafia o l'escriptura amb pinzell. A la Xina, la cal·ligrafia és la més popular de les

arts. Es tracta d'un instint estètic comú que aprenen tots els infants des de ben menuts. Tot allò que pot considerar-se una obra d'art té alguna relació, evident o subtil, amb la cal·ligrafia.

És tan fonamental el lloc que ocupa la cal·ligrafia en l'art xinès com a estudi de la forma i dels ritmes en abstracte, que resulta lícit pensar que l'estètica bàsica adquirida pels xinesos a través de la cal·ligrafia configura les seues nocions bàsiques de línia i forma.

El fet d'escriure amb pinzells resulta per si mateix poètic, aspirant a donar vida, ritme i significat a cada traç, en tant que la pintura és sempre per als xinesos una vessant de la cal·ligrafia, amb el mateix ideal de vitalitat i expressivitat en les pinzellades. Aquesta funció catalitzadora de l'escriptura afectarà, evidentment, a les diverses parcel·les de l'art (ceràmica, arquitectura,...)

Degut als nostres condicionants culturals, el text i la paraula han sigut atribuïts que inclús emparentem amb la divinitat. En la tradició jueva-cristiana, Déu està representat per «la paraula», i Jesucrist és l'exponent d'una transformació: «el verb fet carn».

Potser aquestes sublimacions han deixat residus culturals en la nostra apreciació del text com a material eminentment plàstic. El que és ben cert és que la qualitat de bellesa aplicada als signes de l'alfabet ha sigut sempre malmesa per la superioritat de la seua funció com a transmissor d'idees verbals. En aquest punt, cal recordar que la lletra exempta, fora de qualsevulla associació que la pot convertir en paraula amb significat, conté per ella mateixa una sèrie de qualitats expressives molt més vàlides que la mera associació amb un so (de fet, les consonants no poden articular-se si no se'ls afegeix una vocal).

Seria convenient explicar un fenomen senzill, però molt significatiu: existeix un terme, un verb, que podria resumir la diferència que nosaltres observem entre la lectura de les imatges i la lectura visual de les lletres-imatge. Aquesta paraula és *fullejar*. Meditant mínimament el significat de l'acció que representa, observem que no és un sinònim de

«llegir», ni tampoc de «mirar». En tot cas, ens determina un tipus de percepció que podríem entendre com «passar les fulles, observant superficialment». Aquesta funció, molt emparentada amb les revistes il·lustrades (que normalment *fullegem*), definirà una tipologia de la percepció en la qual es basarà inicialment el present estudi, tot i que més endavant profunditzarem en els aspectes més conscients del paper del text en les publicacions periòdiques.

«Fullejar» vol dir, més que llegir, mirar les pàgines.

Quan fullegem una revista no tenim les mateixes intencions de reflexionar allò escrit que quan, tal i com sol passar, ens submergim en la lectura d'un llibre. Del conjunt observat en les pàgines de la revista, ens envaeix sobretot la imatge, tant la imatge fotogràfica com les taques gràfiques produïdes pel text imprès.

La primera distribució dels espais constatable en les revistes (i les publicacions periòdiques en general) que ens aporta la diferència primera amb el text d'un llibre radica en la separació del text en columnes.

Les columnes del text ajuden a llegir més ràpidament el material escrit, ja que el seguiment dels canvis de línia no suposa cap inconvenient. Les columnes de text permeten també la lectura en condicions desfavorables, donat el cas que el material imprès de les publicacions periòdiques tendeix a llegir-se en les situacions menys previsible: a l'autobús, a la cafeteria, al metro, en el carrer,...

(*vid. fig. 1*)

La divisió en columnes sol estar indicada per la mateixa textura del text, ja que la massa de tinta de la part escrita sobre el paper blanc delimita unes línies de separació als extrems inicial i final de cada columna. El efecte és realment el de les columnes arquitectòniques,



Interior del baptisterio de San Miguel

una arca reducida en el centro que servirá para celebrar la santísima en honor de los mártires cuyas reliquias se guardan allí según consta documentalmen- te. La antigua opinión de que era una cripta sepulcral es poco probable pues no han aparecido los restos de las esculturas. En cambio el concepto de cripta de mártires viene reforzado por la efímera, confesional, pequeña ventana que está frente al altar y permite ver desde arriba. Esta ventana, frecuente en los lugares destinados al culto de los mártires, permite la veneración de sus reliquias sin necesidad de bajar hasta el mismo sepulcro.

El ábside de Santa María es una maravillosa construcción de esta época. Cuadrado por fuera es semicircular dentro, en arco algo cerrado, con una majestosa bóveda que mide 7 metros de diámetro. Esta bóveda conserva sus primeras pinturas de mediados del sexto así como han quedado después de arrancarse otras posteriores oñidinas oscuras. Son sin duda las más antiguas pinturas murales cristianas de España y representan escenas de la pasión de Jesucristo.

Otro ábside el de San Pedro, en forma de trébol por fuera y por dentro es también visigótico construido con elementos como los pequeños sillares y las estigilas de su techo. El interior presenta como características un retablo empotrado en el arco central. Una viga de madera sostiene tres columnitas que forman cuatro arcos y que a su vez sostienen otra columna en la que descansan dos arcos más. Una pinturas de tipo sepulcral lo adornan. Los evangelistas y los tres jóvenes en el horno de Babilonia, con más verosimilitud que no al paso del mar Rojo, como se ha dicho hasta ahora. El supuesto Moisés no lleva dos rayos de luz sino más bien tres picos de una corona real, la de Nabucodonosor. Tres

son los apóstoles del grupo central — número muy determinante de los jóvenes cautivos — y otros tres están también a su lado que pueden muy bien ser sus ángeles custodios, pues llevan la mano extendida en señal de protección.



Una de los dos peces que se conservan en el primitivo mosaico del siglo IV (Foto Carlos Durán, Torroas)

Un mosaico bizantino adorna el suelo del oratorio continuado modernamente en la parte anterior. Con la invasión de los árabes se pierde la sucesión de obispos de Egara y no aparecen ya sus firmas subyugando las actas de los concilios.

La tosca construcción visigótica se derrumba — o es destruida — en sus partes más débiles — en una tercera época, la románica, dejará también su recuerdo en el recinto de San Pedro, dando al conjunto el aspecto románico que en nuestros días tiene.

Aprovechando el presbiterio de la segunda catedral se construye

una nueva iglesia con planta de cruz latina. En el año 1113 los obispos consagrados de la nueva iglesia de Santa María hacen constar que es el mismo lugar ocupado por la sede egreña. Es un buen ejemplo de tipología románica catalana con influencia lombarda de bóveda apuntada. Un campanario cuadrado, orientado de Norte a Sur y de Este a Oeste, de bellas proporciones, con tres grandes arcos en cada cara, descansan sobre un cimborrio petado por fuera y cuadrado por dentro que se apoya a su vez en las bóvedas del crucero.

Dentro de la iglesia se conserva el altar situado en el centro del presbiterio y dispuesto para celebrar de cara al pueblo. Su arco se cree del siglo X y guarda reliquias de San Valentín, San Severo y San Julián, colocadas allí como motivo de la consagración en el 1112.

Muy bien conservado se guarda un retablo del pintor catalán Jaime Huguet. Representa a los santos Abdon y Sedén vestidos de consejeros. Hay varias escenas de su martirio y en el interior inferior están los Santos Cosme y Damián. Se conserva la notación del pago de los desplazamientos del pintor desde Barcelona. Hay

otro retablo de autor desconocido pero anterior a Huguet, correspondiendo a San Miguel y escenas referentes a los ángeles. También se conservan tres fragmentos de un retablo de San Pedro debido al maestro Luis Borrás en los años 1411-12.

En un pequeño ábside de la parte sur el crucero hay una interesante pintura mural del siglo XIII. Escenas de la consagración del mosaico de Santo Tomás de Cantorbéry pintados muy poco después de su martirio. Todas estas pinturas, por su importancia o rareza, merecen una más larga información que rebasa los límites de este resumen.

De la parte románica de la iglesia de San Pedro, también del siglo XIII, sólo merecen mención especial las piedras de la cornisa exterior, adornadas con los signos del Zodíaco.

Tenemos, pues, en el recinto de las iglesias de San Pedro de Tarrasa toda una tradición arqueológica con el más completo monumento visigótico de España.

Modernamente, a principios de siglo, descubierta el valor arqueológico de estas iglesias, se hicieron las reformas pertinentes para asegurar su conservación y restaurar la genuina pureza de sus líneas.

Actualmente cuida de este monumento nacional, propiedad del obispado de Barcelona, la Junta Municipal de Museos de Tarrasa, de cuya Junta es miembro el párroco de las iglesias abiertas al culto.

Con este resurgimiento está vinculado el nombre y la vida del señor Puig y Cadafalch, arquitecto barcelonés, miembro del Institut d'Estudis Catalans, quien ha sido el alma y principal director de la sabia restauración del recinto. En 1948, pasado ya los ochenta años de su vida, ha publicado nuevas descubiertas a la Catedral d'Egara, donde aporta las conclusiones de su larga y laboriosa investigación. Junto a él, Sotol y Palet, Vanoels y otros próceres tarraconenses, quienes colaboraron con entusiasmo para valorar como correspondía las viejas piedras de San Pedro de Tarrasa.

VICENTE ROCOSA

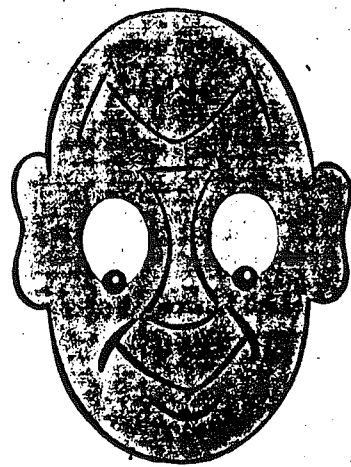
Plan. coadjutor

SASTRERIA Y CAMISERIA PARA CABALLERO, CADETE Y NIÑO

AL SERVICIO DEL BIEN VESTIR

Sello

Y no se abre, hombre...
"¡¡¡ que está a tiempo !!!"
¡¡ no viste elegantemente...
¡¡¡ desde hoy en...
¡¡¡



...y como experimenta
la gran satisfacción
de vestirse en...

Sello

AL SERVICIO DEL BIEN VESTIR

AV. JOSE ANTONIO, 609

...y recuerdo nuestras prendas
"prontas a llevar" en cada talla tres medidas

La letra tipográfica

es la fiel compañera de viaje de toda papel impresa. Debe cuidarse por lo tanto su elección y su calidad.

Nuestras salas de composición están equipadas con el surtido más extenso y selecto de tipos, para todas las clases y géneras de ediciones.

Sdad. Alianza de Artes Gráficas (S.O.D.O.G.) Procedimientos SODOCOLOR
ROSELÓN, 290 - TELÉFONO 37 26 07 - BARCELONA

Fig. 1. Distribució de pàgina en cinc columnes de text. Les dues columnes de la dreta estan ocupades per l'anunci, mentre que les altres han sigut desmembrades per les fotografies i l'anunci menut.

(Destino nº 976, 21-IV-1956)

ja que la pàgina tindrà el suport vertical d'aquestes columnes.

Haurem de recordar que, tal i com apuntàvem en el cas de la lletra escrita, quan ens referim a la composició de pàgina, les referències a possibles perspectives seran sempre topogràfiques, ja que el mitjà és un plànol, i la intervenció de la tinta incideix en la segona dimensió.

Les columnes poden anar reforçades amb enquadraments de línies i «filets» de separació, que ajudaran a concretar els diferents espais de la pàgina.

Precisament la il·lustració que presentem en la *Fig. 2* fa servir una sèrie de marges amb perfil que emmarquen diferents espais d'informació. Aquesta pàgina utilitza l'alternança i el contrast per resultar més atractiva. El contrast s'ha d'aconseguir forçosament amb el blanc i el negre. El text de presentació dels acudits alterna el positiu amb el negatiu, així: «Sentencia severa» està calat en blanc sobre un requadre negre, mentre que el següent «Sobre las nubes» es tracta d'un text en positiu, i així successivament. També canvia el tipus de lletra en cada inici d'acudit.

(*vid. fig. 2*)

Les capçaleres són un element compositiu de primer ordre, i la norma general consisteix en situar-les al començament (part superior, degut als hàbits de lectura) del text al qual introduiran.

Les capçaleres de portada de revista sempre estan (llevat d'alguns casos excepcionals) a la part superior de la pàgina. Aquesta situació ve determinada per la vessant senyalitzadora de la portada. Imaginem-nos un quiosc replet de revistes en les parets dels mostradors. Degut a la saturació de material imprès que s'acumula en un espai tan reduït, l'atractiu de cada portada ha de lluitar front a una maranya d'informació gràfica, i a més ha de saber vendre el producte en un temps mínim, ja que a la setmana o al mes següent deixarà de tindre validesa i apareixerà un número nou.

Tots aquests aspectes de «marketing» els ha de saber aplicar el dissenyador de revistes, el qual ha de compaginar adequadament en la portada el missatge (verbal i visual) del text, juntament als altres elements gràfics (fotografia, marges).

Si la portada conté elements del text (el títol de la revista, el preu, informació sobre els articles de l'interior), les pàgines de l'interior de la revista hauran d'intentar conservar fins a l'última pàgina l'interès del lector, de manera que la primera «fullejada» a la revista es podrà convertir en un «repàs» d'allò que més ha captivat a l'observador.

Aquesta subtil intervenció dels ritmes en l'hàbit de lectura de la revista ha sigut estudiada sobretot pels publicistes, els quals paguen a preu d'or l'espai imprès de l'anunci en la publicació, i han de saber en quin moment hauran d'oferir-li aqueix anunci al lector (normalment distret i poc interessat), ja que l'efecte podria resultar, en cas de no preveure aquests ritmes, negatiu en el possible comprador.

Els anuncis han de resultar fàcils d'assimilar i identificables per a l'observador.

El text forma part imprescindible de l'anunci imprès. En alguns casos exclusiva.

(vid. fig. 3)

Una tècnica usual per captar immediatament l'atenció del «fullejador» consisteix en trencar l'estructura habitual de la composició de pàgina, la qual cosa intensifica el missatge visual del material presentat.

Per a Ruari McLean: «quasi totes les revistes depenen dels ingressos de la publicitat; el seu disseny pretén interessar a un públic que té diners per a gastar-se'ls en roba i cosmètics, en cases, decoració d'interiors, jardineria, alimentació, en cotxes, en vi, en art i mobiliari, etc»

-veg. Bibl. Gen. McLEAN (1987)-

FUNDADA



EN 1870

ANTIGUA
CASA EXCLUSIVA
EN SU ESPECIALIDAD

Géneros de punto

GONZALO COMELLA

CARDENAL CASAÑAS, 10 * PASEO DE GRACIA, 6

Barcelona

Fig. 3. Anunci de tendència molt clàssica i equilibrada. La sobrietat i el tipus de lletra identifiquen l'establiment amb un prestigi de marca.

(Destino nº 702, 20-I-1951)

Probablement *McLean* exagera, ja que considera revistes il·lustrades solament a un tipus de publicació que nosaltres entenem o bé com a revistes de caire rosa o bé com a publicacions especialitzades. La realitat, en tot cas, és que les publicacions periòdiques il·lustrades necessiten forçosament del suport econòmic de la publicitat. I seran els anuncis de pàgina sencera aquells encarregats de reforçar l'aspecte visual de la revista oberta. Haurem de considerar un fet: a nivell plàstic, si obrim la revista, ens decidim per una de les dues pàgines que trobem davant nostre. Probablement acudirem primer a l'atractiva pàgina de publicitat, la qual desarem prompte si no aconsegueix provocar en nosaltres el desig de llegir-la o mirar-nos-la millor.

(*vid. fig. 4*)

En la il·lustració de la *fig. 4* tenim un bell exemple de combinació completament arbitrària de diferents tipus de lletra. En primer lloc estem forçats a llegir, a l'espai central, una paraula on les lletres s'han disposat en vertical (la qual cosa sempre resulta complicada); els caràcters en majúscules de «Pañerías» són tipus de pal buidats i amb ombra, reomplerts amb una trama de línies horitzontals paral·leles. La resta de majúscules que apareixen són versaletes. Entre les minúscules destaquen les cal·ligràfiques (a «Reunidas», «Solamente...», «Cadena...»)

L'anunci és atractiu i pot llegir-se bé (el tema de la legibilitat ha de tindre's sempre en compte), i la solució aportada de combinar diferents caràcters ha donat resultats positius estèticament.

El treball publicitari és propens a les renovacions, ja que basa el seu interès en la venda d'un producte, i contínuament ha de preparar-se per a les necessitats del client. Degut a la facilitat camaleònica d'adaptació a clients i productes, els publicistes eviten repetir-se en diferents treballs, i augmenten així la possibilitat de crear autèntiques pàgines memorables.

Un éxito industrial →

P
A
Ñ
E
R
I
A
S

EN
ESPAÑA

Solamente
fabricamos
tejidos
de
calidad

La industria textil lanera más importante de España, en su nueva modalidad de venta directa al público consumidor.

Nuestro éxito está en las excelentes calidades y precios sin competencia, todo ello posible por la potencia industrial de nuestra fábrica, comprendiendo el ciclo completo desde el vellón de la oveja al más fino paño terminado.

Le ofrecemos la ocasión de adquirir su traje con una positiva economía, manteniendo el prestigio de la calidad y uso.

CONTRIBUIMOS AL ABARATAMIENTO
DEL BUEN VESTIR EN ESPAÑA

PAÑERIAS REUNIDAS

SABADELL · BARCELONA · MADRID
VALENCIA · GERONA · LERIDA
LEON · SALAMANCA

Cadena de establecimientos distribuidores textiles

Reunidas

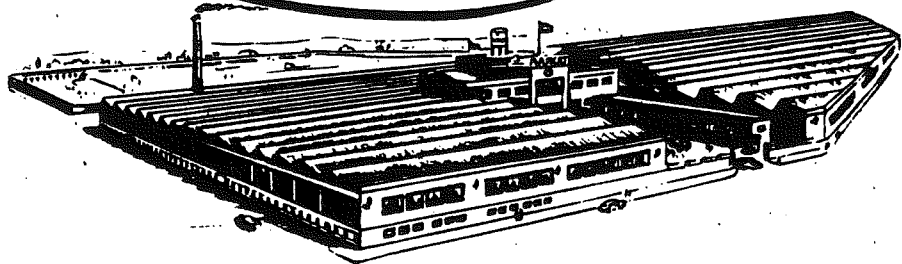


Fig. 4. Distribució poc convencional d'un text publicitari, repleta de diferents tipus de lletra en molts i variats tamany.

(Destino nº 796, 8-XI-1952)

Una de les marques pioneres a Espanya en l'educació a distància va ser CCC (el Centro de Cultura por Correspondencia). Aquesta 'acadèmia' necessitava fecundar els mitjans de comunicació (encara ho fa) amb publicitat dels seus cursos, que eren molts i variats.

(*vid. fig. 5*)

Ja havíem referit anteriorment la positiva combinació d'elements del logotip d'aquest centre. Una terna de lletres «c» que s'enllacen degut a la forma de cercle que permet unir-les per la part buida de la circumferència. Si el logotip és encertat, els anuncis publicitaris solien tindre la gràcia i la força d'aquest de la il.lustració (*fig. 5*). Un munt de lletres (i solament lletres), totes de pal -sense trets- exceptuant la paraula «poliglophone» que apareix dues vegades i està en grafia gòtica.

Un joc de combinacions d'espais negres i blancs, requadres que contenen textos i que ens demostren la capacitat del dissenyador per oferir un missatge de manera original, disposant de la mínima quantitat d'elements.

En la mateixa línia d'intercalar alternativament positiu-negatiu tenim la il.lustració de la *fig. 6*. També un anunci publicitari, en aquest cas de la marca «Luna Pulida Cristañola». La diferència amb l'anterior és que ja s'ha introduït l'element fotografia. Però continua dominant una composició en quadrícula de cel.les alternades. Una xarxa de 25 caselles (5 x 5) on domina una diagonal, formada pels requadres amb els textos «Pida siempre..» i «mírese en ella».

(*vid. fig. 6*)

En la recerca efectuada a través de la investigació de centenars de revistes de la dècada de trencament, els resultat en algunes ocasions han sigut sorprenents, ja que les troballes

....POR CORRESPONDENCIA....

CCC
APARTADO 108
SAN SEBASTIAN

COMERCIO

• CONTABILIDAD • TRIBUTACION • CALCULO • REDACCION • ADMINISTRADOR • TAQUIGRAFIA • MECANOGRAFIA • CORRESPONSAL • SECRETARIADO •

- Los jóvenes desearán de prepararse un porvenir brillante, e incorporarán en cualquiera de nuestros Cursos Comerciales el camino seguro para triunfar.
- Es del dominio público que el curso de Contabilidad CCC es el mejor porque enseña a fondo toda la técnica contable, incluyendo el moderno sistema por cuenta, con profusión de ejercicios prácticos.

CCC
APARTADO 108
SAN SEBASTIAN

polyglophone
POR EL SONIDO Y LA IMAGEN

IDIOMAS

• INGLÉS • FRANCÉS • ALEMÁN • LATÍN •
Cursos Superiores ENGLISH LITERATURE-FRANCAIS LITERAIRE

- En la vida moderna, para viajar, para ensanchar sus negocios, para aumentar su cultura, para mejorar su situación, es indispensable conocer uno o dos idiomas extranjeros.
- Los cursos CCC —con discos o sin discos— le enseñarán el idioma que usted desee con una rapidez y facilidad asombrosas. Desde el primer momento adquirirá la pronunciación de un nativo y aprenderá usted mucho más y mejor que en una clase oral.

CCC
APARTADO 108
SAN SEBASTIAN

CULTURA

• CULTURA GENERAL • ORTOGRAFIA •

- En la época en que se sabe más y se exige más, la cultura es absolutamente necesaria para no hacer un mal papel, tanto en el aspecto profesional como social.
- Nuestros cursos le brindan la solución ideal para resolver su caso de una manera clara, amena e interesante.

CCC
APARTADO 108
SAN SEBASTIAN

ARTE

• DIBUJO ARTISTICO •

- El talento de un dibujante no solo se mide por su inspiración sino también por su técnica, por su "escuela".
- CCC le ofrece un medio fácil y atractivo para adiestrarse en este bello arte. Nuestros profesores —verdaderos maestros artísticos— le dirigirán con mano segura.

CCC
APARTADO 108
SAN SEBASTIAN

polyglophone
POR EL SONIDO Y LA IMAGEN

MUSICA

• SOLFEO • ACORDEON •
EXERCICIOS DE CANTO • GUITARRA

- La persona más rica es pobre sin una —por lo menos— pequeña cultura musical. La música debe ser comprendida para sentirse intensamente.
- Los cursos CCC —con discos o sin discos— son únicos por su belleza y originalidad. Sus lecciones proporcionan una gran cultura en la lectura e interpretación de los textos musicales cualquier partitura.

CCC
APARTADO 108
SAN SEBASTIAN

TECNICA

• RADIOTECNIA •
En preparación: RADIOMONTADOR • TELEVISION

- Cada año, la industria española reclama el servicio de 25.000 técnicos en Radio. He aquí una de las especialidades mejor retribuidas y de más porvenir.
- El curso CCC proporciona una preparación completa en Radiotécnica. En unos meses usted podrá construir su propio receptor o efectuar toda clase de reparaciones.

CCC
APARTADO 108
SAN SEBASTIAN

DEPORTE

• JUDO •
En preparación: FUTBOL • GIMNASIA

- Increíble, pero cierto. El Judo contribuye a reforzar la propia personalidad, como consecuencia de la absoluta seguridad en sí mismo que dimana de la fuerza y habilidad físicas.
- El curso de Judo CCC ha sido adoptado con entusiasmo por la juventud deportiva, ansiosa de aumentar sus posibilidades de triunfo, tanto físicas como morales.

CCC
APARTADO 108
SAN SEBASTIAN

"FEMINA"

• CORTE Y CONFECCION •
En preparación: CULTURA FISICA

- Saber coser, además de constituir un auténtico ahorro doméstico es también la profesión ideal para la mujer que, sin salir de casa puede obtener unos elevados ingresos.
- Nuestro famoso curso Femina de Corte y Confección le enseñará en pocos meses, toda la técnica del arte de coser, educará su gusto y hará de usted una mujer elegante.

CCC ES INCOMPARABLE PARA ESTUDIAR COMODAMENTE EN SU PROPIA CASA, CON FACILIDAD, RAPIDEZ Y VERDADERO PROVECHO

CORTE O COPIE Y ENVIE ESTE CUPON

Envíame información GRATIS sobre el curso, o cursos, de _____

NOMBRE _____

DOMICILIO _____

POBLACION _____ PROVINCIA _____

Remítase a CCC Apartado 108 - EX-A-144 San Sebastián.

CENTRO DE CULTURA POR CORRESPONDENCIA CCC
APARTADO 108 SAN SEBASTIAN

DELEGACIONES
MADRID: Príncipe 11 • BARCELONA: Avenida de la Luz 41
ALICANTE: Calle del Comercio 10 • CÁDIZ: Calle de la Marina 11

Fig. 5. Una pàgina on les imatges són sempre lletres. L'únic recurs plàstic consisteix en el contrast negre/blanc, positiu/negatiu.

(Destino nº 1155, 26-IX-1955)



B-28

Fig. 6. Tal i com passava en fig. 5, la quadrícula domina la composició de masses de tinta alternades, en aquest cas amb fotos.

(Destino nº 841, 19-IX-1953)

obtingudes en publicacions de poca importància (en quant al nombre de lectors i d'exemplars) contenen a vegades solucions plàstiques molt enllaçades amb allò que passava en Europa.

Quan insistíem en la importància que adquireix l'art oriental (sobretot els gravats japonesos, les xilografies i les estampacions serigràfiques de teixits) al llarg de la primera meitat del segle XX en Europa, era patent que aquesta influència s'havia escampat a totes les manifestacions artístiques i decoratives. Pel que fa a la pàgina impresa, aquesta tendència orientaltzant aporta, sobretot, la virtual desaparició de les «columnes de text», transformant l'espai topogràfic en una estructura lliure on es poden distribuir les parts escrites.

Per clarificar els marges de cada text separat s'utilitzen filets negres els quals separen, com si es tractara del plànol d'una casa, les parets que venen a ser línies negres emmarcant la zona ocupada pel text.

Aquesta separació sense «columnes de text» també se l'anomena «descalça» en els manuals tipogràfics de l'època consultats.

La llibertat que permet aquest sistema ha de ser, no obstant, controlada pel dissenyador o pel tipògraf encarregats de la revista, ja que tampoc convé bescanviar la columna perfectament legible per una parcel·lació anecdòtica que dificulte la lectura.

Aquesta distribució va ser utilitzada pels artistes del Grup Parpalló de València en la seua revista «Arte Nuevo», tant per a les pàgines d'articles com en la publicitat, que ells mateixos dissenyaven.

En tot cas, el sistema de paginació amb «descalços» va ser més propi de revistes minoritàries, de poca tirada, ja que les grans publicacions han sigut sempre molt receloses de canviar els esquemes generals de visió de l'exemplar imprès.

(vid. fig. 7)

Mentre als U.S.A. es vivia l'època daurada del disseny de revistes, a Europa encara no podia lliurar-se una batalla definitiva al disseny tipogràfic, ja que els anys '50 són de recuperació econòmica, més que de gaudi irreflexiu.

Si a Europa tenien la possibilitat de recuperar les forces desgastades, el cas espanyol resultava dramàtic, ja que la creació tipogràfica no depèn tan sols de la capacitat dels dissenyadors, sinó de la difusió del medi imprès, factor econòmic fonamental per poder mantindre la vida d'una publicació.

En els anys de trencament es dona als U.S.A. la concentració de talents europeus més gran de la història. Les editorials americanes encara no han patit la competència de la televisió, i això possibilita que els directors d'art de les revistes disposen del major grau de prestigi, sou i pressupost alcançats mai.

«Els dissenyadors d'aquest període es van distingir principalment pel seu positiu compromís amb el disseny informatiu en la premsa popular, i no van ser fanàtics ni de l'estilisme fetitxista, ni de l'adhesió esclavitzant al dogma tipogràfic, plantejaments que a vegades servirien per prestigiar als seus contemporanis europeus»

-veg. Bibl. Gen. OWEN (1991), pàg. 56-

També opina *Owen* que en aquella «caòtica tòmbola comercial nord-americana» esdevenia inevitable que les estretes normes formals de la tipografia europea donaren pas no solament a un empirisme desenfrenat, sinó finalment a un retorn a l'ornamentació classicista, vernacle i naïve.

Els tipògrafs nostrats no disposaven de grans recursos tècnics i econòmics, motiu pel qual no podem comparar la dècada de trencament americana amb la situació autòctona.

Al nº 159 de la revista «Gráficas» (setembre 1957) apareix un article de *P. Maertens* titolat «Un nuevo método para realizar el croquis tipográfico», en el qual s'exposen tres

paràmetres base per interpretar correctament l'espai de la pàgina: el tractament dels eixos, els damers i els grups alfabètics.

Maertens considera necessari realitzar un croquis tipogràfic com si fos un motlle, de la mateixa manera que es fan esbossos en pintura. Seria com un avant-projecte que possibilitaria traslladar la presentació al client i clarificar els espais abans de la plasmació definitiva. Assegura que la tipografia moderna es basa en la claredat i la simplicitat, ja que l'ornamentació hauria deixat de constituir cap avantatge.

(*vid. fig. 8*)

Maertens apunta igualment que el color ha pres gran importància, convertint-se en un nou factor d'equilibri visual i harmònic. L'esforç de repartir adequadament cada compartiment serà la dificultat a superar.

La creativitat ha de saber conjugar la imaginació i encadenar-la a un mètode que no estiga sotmès a regles massa estrictes, sinó a una normativa bàsica d'àmplies aplicacions.

Com que els mètodes són visuals, es tractaria de facilitar una més adequada compensació dels blancs i els negres, els quals s'haurien de reforçar per destruir l'efecte de superfície, reduïnt-la, i completant les clàssiques lleis del repartiment tipogràfic.

Com que la llei principal del croquis tipogràfic consisteix en l'alineació de les masses, la majoria dels esquemes hi romanen fidels a la susdita alineació: respecten els tamanys dels marges i segueixen unes divisions proporcionals a les dimensions del format, construït a partir d'uns eixos bàsics. Per tant, qualsevulla ajuda visual serà eficaç per al «maquetista», el qual pot fer servir els mitjans mecànics per suprimir el clàssic «horror als blancs».

(*vid. fig. 9*)

El traçat d'un eix vertical central en qualsevol format permet de disposar la composició a una part i l'altra de l'eix, ajustant simètricament en cas de preferir-se una justificació

i beba más leche!... y... i viva más!

En el trabajo, en el deporte, en todo esfuerzo físico e intelectual se produce un desgaste.

Supere la crisis de agotamiento bebiendo más LECHE.

La leche contiene:

16 vitaminas

■ Factores esenciales para una buena salud, una buena vista y un aspecto saludable.

29 sales minerales

■ Indispensables para la formación y mantenimiento de los huesos y dientes.

18 proteínas

■ Alimento de los músculos y regeneradoras del organismo.

19 clases de grasas nutritivas

■ Para la energía y el vigor.

Azúcar de leche

■ Para el aporte instantáneo de calorías.

Asegúrese de que adquiere una LECHE con absoluta garantía de pureza y muy rica en crema. La calidad de la Leche Condensada LA LECHERA está respaldada por el prestigio y la experiencia de NESTLÉ.

1 bote de leche condensada

LA LECHERA

Contiene tantas

grasas, como 35 grs. de mantequilla

proteínas, como 5 huevos frescos

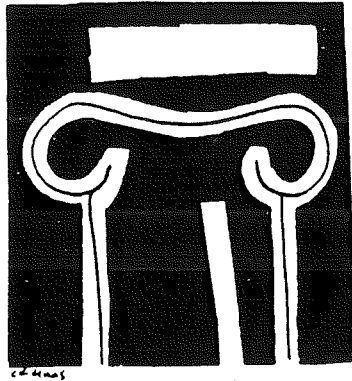
sales minerales (calcio, fósforo), como 2 Kg. de fruta o verdura

azúcar, como 40 terrones

Por su gran valor nutritivo... ¡es económica!

Fig. 8. Anunci basat en els esquemes de la tipografia moderna: claredat i simplicitat. Nul·la intervenció d'elements ornamentals.

(Destino nº 1141, 20-VI-1959)



clásico

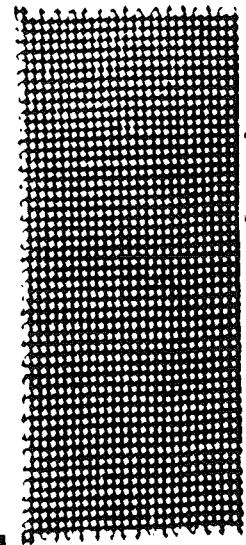


Fig. 9. Atrevida composició de Cárdenas per a l'agència de publicitat Clarin. Desapareix el clàssic «horror als blancs» i es transforma en una poètica distribució de petits elements.

-veg. Bibl. Gen. CUSA (1960)-

clàssica; aquesta distribució també pot denominar-se «Renaixement».

Si afegim a aquest eix essencial alguns eixos verticals secundaris serà possible alinear les masses principals, coordinant-les entre sí en cas de quedar allunyades. Aquesta disposició, en el sentit més clàssic i ortodox de la idea, és la paginació per columnes equidistants. Però, si aquestes relacions no són successives, permetran d'intercalar unes altres alineacions que podran seguir uns altres eixos.

La massa principal pot ser un dibuix o bé una capitular (exemple de *fig. 10*), en tot cas, l'alineació de l'eix requerirà una major ordenació, i per tant major homogeneïtat.

(*vid. fig. 10*)

En cas de topar-se amb l'obstacle i inconvenient d'observar una excessiva rigidesa en el conjunt (sempre segons *Maertens*), pot resoldre's amb un nou traçat dels susdits eixos secundaris. L'alineació secundària, en cas de no estar directament enllaçada amb la principal, pot ordenar-se en relació a una altra massa principal.

La idea principal hauria de consistir en disposar de blancs suficients, respectant els marges i deixant «respirar» les masses.

La ventaja del croquis és que una línia dibuixada sempre pareix major que la línia de composició, de manera que s'aporta una disciplina visual per descobrir l'equilibri freqüentment ocult que sol escapar-se-li als maquetadors poc hàbils.

Aquests consells de *Maertens* eren imprescindibles per a la pràctica totalitat dels maquetadors autòctons, ja que llevat d'algunes excepcions magistrals, la majoria composaven intuïtivament, i cal ser un geni per arribar a resultats positius partint d'unes idees poc formades.

El mètode del «damer de columnes» combina les alineacions verticals i horitzontals (les il·lustracions de les *figs. 5 i 6* en són un bon exemple). El damer simple divideix el format

EÑORA:

DEL GUSTO MAS DEPURADO,
LA MARCA **DUWARD** CONSTRUYE
—ATENTA A LAS IMPOSICIONES
DE LOS CREADORES DE LA MODA—
UNA INSUPERABLE GAMA DE
MODELOS, QUE HOY TIENE LA
SATISFACCION DE OFRECER A UD.

Su relojero le presentará
el magnífico surtido de
CREACIONES FEMENINAS **DUWARD**

DUWARD
RELOJ PERFECTO

Fig. 10. Composició que parteix d'un eix simètric de separació. La «S» convertida en lletra-il·lustració-voluta no solament engarça la forma del text amb el dibuix dels rellotges, sinó que coordina i integra els dos espais.

(Destino nº 889, 21-VIII-1954)

seguint un nombre igual de caselles a l'ample i al llarg, formant una quadrícula. Alguns d'aquests quadrats s'ocuparan amb les masses de composició de text o figures, la resta quedarà en blanc, succeïnt-se i alternant-se espais blancs i negres, com en un damer. Sempre caldrà reservar els marges habituals abans d'inscriure els elements gràfics. Podrà utilitzar-se cada casella en tota la seua extensió, o bé omplir la part que interessa en funció de les necessitats.

Finalment, el mètode dels grups alfabètics pretén realçar una inicial o un element gràfic atractiu, respectant el repartiment dels textos segons la tipografia de cada massa.

L'originalitat d'aquest mètode (ens diu *Maertens*) radica en el fet de que, a més dels eixos verticals i horitzontals, s'hi inscriuran les diagonals, que travessaran els extrems dels eixos, jugant també la missió d'alinejar. Aquestes alineacions oblíquies destacaran el valor dels elements que descansen sobre elles.

La justificació dels textos s'inscriu en uns múltiples dels grups elementals establerts pel mètode adés comentat dels «damers en columnes».

(*vid. fig. 11*)

Maertens considera el mètode dels grups alfabètics com un desenvolupament de la tipografia de damers, que pot perillar si s'arriba a les alineacions d'estructura difícil i perillosa de coordinar. En tot cas, més que inclinar el text, creu interessant saber utilitzar les diagonals que facilita el croquis, per fixar en elles els punts de partida de les alineacions verticals i horitzontals. Els raonaments i les exigències hauran de ser estètics, la qual cosa obliga a posseir uns extensos coneixements de les regles de disposició dels elements del croquis.

O

¡Algo nuevo en España!

▼

AMENA...
FORMATIVA...
DIFERENTE...
MEJOR...

▼

Vendrá a llenar un hueco en las publicaciones existentes

▼

I

¡PROXIMAMENTE!

E

Descuentos especiales a los señores Maestros, y a Colegios

▼

Procure estar atento a nuestra publicidad y pídasenos informes sobre el particular

▼

O I E

ORIENTACIÓN ◀ INSTRUCCIÓN ▶ EDUCACIÓN

O

Un precioso auxiliar para la Escuela

▼

Ayude a sus alumnos a dirigir el rumbo de su vida por el mundo actual

▼

Suscribalos a

O. I. E.

I

Revista para la juventud

E

Editorial Sembrar

J. Domènech

Conde de Altea, 48
Teléfono 27 09 33
VALENCIA
(España)

Fig. 11. Original i forçada estructura de damer en columnes on les lletres (element exclusiu) distribuïran els diferents espais en funció dels canvis d'alfabet emprat.
(Valencia Escolar nº 72, novembre 1956)

També nosaltres aportem raonaments estètics en la present tesi, la qual cosa no significa que d'altres paràmetres (històrics, socials, tècnics, culturals,...) poden resultar interessants per ampliar considerablement la visió estètica d'una època concreta.

II.f.

La lletra com a signe i la significació de la lletra.

Justament podríem encetar aquesta indagació amb un axioma: la lletra representa el so. Tanmateix, no deuríem de recórrer a una evidència «històrica», ja que des del principi neguem la suposada certesa d'aquest axioma. I diguem més arriscadament: la lletra no representa, evidentment, el so, tot i fer-se càrrec en primera instància de significats verbals a partir de la representació de les paraules (entitats sonores en un principi).

Si fem cas de la definició més comuna, la lletra representa cadascun dels signes identificables amb els sons d'un llenguatge. Això no és del tot cert, ja que deixa sense explicació la part gràfica de la representació visual d'aquelles figures que som capaços de desxifrar com a lletres.

(vid fig. 1)

Les composicions que ens transmeten l'aspecte de les lletres són traços executats segons un ordre força constant, però que, malgrat tot, ha variat amb el transcurs dels segles. La ciència de la paleografia s'encarrega d'analitzar aquests traços, així com llurs característiques, les quals permeten destriar-ne els elements integrants i els factors de transformació.

En qualsevol cas, podem diferenciar clarament entre llenguatge oral i llenguatge escrit. De fet, utilitzem l'expressió «aprendre de lletra» quan ens referim a l'aprenentatge de la lectura. I la lectura, tot i posseir un substrat sonor, resulta eminentment visual. Per acabar d'arrodonir les distàncies entre oral i escrit, és justament quan l'home comença a

¡PREVENGASE!



*Suscribiendo
una póliza en*

EL OCASO, S.A.

COMPANIA DE SEGUROS
FUNDADA EN EL AÑO 1920

Domicilio social: PRINCESA, 23 (edificio de su propiedad). MADRID

Agencia regional: Maldonado, 2. Teléfono 17256. VALENCIA

ALBALAT DELS SORELLS Caudillo, 97 - Te-
léfono 56. (Foyos)

BURJASOT Caudillo, 24 - Teléfono 321

CARCAGENTE San Francisco de Asis, 7. - Te-
léfono 195

CASTELLON Ximénez, 6 - Teléfono 2469

CATARROJA Paluzie, 1 - Teléfono 132

GANDIA Los Mártires, 5 - Teléfono 1262

JATIVA Plaza de España, 3 - Teléfono 337

LIRIA Colón, 24 - Teléfono 145

SAGUNTO (Puerto) Plaza de España, 13 - Teléfono 4

SEGORBE Calvo Sotelo, 8 - Teléfono 95

SUECA Virgen de Sales, 75 - Teléfono 116

TORRENTE Plaza del Caudillo, 9 - Teléfono 89

Fig. 1. Una lletra que ha sigut desplaçada del seu codi habitual: la «S» (de «segurs») es converteix, dins de la senyal, en una carretera perillosa i plena de corbes.

(Clima, febrer 1956)

representar el llenguatge mitjançant la petjada de signes sobre un material, que ens llencem a parlar de «cultura» i encetem la «història».

Aquestes reflexions ens transporten immediatament a *Roland Barthes*, el qual, lúcidament i irònica, ha sabut conjugar amb mestresa i elegància les contradiccions que els *mass media* han introduït en la confecció de missatges verbals i icònics durant el segle XX.

En Barthes (1986) trobarem un aspecte novedós, quan dóna per just que *«la lletra occidental, observada en el seu entorn publicitari o pictòric, té vocació de metamorfosi figurativa»*. El nostre autor arriba més lluny encara quan diu que *«aqueix objecte, tan senzill en apariència, tan fàcil d'identificar i nomenar, té quelcom de diabòlic: s'escapa en totes les direccions, i sobretot en la direcció del seu propi contrari; constitueix allò que anomenem un significat contradictori, un enantiosema»*.

El valor que *Barthes* atorga als caràcters de l'alfabet va més enllà de la primera intenció literària, inherent al caire comunicatiu dels símbols que coneixem com les «lletres». Tot i tractar-se d'una senzilla combinació de rectes i corbes, constitueixen el punt de partida d'una imatgeria tan vasta com una cosmografia.

Els estudis de l'autor que ara referim han tractat de temes com: el catàleg d'alfabets de *Massin*, les lletres d'*Erté*, la semiografia d'*André Masson* o les pintures de *Cy Twombly* amb esgrafiats poètics. Els arguments semiològics d'aquest representant francès de la Teoria de la Comunicació abarquen tota la gamma de llenguatges informatius i/o artístics aptes per transmetre missatges més o menys característics. Tant el món de la música, com la literatura, com la plàstica (especialment el de la imatge) han sigut motiu dels seus encertats estudis. I precisament quan ha desafiat el repte de les lletres-objecte-imatge hem pogut assaborir al més esplèndid dels barthes. Aquesta deducció ve al cas després de la lectura del seu assaig sobre *Erté*. Hi descobrim un *Barthes* pletòric, llençat, exultant, complet. Un *Barthes* que també afirma:

«Al liberarse de su papel lingüístico (formar parte de la palabra), la letra puede llegar a decirlo todo: en esta zona barroca en la que el signo es aplastado por el símbolo, una misma letra puede referirse a dos cosas contrarias entre sí».

p. 105, Barthes (1986)

Què ha vist *Roland Barthes* en les lletres?

Quins prejudicis hem assumit per considerar les figures de l'alfabet tan sols en la mesura de la seua component verbal?

On acaba la vessant estètica del disseny de caràcters, i fins on poden arribar les evocacions plàstiques dels símbols de l'alfabet?

L'assagista nord-americà *Neil Postman* intenta descobrir els inicis del conflicte entre el comportament escrit i la llengua parlada en els documents grecs, concretament en *Plató*:

«*Plató* sabia que l'escritura duria una revolució de la percepció: que l'ull desplaçaria l'orella com a òrgan del processament del llenguatge. És més, existeix la llegenda que per estimular aquest desplaçament, *Plató* insistia que els seus alumnes estudiessin geometria abans d'entrar a la seva Acadèmia.»

(...)»L'escritura fonètica va crear una nova concepció del coneixement, a més d'un nou sentit de la intel·ligència, del públic i de la posteritat. Totes aquestes coses ja les va reconèixer *Plató* en un estadi inicial del desenvolupament dels textos (...) i va entendre millor que ningú que el fet de plasmar les opinions en caràcters escrits seria el començament de la filosofia i no la seva fi.»

pàg 20, POSTMAN (1990)

Acostant-se perillosament als arguments de *McLuhan* (al qual ens referirem més endavant), *Postman* intueix en la forma de les lletres una component de «satisfacció visual» que

afectarà a tot el que representa la societat de l'entreteniment. Per a *Postman*, els mitjans de comunicació de masses s'han convertit (justament des dels anys '50, i amb una major incidència des de la instauració de la televisió) en «mitjans d'entreteniment», i la matèria impresa basarà la seua estratègia en l'aspecte visual dels caràcters i la fotografia.

Per a nosaltres, en aquest treball, la lletra serà sobretot el grafisme i la imatge de la lletra.

La lletra és un signe aïllat i individual. Pertany a un codi gràfic directament emparentat amb el llenguatge oral, el qual és traslladat al medi visual per una relació lingüística i verbal.

La forma de la lletra és un element plàstic suggerent d'àmplies possibilitats de desenvolupament gràfic.

(*vid. fig. 2*)

El poder evocador dels signes de l'alfabet atreu poderosament l'atenció dels creadors i dels observadors.

Quan parlem, o llegim en veu alta un text, la lletra «es converteix» en so; el grafema transmet una idea fònica.

Quan escrivim representem amb signes més o menys complexes (les paraules, entitats mínimes de significat) les nostres idees i pensaments.

Quan la dibuixem, la lletra pot respondre a la idea d'entitat artística, bé si la situem en un cartell o la introduïm en un medi publicitari i/o pictòric.

En qualsevol cas, els aspectes referits qualifiquen a l'element «lletra» com un subjecte en procés de creació constant, capaç de transmetre, codificar i guardar gelosament l'esperit genèric de la humanitat.

Delicia de la nieve

Abrir surcos en estas pendientes sobre las que brillan los cristales de la nieve recién caída es uno de los placeres más maravillosos que ofrecen ahora los variados blancos de La Motina y Narta a ese ejército de deportistas que en la madrugada del domingo, camino de la estación subterránea de la Plaza de Cataluña, con los esquís al hombro despertaban sonoros como con sus botas en las calles de la ciudad que amanece.

DESTINO

NÚMERO DE 32 PÁGINAS • 4 PESETAS

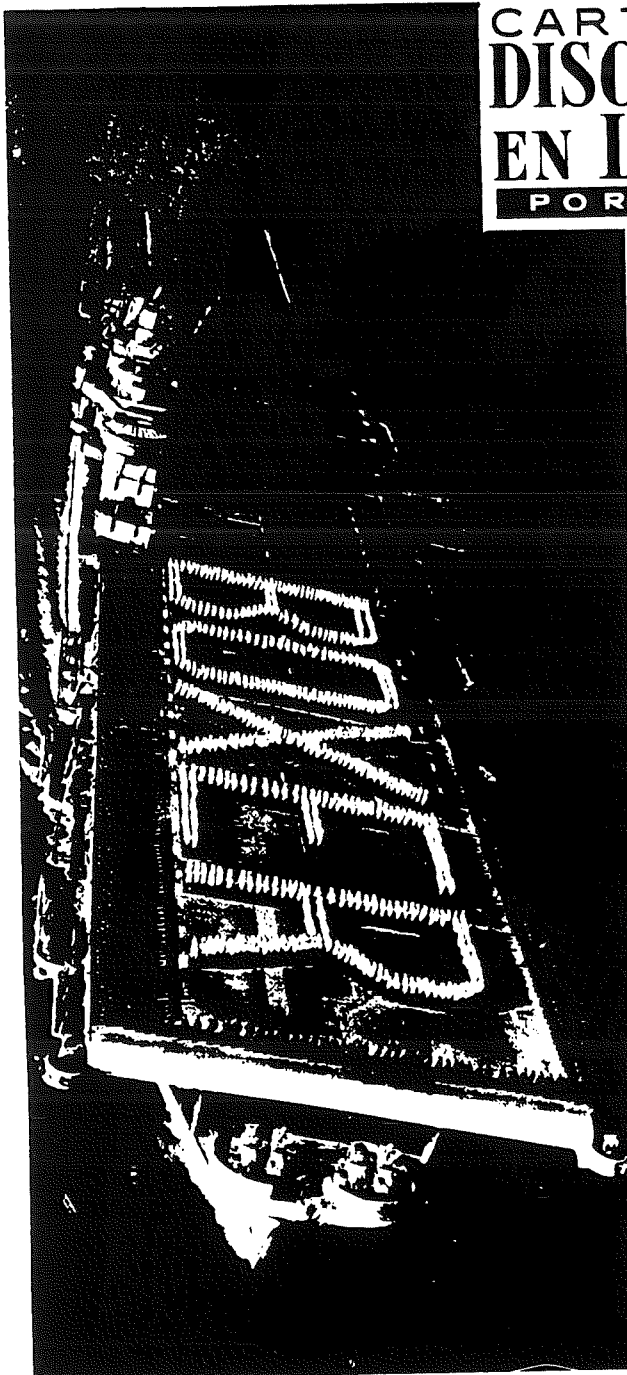
REDACCION Y ADMINISTRACION
PELAYO, 28, PRAL., 1.º - TELEFONO 21-14-82

SEGUNDA EPOCA
AÑO XIV

BARCELONA, 16 DICIEMBRE 1950. - N.º 697

CARTA DE WASHINGTON DISCURSO EN MANDARIN EN LAKE SUCCESS

POR JOSE M^a MASSIP



Con su tripulación formada en cubierta escribiendo las letras de su nombre, el «Boxer», portaaviones norteamericano, regresa a San Francisco después de cinco meses de servicio en Corea.

«SIGUIENDO instrucciones del Gobierno Central de la República del Pueblo de China, he venido aquí, en nombre de los cuatrocientos setenta y cinco millones de habitantes de China, para acusar al gobierno de Estados Unidos por el ilegal y criminal acto de agresión armada contra el territorio chino...»

Con estas palabras, que traduce literalmente abrió su declaración ante el Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas, en Lake Success, el jefe de la misión del gobierno comunista de Peiping, general Wu Hsiu-chuan, a las cuatro menos cuarto de la tarde del 27 de noviembre.

Con todos los músculos de la cara contraídos, las venas marcadas en la frente, los ojos clavados en los papeles, las manos como garfios y la voz silbante, Wu Hsiu-chuan lanzó las nueve mil palabras de su arenga como nueve mil piedras dirigidas, una tras otra, a la cabeza congestionada del jefe de la delegación norteamericana, Warren Austin. El orador habló en Mandarín (con acento de Hubei, según me dijo después uno de los traductores) y los intérpretes en inglés, francés, español y ruso pudieron seguir a duras penas el frenético dispaño de la arenga. A la izquierda del orador, tres sillones más allá, Jacob Malik abandonó varias veces su acostumbrada impassibilidad para sentir, con acentuados movimientos de cabeza, a los gritos del general comunista.

AQUÍ Y A 7.000 MILLAS DE AQUÍ

En aquellos mismos instantes, a siete mil millas de distancia, en la noche helada de la frontera coreano-manchú, centenares de miles de soldados chinos, con sus chaquetas acolchadas y sus gorras con orejeras peludas, se lanzaban contra la vanguardia de las tropas de la O.N.U. y destruían la punta de lanza de la ofensiva iniciada por el general Mac Arthur, tres días antes. Al día siguiente, 28 de noviembre, todo el frente aliado en Corea estaba derrumbado y los comandos de campo ordenaban el repliegue general. Hoy, cuando escribo, la vanguardia china ha entrado en P'yongyang y Washington sabe que puede ser necesaria la evacuación de toda la península de Corea.

Por primera vez en estos inciertos años de trasguerra, aquella tarde de noviembre, oyendo el áspero sonido del idioma chino, siguiendo la traducción insistida en los auriculares y viendo la expresión del rostro del orador, tuve la impresión de que las cosas no tienen remedio, de que la crisis de Corea es la primera batalla de una nueva guerra y que, en fin, no habrá

conlicencia posible entre el mundo cristiano y el mundo rojo. Por todo comentario, un corresponsal americano que tenía a mi lado, se dijo a sí mismo en alta voz: «O les destruimos o nos destruirán...» Y, por primera vez, lo confieso, el truculento dilema me pareció atrozmente normal.

El salón del Consejo de Seguridad tenía algo de manicomio aquella tarde. Aquellas vastas salas sin ventanas, con aire acondicionado e iluminación indirecta, tienen siempre una cosa hostil, y cuando hay que estar quieto varias horas en ellas escuchando los discursos de un debate cualquiera, se acaba desazonado y deprimido. Son salas que enervan, como los quirófanos, y se piensa instintivamente en el aire libre y en las secretarías que a mediodía salen a tomar el sol recostadas sobre el césped que rodea el edificio.

LA PESADILLA

Mientras peroraba el general Wu, pudimos sentirnos todos envueltos en una pesadilla, sumergidos en un mundo invertido en que los criminales se convierten en víctimas, los fiscales en reos, la verdad en mentira y el mal en bien. Una zarabanda de palabras que habían perdido su sentido, como limones exprimidos; un razonar disparejado, una lógica de capicua, amigos cables, hechos históricos desgarrados como pedazos de papel que el viento se llevó... Y todo ello, trufado de agresiones y liberaciones, democracias e imperialismos, círculos gubernantes y pueblos oprimidos, explotados y explotadores, capitalismo y comunismo, clases opresoras y proletarios



EL BAR DE JOE STALIN

(De «Dallas Morning News»)

Fig. 2. Original signatura del porta-avions nord-americà «Boxer», formada a la coberta de la nau pels propis marines.

(Destino nº 697, 16-XII-1950)

Amb el grafisme de cadascuna de les lletres podrien simbolitzar-se perfectament els fets, les figures, els elements, les passions, i tota una àmplia gamma d'idees i successos, que posteriorment enllacem amb la pròpia i exacta interpretació personal. En funció de l'ànim particular de cadascú esdevindrà un diferent grau de sensibilitat receptiva als símbols per excel·lència: les lletres de l'alfabet.

(vid. fig. 3)

Els canvis del pensament estètic, als quals estan sotmeses les estructures legibles de les formes de les lletres, afecten al món de la gràfica en la mateixa mesura que influeixen en la pintura, l'escultura, la literatura i totes les arts de cada època. Curiosament, la lletra tipogràfica sempre va un tant parella als ritmes estilístics de l'arquitectura.

La lletra com a signe, com a símbol i com a figura conté recursos inesgotables per oferir-li's als qui treballen en el món de la publicitat i la tipografia. Així mateix, és capaç de provocar als literats per desenvolupar els arguments més subtils i psicològics als seus missatges. Els artistes gràfics poden crear imatges atractives de marques, portades, pàgines, tot a base de tipus suggerents i sempre renovadors.

Dins del món de la publicitat, cal aprendre a compondre amb el text escrit, i conscienciar-se de la gran capacitat d'atracció que generen els signes de l'escriptura. Les idees mai no quallaran per mera coincidència, ni sorgiran amb facilitat, com si fos un joc espontani. Les «noves idees» en tipografia solen anar vestides d'un hiabillament d'idees «antigues», però amb patrons confeccionats de bellnou, els quals són objecte d'una adaptació als models més moderns de cada època.

(vid. fig. 4)



Fig. 3. A més de transmetre els termes lingüístics, la lletra pot engendrar significats formals.

-veg. Bibl. Gen. CUSA (1960)-

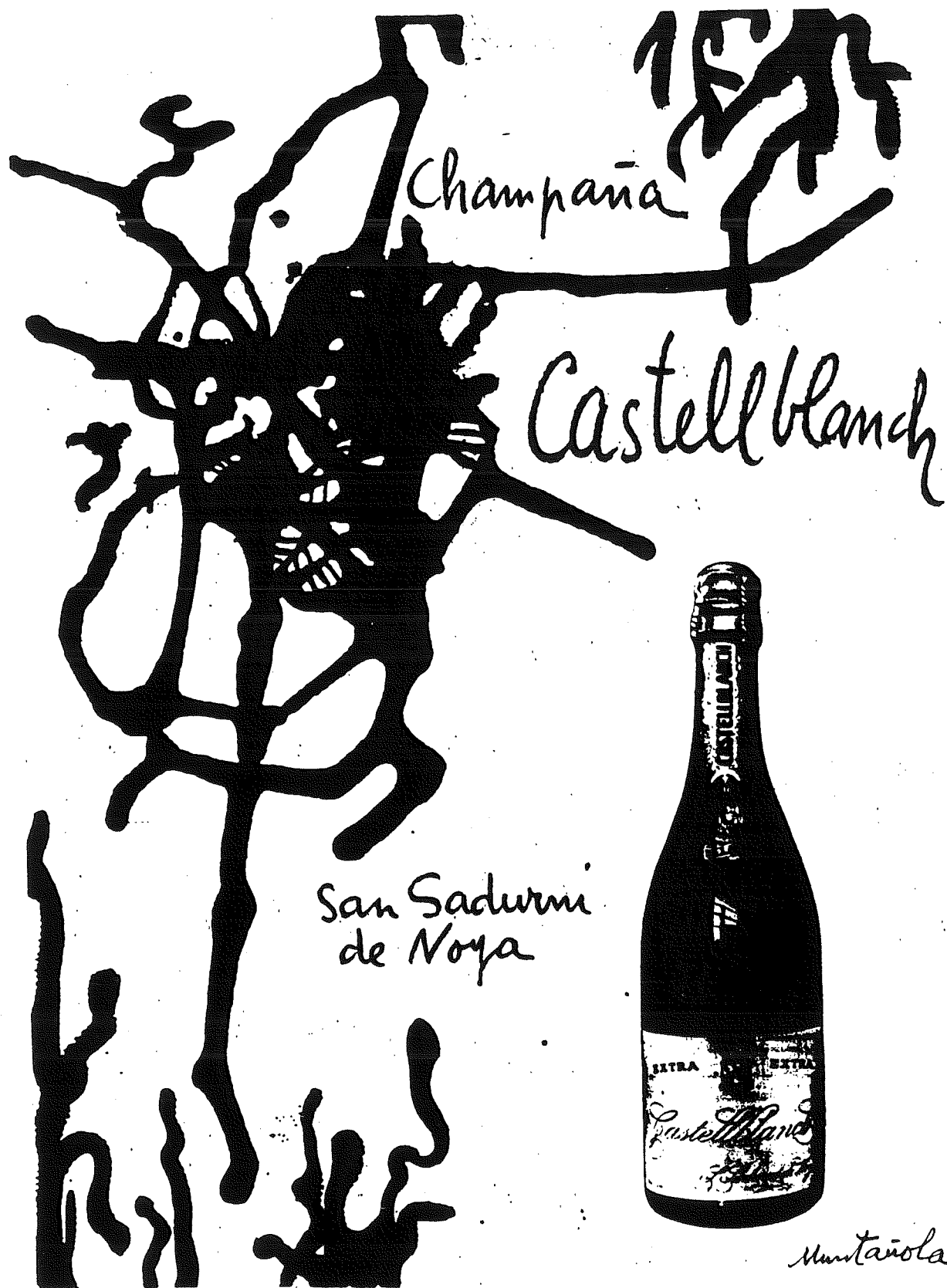


Fig. 4. La lletra s'adequa al temps i a l'espai. En una època de pintura informal i tendències expressionistes, els signes gràfics de la publicitat (incloses les lletres) transmeten l'esperit estètic.

(disseny de Muntanyola per a Castellblanch, Destino n^o 1055, 26-X-57)

En el moment -a vegades tràgic- de la creació, l'esforç mental pot recolzar-se en la lletra, ja que aporta, per la forma i la simbologia gràfica, una substancial col·laboració.

La contribució de la lletra a la idea es transforma en imatges animades d'un dinamisme plentíctic. Produeix un impacte que perdura en la sensibilitat d'algunes persones.

Quan la combinació adequada entre la lletra i la imatge es converteix en un atractiu i encertat grafisme, podem afirmar que la lletra representa, en el conjunt de l'obra d'un artista (publicitari o no) una de les més interessants aportacions funcionals, i un extraordinari vehicle de les idees.

Les arts gràfiques i la publicitat han recorregut un llarg camí pel que respecta al desenvolupament i la recerca de la idea-imatge.

El grafisme de cadascuna de les lletres de l'alfabet suggereix per si mateix formes i figures amb les quals una gran quantitat d'artistes gràfics han realitzat bellíssims exemplars de marques i combinacions representatives, identificatives i decoratives.

La lletra com a figura de la imatge corporativa pot resultar atractiva en la més contundent senzillesa, ja que la simplicitat sol vindre acompanyada de recursos que mai no podrien aportar un altre tipus de signes.

Tan sols l'element lletra podrà servir de vehicle per desenvolupar interessants idees publicitàries.

(vid. fig. 5)

La idea, en publicitat, ha de comptar amb una connexió idònia entre fons i forma, fonament i exposició, contingut i contenidor. El fons és la idea en el sentit apel·latiu, la línia argumental, les raons i motius que impulsaran a la persuasió d'allò que s'ofereix. La forma és allò extern i apreciable, suport estètic que s'argumenta a base d'imatges o paraules, amb

Está a la venta en
Farmacias, el famoso
BENZYL-IODOL ENRICH
GOTAS
para la
PRESION ARTERIAL
y la **OBESIDAD**

J. J. THARRATS FELIU VIA
JOYAS 1957
1-14 DICIEMBRE SALA GASPAR


SI SUFRE
Presión Arterial
CONSULTE A SU MEDICO

C.S. 1002

**40 DE CADA 100 PERSONAS
MUEREN DE HIPERTENSION**

Fig. 5. Situacions estratègiques del text per atreure al fullejador.

un missatge gràfic que necessitarà comptar amb un màxim de poder de captació, estimulant els desitjos mitjançant els sentits.

El fons i la forma s'hauran de complementar, ja que la part externa haurà de ser una conseqüència del contingut específic. Als ulls de l'observador, el fons s'ha de convertir en forma, per poder assimilar així -amb recursos psicològics- la intensitat necessària de captació, que òbviament es transforma en necessitat creada d'adquirir el producte en qüestió.

(vid. fig. 6)

La lletra-imatge té un doble valor: engendra una harmònica relació que es materialitza en un grafisme (marca, distintiu, emblema) l'objectiu del qual consisteix en identificar i individualitzar un símbol. Aquest reconeixement mnemotècnic s'origina tan ràpidament que l'observador no se n'adona del mecanisme encadenat d'elaboració mental que s'efectua entre la vista i el pensament de la idea transmesa. Les arrels del poder i de la força que conté (en termes publicitaris) el dibuix de la lletra-imatge estan molt assumits pel nostre fur intern. Aquesta íntima assimilació i posterior possessionament prové dels temps en els quals la nostra consciència infantil va començar a descobrir el significat eufònic de la lletra i de la paraula escrita per la nostra pròpia mà.

En la més tendra infantesa aprenem i descobrim allò que més arrelat quedarà en els nostres records sublimats. La insistència de l'ensenyament i els exercicis de lecto-escritura dels primers anys d'escolarització seran la base de l'atracció que provoca en nosaltres la simbologia de l'abecedari.

(vid. fig. 7)

Quan la vista contempla la lletra-imatge el significat brolla instintivament, degut a que la petjada visual avivada per la retina, la teníem ben enganxada al nostre sub-conscient.

PRESENTA
SU 1ª LISTA DE
MATERIAL 1957-58

Marido en vacaciones
 ALBERTO SORDI
 GIULIETTA MASSINA MARA BERNI
 Director: GIORGIO BIANCHI

Cautivo del terror
 PAUL DOUGLAS
 RUTH ROMAN
 GREGOIRE ASLAN
 Director: KEN HUGHES

12 HOMBRES SIN PIEDAD
 HENRY FONDA
 ED BEGLEY
 LEE J. COBB
 Director: SYDNEY LUMET

Costa de tiburones
 VICTOR MATURE
 KAREN STEELE
 JERRY HOPPER
 KAREN OLSON
 JAMES OLSON
 Director: JERRY HOPPER
 TECHNICALOR

MANOS SUCIAS
 AMADEO NAZZARI
 KATIA LORITZ
 FRANCISCO PIQUER
 Escrita y dirigida per JOSE ANTONIO DE LA LOMA

El jugador
 JOHN PAYNE
 RHONDA FLEMING
 RONALD REAGAN
 SUPERSCOPE
 Director: ALLAN DWAN
 TECHNICALOR

Ellos y ellas
 MARLON Brando
 JEAN Simmons
 FRANK Sinatra
 VIVIAN Blaine
 Director: JOSEPH L. MANKIEWICZ
 CINEMASCOPE
 TECHNICALOR

¡Siempre un triunfo en su mano!

Fig. 6. Entre redactar un text amb un tipus igual de lletra, i adequar a cada caracter una idea diferent, està la petjada visual de les relacions simbòliques.

(Clima, agost 1957)

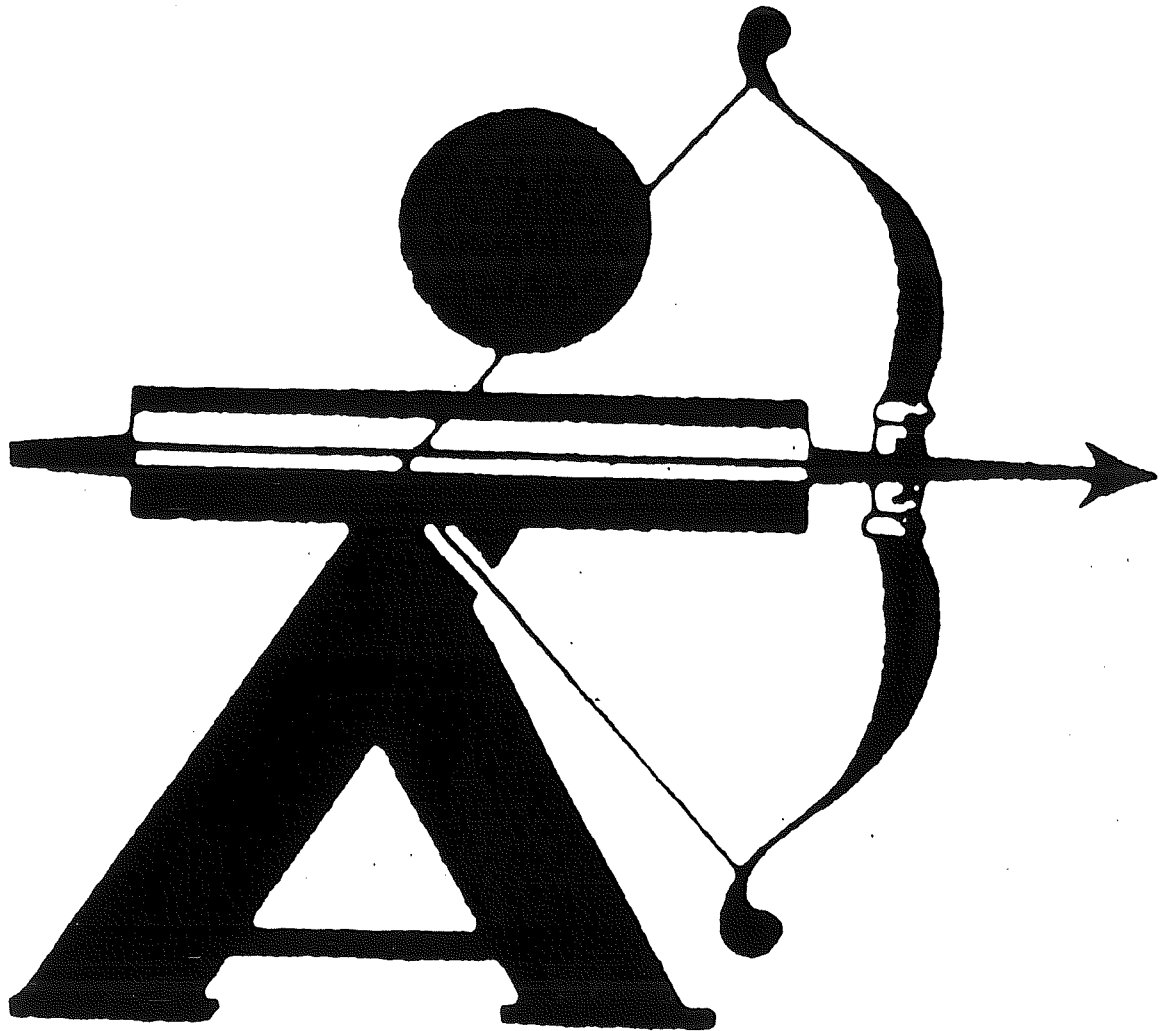


Fig. 7. Encertadíssim exemple de lletra-figura, on la inicial de la marca de fotogravats «Arcos» s'ha convertit en un autèntic arquer.

La lletra ofereix a la imatge tota la càrrega emotiva de símbol recordatori.

Introduir l'aspecte de la lletra en la funció d'objecte no-verbal esdevé l'eina més eficaç amb la qual pot comptar un creatiu per atreure a l'espectador. Per exemple: la lletra «O». El cercle, la circumferència, inclús l'esfera, es transforma en un símbol que pot representar múltiples idees (la veritat, el deure, la virtut, la constància) reflectides subreptíciament pel contorn tancat de la corba més perfecta i definida. En quant a la forma, una «O» pot significar l'ull, la cara, el crit espontani, la lluna i el sol, el principi i la fi, la llum i l'obscuritat. Si li adjudiquem la validesa de l'objecte al qual pot fer referència, aquesta mateixa «O» està en condicions de representar una roda, l'esfera d'un rellotge, la velocitat,...

Reproduïm un dels anuncis més carismàtics de la dècada de trencament. Creació antològica de *Cesc* per a la marca «Netol», va ser dibuixat al moment en què estava de moda el joc de l'hula-hop, i la lletra «O» representa justament el rodell amb el qual es contorneja el majordom per la cintura.

Ingeni i perícia s'han ensamblat en aquesta magistral i senzilla creació gràfica i publicitària. El plànol topogràfic de la pàgina i el text ha sigut transformat en espai de representació euclidiana.

(*vid. fig. 8*)

Resseguint les idees de *François Vermeil* al catàleg «L'image des mots» (exposició al Beaubourg de París l'any 1985):

«Le texte qui fixe le langage, dit les choses, les nomme, les articule, les signifie, au moyen de notre système alpha-phonétique; l'image illustrative, elle, montre, ré-présente les choses, imite ou invente la réalité, sans système automatique de décodage.»

NETOL



**50 años de éxito
y siempre al día**

POLVOS NETOL para una buena limpieza de SUELOS, BAÑOS, COCINAS, MARMOLES, ESCALERAS, MANOS...

Fig. 8. Magistral creació de l'enginyós Cesc. Un anunci d'antologia. La lletra com a recurs compositiu, gràfic i humorístic de relacions. La campanya va omplir pàgines de moltes publicacions a les darreries de 1959.

«Ces deux modes de représentation du monde, aujourd' hui s'imbriquent, se superposent, multiplient les lectures et les interprétations, provoquant ainsi des associations qui déplacent ou augmentent leurs registres respectifs. Dans ces tentatives de re-situer la cohabitation du texte et de l'image, le mot-image devient un métalangage».

Efectivament, tal i com diu Vermeil, tenim al nostre abast un meta-llenguatge que arrossega molts segles de convencions d'altres diversos llenguatges. Un codi eminentment occidental, ja que les cultures orientals mai no han perdut aquell nexa primari entre la lletra i la idea gràfica que representen (ideogrames xinesos), mentre que el nostre alfabet tan sols remet a una sèrie de sons que, en tot cas, després poden articular-se en forma de paraules amb significat.

(vid. fig. 9)

El repte del joc amb les figures de les lletres consisteix en solapar diferents contextes de significació. Per aconseguir la reacció desitjada, cal que l'espectador estiga en condicions de desxifrar cadascun dels significats implicats.

Disposem d'una sèrie de registres des d'on explicar cada significat:

- * La significació
- * La paraula
- * L'escriptura
- * El pensament

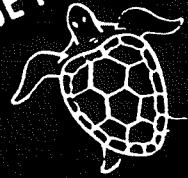
Als textos ideo-gramàtics l'escriptura és inseparable del pensament, mentre que als textos consonàntics i sil·labaris, l'escriptura és inseparable de la paraula.

Manos finas y bellas
con la sensacional Loción de

PERFUMES

JUPER

AL ACEITE DE TORTUGA
marina



NO ESCUECE - NO ENGRASA

ES EL RECONSTITUYENTE SUPER ACTIVO DE LA PIEL

*Aplicaciones:
contra el friu,
cortez, rojeces
y de sujeción
en la manicura
después de
depilarse.
en los codos.
para los pies.
al regresar
de la playa
después del
baño.*

FRASCO DE 1/8 Kilo.
PRECIO
1750

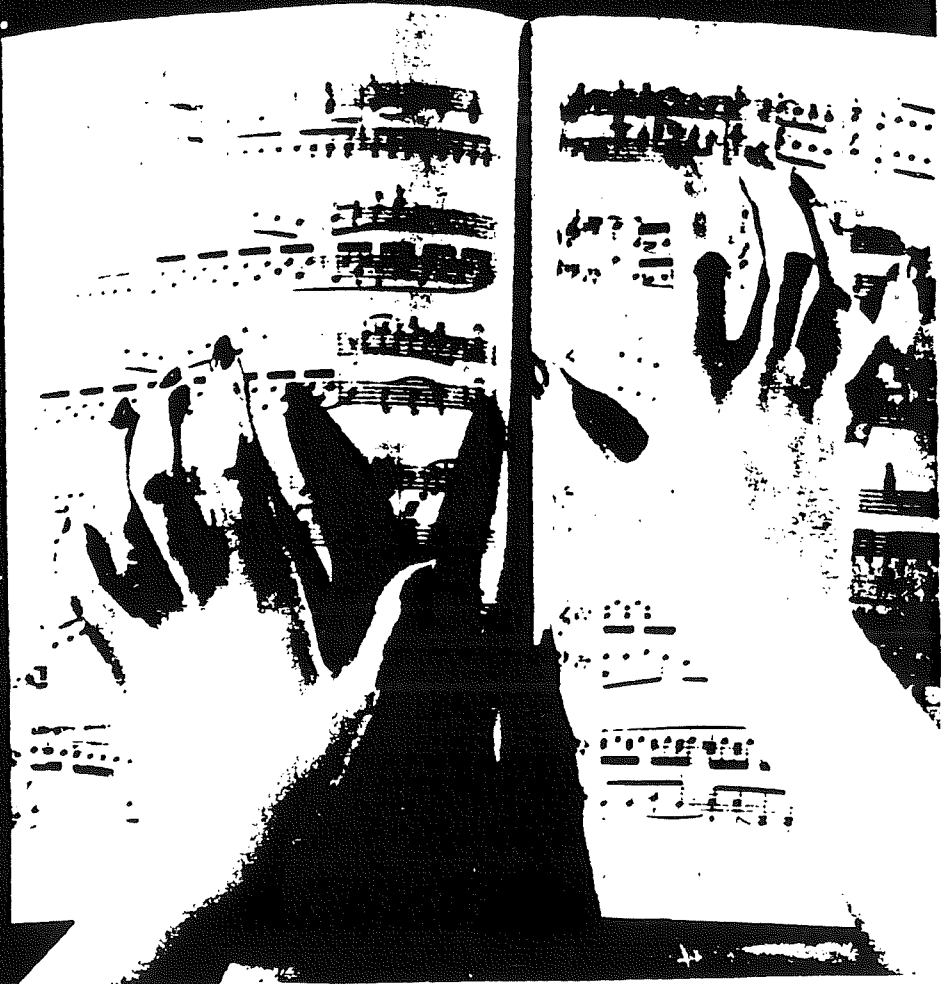


Fig. 9. Intens joc de solapament de llenguatges, recollits pel meta-llenguatge de la publicitat. Una partitura escrita és teclejada (com si fos un piano) per unes mans. S'hi anuncia, però, una crema-loció!

(Juperina nº 18, verano 1957)

En el món occidental, la lletra no porta intenció -en principi- de representar gràficament cap missatge. Tan sols cal diferenciar-la de la resta per adjudicar-li un so concret. Introduir el sistema alfabètic al món oriental suposava la destrucció de tot un sistema de comprensió. L'adaptació oficial dels xinesos al llenguatge escrit alfabètic data justament de la dècada de trencamant (ja ho apuntàvem al cap. I).

L'alfabet conté per a nosaltres quelcom d'especial, un atractiu singular, sobretot quan pensem en la importància que ténen aquests senzills traços, aparentment tan simples.

L'alfabet ha sigut el vehicle amb el qual occident ha imposat els seus criteris a la resta del món. I la potència de l'alfabet com a mitjà dissuassori es va incrementar de manera espectacular en el moment del descobriment dels tipus mòbils, de la impremta. No cal oblidar que sense l'existència d'un codi reduït com és l'alfabet (aproximadament vint-i-cinc signes) tampoc no hagués sigut possible la mecanització en la reproducció dels textos.

De sempre ens han ensenyat que «la Història» comença quan l'home inicia la civilització, i bàsicament la civilització i «la Història» comencen amb l'aparició de l'escriptura.

S'han inventat i utilitzat molts alfabetes, però el que més ha perdurat i pot considerar-se universal és l'alfabet romà, que és utilitzat a Europa i Amèrica, i en general a tots els llocs del món on es parlen llengües d'ascendència occidental.

Qualsevol país que desitge sumar-se al concert internacional de les potències, haurà de passar forçosament per adaptar al seu llenguatge l'alfabet fonètic. Així ho va fer el país més poblat de la terra als anys '50: la Xina.

En la revista «*El Correo de la Unesco*», al número corresponent al mes de juliol de 1957, l'escriptor *Xou Iou-Kuang*, membre del Comité Nacional per a la difusió i l'ensenyament del xinès, i també Cap del Departament d'Investigacions Fonètiques per a l'Ensenyança de l'Espectura, manifestava les temptatives i progressos realitzats per instaurar un sistema fonètic al seu país.

Les temptatives per adaptar fonèticament el xinès venien de lluny. Ja des de l'època dels primers missioners cristians (es coneix el cas concret del jesuïta italià pare *Mateo Ricci*), als inicis del segle XVII, s'estaven realitzant treballs en aquest sentit. Fracassada la temptativa primera, es reprén l'any 1847: dos missioners romanitzen els sons de quasi vint dialectes regionals per facilitar així la traducció de la Bíblia.

Una altra temptativa de romanitzar la llengua xinesa va ser ideada l'any 1867 per l'orientalista britànic *Thomas Wade*. Aquest sistema va tindre certa repercussió, i durant molts anys es va difondre en la seua utilització per les oficines de correus, també en nomenclatures científiques, en mapes, diccionaris i d'altres textos. Tot i això, mai no es va fer servir per escriure la llengua xinesa.

El gran problema d'adaptació consistia en que tots els sistemes descartats intentaven partir de la simplificació dels propis caracters xinesos.

L'any 1919, el govern va decretar l'adopció de quaranta símbols inspirats en els signes nacionals, als quals se'ls va donar el nom de *Xu-in Tzu-mu* (alfabet fonètic). Gràcies a la determinació del govern es va poder introduir un sistema d'impressió capaç d'estampar periòdics i revistes. Imagineu-vos, en cas contrari, la forma d'estampar un medi imprès de ràpida composició si s'havia de seleccionar, per a cada paraula, entre sis-mil possibilitats de tipus!

Fins a la dècada dels '50, aquest sistema va compaginar caracters fonètics amb signes i símbols de l'escriptura xinesa tradicional. Però tenia dificultats per adequar-se als sistemes educatius, complicant-se més encara quan es tractava de diccionaris i llibres de text. El sistema, si bé proporcionava els símbols adequats per a diversos sons de la llengua en qüestió, no servia (en opinió dels fil·lòlegs) per ensenyar a escriure, ja que no podia unir-se, i per tant allargava excessivament els textos.

No sols existia el problema de l'educació a les escoles, tampoc no podia adaptar-se a la màquina d'escriure, ni al telègraf i, el que és més important, a la impremta tal i com l'entendem a occident.

Els esforços més eficaços per introduir l'alfabet fonètic a la llengua xinesa es van iniciar en la dècada dels anys '30. Alguns elements revolucionaris, encapçalats per l'escriptor comunista Xu Xiu-Pai, i impressionats per l'èxit dels sistemes d'escriptura en les campanyes d'alfabetització entre algunes minories de la Unió Soviètica, es van llençar a l'adaptació d'una «escriptura llatinitzada» per a la seua llengua.

Va ser l'ambient generat pels periòdics i les revistes del país (associacions «Latin-xua» de Xangai, Canton, Hong-kong,...) que va crear l'ambient propici per arribar a la implantació, publicant articles amb textos i materials educatius, repartint milers de fulls als quals van aprendre a llegir els estudiants i gran part de la població.

Amb tot, la gran quantitat de llengües i dialectes existents dificultava la implantació d'un sistema comú d'escriptura. Inclús la comunicació parlada entre les mateixes regions destorbava qualsevol intent d'unificació.

Al remat, es va optar per una llengua comuna (a més del dialecte propi de cadascú), i el que és més important: l'alfabet llatí unificaria totes les llengües de la Xina.

En la tardor de 1957 es va iniciar en nombroses escoles primàries de la Xina l'ensenyament del nou alfabet fonètic a base de lletres llatines. En alguns aspectes rememorava aquell inventat per l'anglès *Wade* l'any 1867.

Aquesta implantació significava la substitució de les ideografies orientals per les nostres lletres que representen sons. Un problema greu, com ho és l'analfabetisme, podia resoldre's així degut al coneixement de l'escriptura per part de tots els infants. Qualsevol universitari xinès deixava d'estar obligat a conèixer més de 6.000 caracters amb un so i una idea diferents.

La transformació de la Xina anacrònica en una nació de gran desenvolupament industrial (que encara no s'ha produït, però) exigia l'erradicació de l'analfabetisme i l'educació de tots els escolars. Per una altra banda, els caracters xinesos no s'ajustaven a les necessitats

de les tècniques de la impremta, degut a l'elevat nombre d'ideogrames, inabastables en la linotípia o la monotípia. Pitjor encara ho tenien els impressors de llibres, amb caixes dividides en milers de caixotets.

Per quin motiu es va preferir les lletres de l'alfabet llatí?

La raó principal va ser llur universalitat. De fet, en alguns llenguatges científics (biologia, química, matemàtiques,...) ja s'utilitzaven a tot el món els símbols basats en aquesta sèrie de signes.

Gràcies a l'alfabet llatí, aplicat a la llengua pròpia, la cultura xinesa tenia l'oportunitat d'entrar a formar part de la «galàxia occidental avançada», la qual cosa pot no obstant evidenciar-se en qualsevol moment de la Història.

(*vid. fig. 10*)

Els signes de l'alfabet llatí han traspassat les fronteres... i els sentits!

El descobriment de *Luis Braille*, en adaptar a una estructura de punts en relleu les lletres de l'alfabet, suposava transformar les grafies de recepció visual en senyals taquigràfics que han servit per «alfabetitzar» a tots els cecs d'occident.

Difícil d'acoblar a un treball de percepció eminentment visual com el present, sí que resulta interessant conèixer l'existència de revistes publicades en sistema Braille. Concretament a l'Espanya dels anys '50, l'O.N.C.E. distribuïa entre els invidents una gruixuda revista de nom «**Relieves**».

Com a anècdota vinculada a la investigació de la present tesi doctoral, en una consulta efectuada a l' Hemeroteca Municipal de Barcelona (aleshores emplaçada a la Casa de l'Ardiaca), resultava incomprendible per a les bibliotecàries que no aparegués aquella revista arxivada amb el nom de «**Relieves**». No va ser possible trobar l'exemplar desitjat fins que una empleada, coneixedora del sistema braille, va saber desxifrar aquelles lletres

NERVIOSISMO

IRRITABILIDAD

INADAPTACION

El Instituto pone hoy a disposición del médico una nueva confección de COVATIN en cajas de 50 grageas de 0,21 gr. destinada al tratamiento de sostenimiento de los síndromos menores psicocatómicos y de los trastornos afectivos de la edad infantil

COVATIN

10 MGR.

INSTITUTO FARMACOLOGICO LATINO, S. A. - MADRID

Fig. 10. També les lletres de l'alfabet llatt poden compondre figures, com en aquest cas, on les faccions de la cara s'han resolt amb paraules situades al lloc escaient. Els poemes visuals pretenen, en certa mesura, aproximar-se als ideogrames de la llengua xinesa.

en relleu a la portada d'un cartró envellit d'aspecte rogenc. Efectivament, en aquell relleu hi havia escrit el nom de la revista buscada.

L'any 1952 es celebrava el centenari de la mort de *Louis Braille*. Aquell desconegut que en la seua època havia sigut soterrat en una freda cerimònia. Cent anys després, el govern francès sol·licitava que es traslladaren al Panteó les cendres d'un home que havia sabut adaptar l'alfabet al llenguatge tàctil de tots els incapacitats per a la percepció visual.

Després d'haver analitzat algunes de les possibilitats d'adaptació camaleònica dels nostres signes de l'alfabet, podríem estendre'ns en altres paràmetres que allargarien inadequadament el present estudi. Seguirem en l'exercici d'analitzar la vessant gràfica de les lletres com un fetitxe cultural de la civilització occidental.

UNIVERSITAT POLITECNICA DE VALENCIA

Facultat de Belles Arts de Sant Carles
DEPARTAMENT DE DIBUIX

Funció plàstica de les lletres
en les publicacions periòdiques
il.lustrades espanyoles
dels anys '50.

Volum II

Tesi Doctoral

presentada per:
Ricard Huerta Ramon

Dirigida per:
Juan José Tornero Alvarez

València i Febrer de 1992

III.

**L'art de commoure:
La difusió i la permanent
constatació de l'actualitat
en les revistes il.lustrades.**

III.a.

Catàleg comentat d'algunes publicacions espanyoles de la dècada estudiada.

Kilograms de paper. Mentre als llibres se'ls conserva com un patrimoni cultural, les revistes s'amunteguen fins que són llençades en paquets. Això és actualitat relativament recent, ja que als anys '50 es conservaven els exemplars de revistes il·lustrades durant llargues temporades. Amb aquesta actitud, es permetia de re-visitat constantment el document, i cabia la possibilitat de que fora llegit per molta més gent.

Els anys '50 poden ésser considerats com una dècada àlgida pel que fa al disseny de revistes. Aquesta idèa de culminació no sols és evident en les magnífiques publicacions nord-americanes («The Golden Age» dels magazines americans) sinó que abarca tot el panorama internacional, molt especialment l'uropeu, i cal tenir en compte que la península ibèrica en cap moment de la Història ha deixat de constituir una part del continent europeu.

La revista no és, en tot cas, un material d'informació perdurable.

Cada setmana, cada mes, cada número nou que apareix a la venda, deixa desferrat a l'anterior tant pel contingut com pel contenidor.

Tot és nou, però bàsicament tot continua igual.

En funció del tipus de publicació elegida, les notícies i les opinions estan exposades amb una intenció restrictiva. Mentre a la premsa diària (que és considerada fonamental per estar informat) els articles d'opinió i el conjunt de la informació van adreçades a un ampli espectre de lectors, en les revistes s'estudia prèviament el mercat humà al qual serà exposada aquella matèria informativa i visual. Aquesta mesura suposa una selecció del públic, intentant

aconseguir des del principi el vist-i-plau del sector definit per la majoria dels compradors i/o fullejadors de la publicació.

També la revista adquireix forma pròpia en quan al format i el tipus de paper i impressió, que s'allunya considerablement del disseny d'un diari.

(*vid. fig. 1 i 2*)

Una immediata comprovació d'aquesta selecció restrictiva del públic podem observar-la en els exemples de les *fig. 1 i 2*, els quals analitzarem seguidament.

Com que **Destino** era una publicació de tendència conservadora i adreçada sobretot a les famílies benestants de Barcelona, anuncis com els de l'exemple sí que podien tindre cabuda entre les pàgines del setmanari.

Per contra, ofertar música de jazz o clàssica (en aquells temps i en format disc!) als lectors d'una revista esportiva o infantil no hagués sigut gens eficaç. És evident que uns anuncis on pràcticament tot és text (lletra impresa o dibuixada) no atreuran en la mateixa mesura a un lector consumat com a una persona poc habituada a llegir.

Degut a l'excés de text, alguns elements (la paraula «Gratis», el requadre inclinat de l'esquerra,...) destaquen especialment sobre la monotonia textural de la resta. El paper del text dibuixat consistirà en augmentar l'atractiu de la pàgina. Per tant, el text deixa de ser matèria lingüística per entrar a formar part d'un recurs purament gràfic.

El joc de combinacions amb diferents caracters engega mobilitat, i configura l'atractiu del conjunt. L'únic element figuratiu d'autèntica importància en la pàgina analitzada és el dibuix del disc. Aquest cercle negre adquireix un pes compositiu important, per tractar-se precisament de l'única massa coberta considerable, motiu pel qual «pesa» més i destaca front al gran espai de lletres que l'envolta.

Para conmemorar su llegada a España
 el Club Internacional del Disco da

un fastuoso regalo
 de bienvenida
 que el Club ofrece gratuitamente
 a sus primeros 5.000 socios

GRATIS

ESTE MICROSURCO 33^{rpm} de 30 cm

- BEETHOVEN**
 SINFONIA N.º 8 En Fa Mayor, Opus 93
 Orquesta Pro-Música de Stuttgart
 Dirección: Walter Davisson
- MOZART**
 SERENATA. NOCTURNA
 "Eine Kleine Nachtmusik"
 Orquesta Sinfónica de la Radio de
 Alemania del Sur.
 Director: Walter Davisson
- CHOPIN**
 POLONESA N.º 6 (Heroica)
 Piano: Jean GUITTON
- WAGNER**
 CABALGATA DE LAS WALKYRIAS
 Orquesta de los Teatros Nacionales de
 Württemberg. Dirección: Josef Dünnwald

(que vale 275 ptas) A LOS AFICIONADOS
 A LA MUSICA!



LO NUNCA VISTO EN ESPAÑA ...

En efecto, aunque parezca increíble, Vd. puede recibir un microsuroc totalmente GRATUITO, si reúne estas dos condiciones que le permitirán formar parte del CLUB INTERNACIONAL DEL DISCO:

- 1.º Poser un tocadiscos 3 velocidades.
- 2.º Ser aficionado a la música.

SIN COMPROMISO NI RIESGO ALGUNO

Como Vd. ve, el Club Internacional del Disco, al regalarle este microsuroc le hace un obsequio de valor noble en la cuota anual (150 Ptas.), y que le permitirá juzgar por sí mismo las excepcionales cualidades artísticas y técnicas de las obras difundidas en el mundo entero por el Club.

Además el Club, le mandará una documentación sobre las ventajas reservadas a sus Miembros y sobre su vasto programa musical que será presentado en España a razón de 5 discos cada mes. Así oír Vd. las obras capitales de la música interpretadas por Orquestas y Directores de reputación internacional, que el Club hará aparecer en ediciones limitadas y de gran valor de colección, enriquecidas con una documentación musical interesantísima, biografías de los músicos, etc.

¡Atención! Adherirse al Club no le obliga a adquirir otros discos seguidamente.

VD. TENDRA A SU DISPOSICION LAS OBRAS MAESTRAS DE LA MUSICA INTERNACIONAL, A PRECIOS U. S. A.

Los microsurocs «alta fidelidad» del Club Internacional del Disco serán ofrecidos a los discófilos españoles al mismo precio que a los norteamericanos, gracias a su organización internacional para la difusión de la música clásica. Todos los discos de larga duración (33 r. p. m.), gran formato (30 cm) ¡a 195 Ptas.!

NO ESPERE VD. A MAÑANA PARA DECIDIRSE

El regalo de bienvenida del Club está reservado a los 5.000 primeros Miembros y las demandas de adhesión serán cumplimentadas por orden estricto de llegada. No corra Vd. el riesgo de llegar demasiado tarde. Aprovechese en el acto. El Club envía un solo disco gratuito por persona.



Este disco, como todos los discos del Club, es presentado dentro de un álbum (tomo libro), ilustrado por San Juan, uno de los mejores pintores españoles.

**CLUB INTERNACIONAL DEL DISCO
 ALCALA, 45 - OFICINAS 5-11 - MADRID**

Si Vd. no tiene tocadiscos 3 velocidades, solicite información sobre el nuestro. ¡SENSACIONAL!

REMITA ESTE CUPON HOY MISMO
 UNO SOLO POR PERSONA

VALIDO HASTA EL 9 DE NOVIEMBRE

CUPON A RECORTAR Y A ENVIAR AL CLUB INTERNACIONAL DEL DISCO
 ALCALA, 45 - OFICINAS 5-11 - MADRID

Deseo recibir el microsuroc gratuito ofrecido a los 5.000 primeros socios del Club Internacional del Disco y les pagare mi cuota anual de 150 Ptas. más 5 Ptas. por gastos de envío contra recepción del disco. Si el disco no es enteramente de mi gusto, lo devolveré dentro de 3 días y me reembolsaran el importe de mi cuota. Mi adhesión al Club no implica ningún ulterior compromiso de compra.

NOMBRE

DIRECCION

Fig. 1. Esquema de página repleta de text, un model que actualment encara es repeteix. Trama i ombra característiques dels anys '50 en la paraules preferent: «Gratis».

(Destino nº 1055, 26-XII-1957)

Conoce Vd el VERDADERO Jazz ?... He aquí su mensaje inédito

10 sensacionales CLASICOS del JAZZ

con todos estos grandes maestros del jazz:

SIDNEY BECHET
CHARLIE PARKER
COLEMAN HAWKINS
ART TATUM
EDDIE CONDON
DIZZY GILLESPIE
ERROL GARNER
TEDDY WILSON
PEE WEE RUSSEL
JACK TEAGARDEN

y con ellos:

Rex Stewart, Red Norvo, Albert Nicholas, Flip Phillips, Billy Taylor, Milt Hinton, Sonny Berman, Buck Clayton, Sid Catlett, Slam Stewart, Howard Mc Gee, Jo Jones, Bobby Hockett, Bud Freeman, George Wettling, etc.

EN UN MICROSURCO
 33 1/3 rpm 30cm.

que lo enviaremos

GRATIS!



JELLY ROLL BLUES, SLAM SLAM BLUES, RELAXIN' AT CAMARILLO, DARK EYES, B.C. BLUES, HONEY-SUCKLE ROSE, SERENADE TO A SHYLOCK, TRIO, MOON BURNS, BASIN STREET BLUES.

Un regalo maravilloso del C.I.D. del cual puede Vd. beneficiarse si se apresura a pedirlo

En efecto, aunque parezca increíble este Festival de jazz auténtico, será enviado GRATIS a todos los aficionados que decidan adherirse al Club Internacional del Disco, para poder adquirir con todas las ventajas reservadas a sus Miembros los incomparables discos de jazz y de música de baile que éste edita, al precio sin precedentes de 215.- ptas. por disco de larga duración (33 r.p.m.) gran formato (30 cm.).

Sin compromiso ni riesgo alguno

Como Vd. ve, el Club Internacional del Disco, al regalarle este Festival deslumbrador le hace un obsequio de valor doble a la cuota anual (165.- Ptas.) Y atención! Adherirse al Club no le obliga a adquirir otros discos. Así, aunque no comprara Ud.

nunca más otros discos del C.I.D., su discoteca dejaría de ser incompleta, este modo de expresión musical tan rico y variado encontrándose en adelante representado en ella por sus más grandes maestros.

Garantía total para Vd.

Si la reputación de estos maestros del jazz, el prestigio del C.I.D., garante

con sus 12.000 Miembros en España y sus 2 millones en el mundo entero, no le bastaran para decidirse, sepa que el Club le ofrece 3 días después de recibir el disco para escucharlo con toda calma y convencerse de su valor extraordinario. Si después de haberlo oído le deja a Vd. frío, enviaremos en ese plazo de 3 días y le reembolsaremos íntegramente el importe de su cuota.

No espere Vd. mañana para decidirse

Esta oferta, que permite la audición

simultánea de todos los grandes maestros del jazz reunidos en este Festival único, tendrá seguramente repercusiones en el mundo musical. Es muy posible que nuestros medios de producción todavía limitados resulten insuficientes para atender a la demanda. Envíenos pues inmediatamente el cupón al pie, ya que los pedidos, a razón de uno sólo por persona, serán servidos por orden estricto de llegada.

(Si es Vd. ya Socio del Club espere a recibir la oferta especial que le mandaremos rápidamente por Correo

VALIDO HASTA EL 30 de noviembre

CUPON A RECORTAR Y A ENVIAR AL CLUB INTERNACIONAL DEL DISCO - ALCALA, 45 - OF. 5 - 11 MADRID

Deseo recibir gratuitamente el Festival de Jazz que ofrecen a los aficionados que se adhieren al Club Internacional del Disco y les pagare mi cuota anual de 165.- Ptas. (más 10 Ptas. por gastos de envío) contra recepción del disco (teniendo el derecho de abrir el paquete delante del Cartero antes de aceptarlo y de pagar el reembolso). Si el disco no es enteramente de mi gusto lo devolveré dentro de 3 días y me reembolsarán el importe de mi cuota. Mi adhesión al Club no me obliga a adquirir otros discos más adelante.

NOMBRE _____

DIRECCION _____

TAMBIEN PUEDE VISITARNOS EN UNA DE NUESTRAS DELEGACIONES DONDE HALLARA LA MEJOR ACOGIDA

MADRID: Arana 18 y Princesas 42 • BARCELONA: Ronda San Pedro 3 • BILBAO: Gran Vía, 22 • CACERES: Av. Virgen de la Montaña, 7 • LERIDA: Mayor, 45 • MANRESA: Francisco Marell, 10 • MURCIA: San Antonio, 2 • OVIEDO: Pidal, 2 • PALMA DE MALLORCA: Polairas, 1 • SAN SEBASTIAN: Al. Calvo Sotelo, 20 • SEVILLA: Av. de Méjico, 4 • VALENCIA: Pintor Sorolla, 15 • VIGO: José Antonio, 48 • ZARAGOZA: P. Independencia, 8.

Fig. 2. Un any després, «Gratis!» continua tenint importància, però ha perdut la trama, i guanya en expressivitat el 'tatuatge' de «10 Jazz».

(Destino nº 1108, 1-XI-1958)

A base de seleccionar i «cuidar» al seu públic fidel, les revistes arriben a delimitar extraordinàriament llur camp d'acció, i el tipus de lector determinat acceptarà gustosament les successives entregues d'un medi que li és fidel.

La revista, però, a nivell gràfic, sempre intentarà resultar atractiva.

Aquesta passió del material gràfic per mantindre's en uns límits constants de modernitat afecta sobretot als tipus de lletra. Potser la revista inclou un gran nombre de fotografies que abarquen la majoria de l'espai de la pàgina. No obstant, el text sempre estarà obligat a exposar alguna idea plàstica novedosa.

(vid. fig. 3)

Al seu recent llibre «Diseño de Revistas» -veg. Bibl. Gen. OWEN (1991)-, *William Owen* diu que «*la revistā constituye una parte vivificante y fascinante de nuestra existencia intelectual, y ha desempeñado un papel crucial en la configuración de las formas culturales y sociales del siglo XX.*» En efecte, el paper catàrquic de les revistes ens ha influït entranyablement i continuarà durant molt de temps tenint vigència, degut possiblement a la unió de material imprès de tipus verbal (les lletres, la tipografia) i de tipus figuratiu (les fotografies i els dibuixos).

L'any 1956 apareixia el llibre «*La información en el mundo*», obra publicada per la Unesco. Es tractava d'exposar una relació de les indústries de premsa, ràdio i televisió als diferents països d'arreu del món. Segons les estadístiques d'aquest tanteig, la tirada total dels diaris espanyols comprenia un total de 2.450.000 exemplars, el nombre de diaris era de 117, entre periòdis i revistes existien 1.943 publicacions.



VIAJES

Marsans S.A.

AL SERVICIO DEL TURISMO DESDE 1910

Fig. 3. Les lletres i les revistes, sempre d'actualitat.

(Destino nº 1089, 21-VI-1958)

Degut a la intervenció estatal en qualsevulla activitat, existien els denominats «cupos de papel-prensa», els quals eren assignats als periòdics diaris. Segons les dades que reflexa la revista **Gráficas** (nº 160, octubre 1957):

«durante el pasado mes de agosto suman 2.085 toneladas, a las que deben agregarse 96 toneladas para «Hojas del Lunes», 17 para prensa infantil y 89 para «Boletines Oficiales». Los cupos de la prensa madrileña, para el mes indicado: «A B C», 175.450 kilos; «Ya», 130.097; «Arriba», 118.090; «Pueblo», 72.038; «Madrid», 58.188; «Informaciones», 52.123; «El Alcázar», 49.917; «Marca», 83.852. En cuanto a los diarios de la capital barcelonesa, los cupos son: «La Vanguardia Española», 172.920 kilos; «Diario de Barcelona», 61.842; «La Prensa», 49.259; «Noticiero Universal», 45.774; «Correo Catalán», 31.727; «Mundo Deportivo», 30.866.

No va ser la premsa diària, en aquells temps, motiu de grans transformacions estètiques, i en tot cas nosaltres no estudiarem aquest sector. A més, els diaris estaven molt més controlats per l'aparell fascista, i resultava difícil d'accedir-hi. En les revistes intervindran aquells personatges que plantejaran les crítiques més evidents al sistema establert.

(vid. fig. 4)

El primer cop visual que ens transmet una revista és la portada.

La lluita al quiosc de venda és dura, la competència s'hi aguditza, ja que el mercat obliga a transmetre moltes idees suggerents i atractives en una sola pàgina. Una pàgina que normalment és coberta parcialment per les altres revistes exposades.

Els dissenys de la portada no sols han de ser atractius visualment, també hauran d'aconseguir vendre el producte. Aquesta dualitat és normalment perjudicial per als dissenyadors més arriscats, ja que el nombre de vendes serà sempre prioritari per a qualsevol editor.



Está Vd. pasada de moda?

Sí... Lo está Vd. si usa polvos corrientes! Hoy en día, ya no hay mujer distinguida que los use!

¿Sabe por qué?... Porque quedaron anticuadas al aparecer los novísimos maquillajes en polvo, base de la moda actual.

Es natural...! Son tantas sus ventajas! Fíjese: el maquillaje en polvo DERMILUZ se aplica con un simple algodón, como si fueran polvos corrientes. Pero se extiende sobre el rostro, formando un suavísimo velo aterciopelado que cubre las imperfecciones y hace resaltar la belleza naturalmente. Es, además, el único que no reseca el cutis.

Si Vd. no quiere quedarse anticuada, le conviene adoptar hoy mismo DERMILUZ, el producto basado en la moda de hoy...



Para una belleza perfecta Vd. ponga el rostro ¡Y DERMILUZ pone todo lo demás!

MAQUILLAJE EN POLVO

DERMILUZ

Hay otros tres productos DERMILUZ



Tinta DERMILUZ. • Su diferencia con todos los demás comienza en el tacto.



Lápiz labial DERMILUZ. • El primer lápiz en "rojos luminosos".



Lápiz perlabial DERMILUZ. • Un marco permanente para la belleza de sus labios.

Escuche Vd. todos los viernes, a las once de la noche, por las 26 emisoras de la Sociedad Española de Radiodifusión, la emisión «LA CAJA DE LAS SORPRESAS». El más apasionante de los concursos radiofónicos, con ¡DIEZ MIL Pesetas para Vd! Exija una tarjeta de concursante al comprar un producto DERMILUZ. Cuantas más tarjetas envíe, mayores probabilidades tendrá de ganar ¡DIEZ MIL PESETAS!

Fig. 4. La revista il.lustrada compta amb nombrosos recursos estilístics per evitar passar de moda.

(El hogar y la Moda nº 1291, Diciembre 1952)

El principal objectiu del text en la portada consisteix en exposar clarament el nom de la publicació.

La forma més comuna i òptima d'oferir el títol consisteix en situar-lo a la part superior de la pàgina. També la regla observada en la majoria dels casos tracta de conservar el disseny dels tipus i el tamany del bloc de lletra a través dels diferents exemplars publicats.

Aquest respecte a la situació i al model únic no sempre és normativa. Hem seleccionat quatre portades diferents de la revista femenina «**Labores del Hogar**», com un exemple característic -i poc comú- de renovació contínua en la capçalera de la portada.

(vid. figs. 5, 6, 7 i 8)

Tal i com podem comprovar als exemples de les il·lustracions, aquesta publicació renovava en cada número (bi-mensual) el context general de la portada. I no sols la idea de conjunt, sinó també la situació i els caràcters del títol.

No ja dins del panorama autòcton, sinó a tot l'entorn internacional, els canvis successius en la imatge de l'expositor no són gens freqüents, i podem considerar «**Labores del Hogar**» com un cas molt peculiar dins del conjunt dels nombrosos exemples de portades de revista.

La portada del nº 1 (*fig. 5*) exposa les dues vessants principals de la revista: els brodats i el punt de calça (al cap i a la fi, una qüestió d'estètica). Una publicació pensada per al públic femení, en un temps de trencament en el qual les dones començaran a plantejar alternatives a llur situació discriminatòria. No pot dir-se que «**Labores del Hogar**» fóra una publicació feminista, res més lluny de la realitat, però no obstant existeix un detall formal que dignifica la revista: en les seues pàgines interiors, la maquetació ha sigut realitzada per transmetre idees a un públic mínimament cultivat, i el rang cultural de les dones d'aquells temps devia d'haver adquirit ja un mínim de dignitat per poder gaudir de la revista.



*Fig. 5. Portada del primer exemplar de la revista **Labores del Hogar**. Aquest n^o 1 va aparèixer als quioscs el mes de setembre de 1952. Les lletres del títol són de pal, comprimides i allargades, amb un buit interior cobert de negre.*



Fig. 6. El títol ha canviat el model de lletra i la situació dins la pàgina. La fotografia s'ha convertit en dibuix (a color en l'original), el detall de la tela brodada es manté.

(Labores del Hogar nº 11, maig-juny 1954)

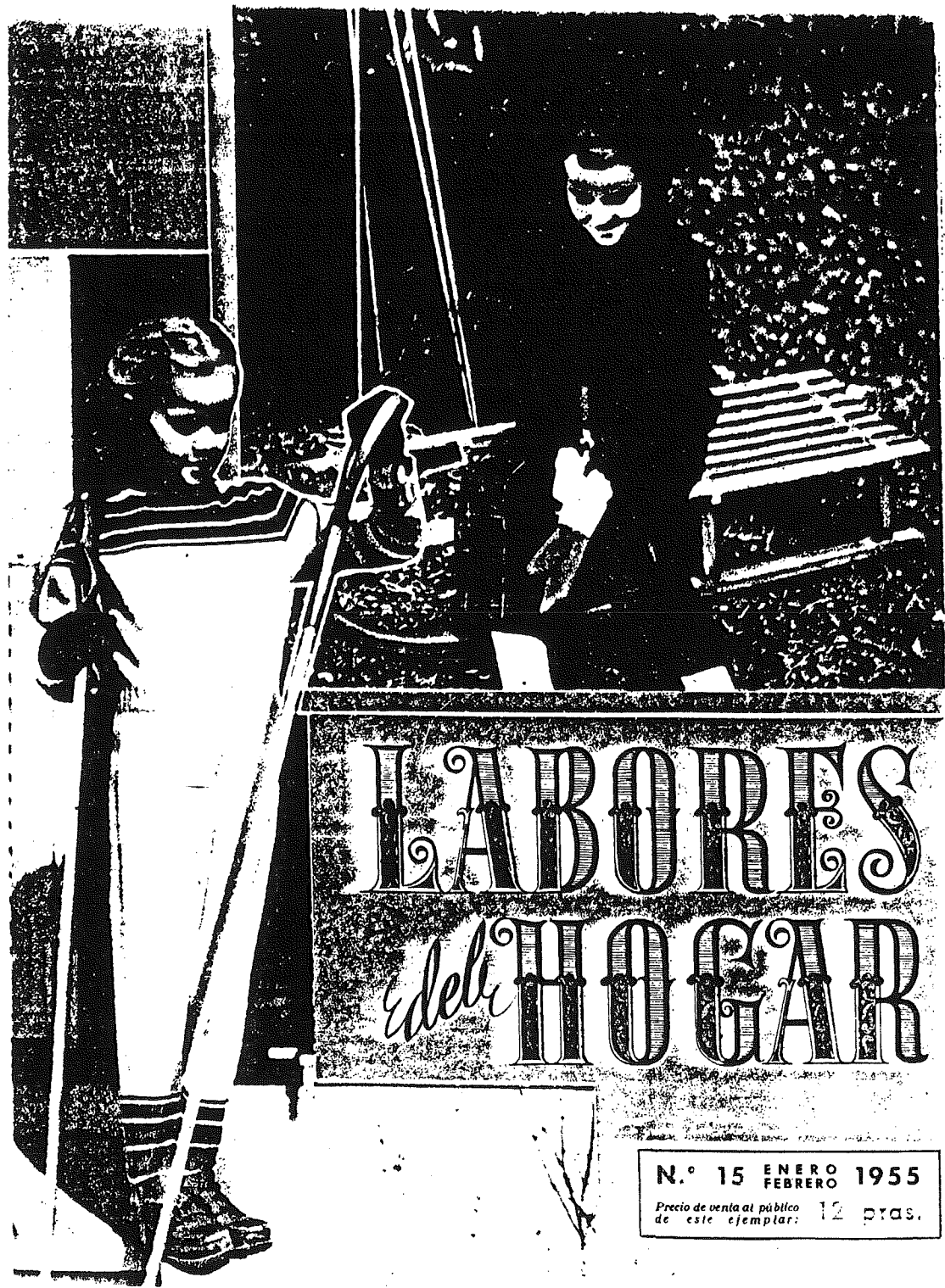


Fig. 7. Una vegada més s'ha re-situat la capçalera. En aquesta ocasió amb un tipus de fantasia similar als models brodats. Els jerséis de punt infantils són el reclam fotogràfic.

(Labores del Hogar nº 15, gener-febrer 1955)

LABORES DEL HOGAR

NÚMERO 43 * SEPTIEMBRE-OCTUBRE * 1959

Precio de venta al público de este ejemplar: 14 ptas.

Las explicaciones para realizar este modelo las hallarán en la pág. tres.



Fig. 8. *Interessantíssim model tipogràfic. Uns caracters comprimits, força moderns. L'acurada estètica del text s'ha mantingut en la resta de la composició de la pàgina.*

(Labores del Hogar nº 43, set.-oct. 1959)

El gran contrast existent entre la tipografia de les figures 6 i 7 demostra la capacitat d'adaptació de les publicacions periòdiques al moment d'aparició de cada exemplar. I realment poden explicar-se, en aquest cas, els possibles motius que forçaven al dissenyador a prendre aquestes mesures. Ja hem dit que sempre hi ha la referència als dos leit-motiv de la revista: el punt de calça i els brodats. Si ens fixem en la *figura 7* hi veurem una composició d'espais enquadrats (un fotomuntatge molt elemental, de solapament) on els models són les dues xiquetes que s'han vestit amb el jersei de punt per al fred (el trineu, els pals d'esquí). Faltaria per tant la referència obligada als brodats, i per completar ambdues temàtiques, la imatge de les lletres fa referència clarament a un típic exemple de brodat. D'aquesta manera, el text és al mateix temps paraula i figura representativa (en les portades anteriors hi havia teles brodades, per això el text podia ser una composició lliure).

En el text de la *fig. 8* s'intueix la mà d'un autèntic tipògraf (cosa que no passava en els anteriors), un dissenyador que sap situar les lletres al lloc més escaient, i dotar-les d'un caràcter veritablement modern. S'ha respectat completament la composició fotogràfica (una taula parada amb el mantell brodat), inclús una línia de text explicatiu ha sigut orientada en el sentit de la fotografia («Las explicaciones para...» en diagonal).

Les lletres d'aquest exemple són majúscules comprimides i allargades, cosa que ja succeïa en la *fig 5*, però ara també disposen de gest, de faccions que alteren la fesomia de la figura, enriquint-la. Uns peus i acabaments que reflecteixen la modernitat de l'època.

La capçalera del nº 43 de **Labores del Hogar** és un desacostumat exemple de model novedós tractant-se d'una revista «femenina».

De revistes adreçades a les dones hi havia un munt. Potser una de les més importants a l'època va ser **El Hogar y la Moda**. La temàtica estava pensada per a les «amas de casa», cosa que evidencia la idea del paper social que podia tindre una dona en aquells temps de canvis.

El tema de l'alfabet ha sigut motiu de nombroses adaptacions a diferents temàtiques dins de les revistes femenines.

(*vid. fig. 9.*)

Encara poden veure's, actualment en les revistes «de caire rosa» seccions molt semblants a les que apareixien ja als anys '50. No han perdut la validesa perquè realment, aquestes revistes continuen tenint el mateix concepte de la dona que tenien fa trenta anys. Els editors ho saben, i coneixen els gustos i les preferències de les «fullejadores» de revistes, que són al cap i a la fi els clients que compren els exemplars cada setmana o cada mes.

Una secció que mai no ha perdut vigència entre les revistes de dones és la dedicada a les «inicials» brodades.

La tradició de brodar les inicials del nom de la núvia a la dot ve de lluny, i està molt arrelada al nostre entorn: té la seua història i disposa d'un ritual específic.

En les diferents peces de roba de la casa (llençols, tovalloles, joc de parar la taula,...), la mare -a ser possible- de la futura novençana s'encarrega de brodar les lletres inicials del seu nom i primer cognom. Aquesta tradició és justament coneguda, i no s'ha perdut del tot. Doncs bé, si la moda en qualsevol altre paràmetre cultural afecta als gustos i costums de cada època, en les inicials de la dot no poden deixar de marcar-se les tendències de la moda.

A l'exemple de la *fig. 10* tenim un alfabet de caire cal·ligràfic però amb unes línies realment modernes, quasi escultòriques, i d'una dignitat conceptual considerable.

(*vid. fig. 10*)

Les revistes il·lustrades de temàtica femenina han sigut sempre publicacions de gran tiratge. Nosaltres les classifiquem com a «Revistes de caire rosa», ja que no poden ser considerades



SULFOPILOL

a base de azufre, es el secular remedio contra las enfermedades cutáneas y el poderoso enemigo de la seborrea, productor de la CALVICIE

Laboratorios VILAR, S. A.
Via Layetano, 50 y 52 BARCELONA

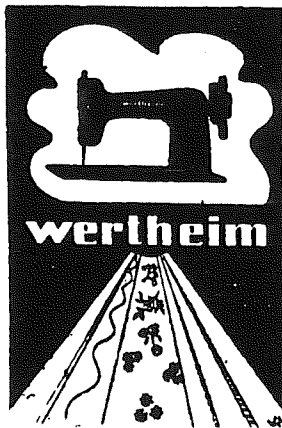
APEITADO MODERNO
RAPIDO E HIGIENICO
SIN BROCHA
PASTA NIX

¡¡ no se tiña!!



REGENERE
EL COLOR DE
SU CABELLO
CON
BRILLANTINA
SVLTANA
contra las canas
DE VENTA EN TODAS LAS PERFUMERIAS
ENVIO CONTRA REEMBOLSO DE 23-PTAS.
FABRICA: HOSPITAL, 72 - BARCELONA

Máquinas para coser y bordar
WERTHEIM



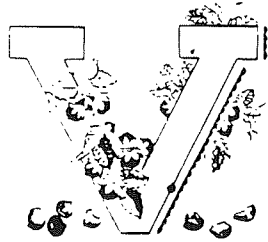
Por su solidez, elegancia y perfección la máquina de coser y bordar WERTHEIM es la preferida.
Casa Central: Aviñó, 9 y sucursales.
Teléfono 29.6120.

AL CONTADO Y A PLAZOS
14

ABECEDARIO

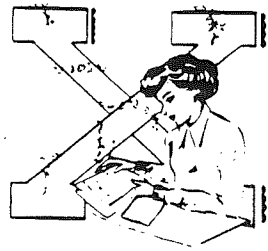
CONTIENE 117

SUGERENCIAS Y PEQUEÑAS NORMAS DE BUEN SENTIDO Y GENTILEZA SOCIAL
Para jovencitas de 16 a 20 años



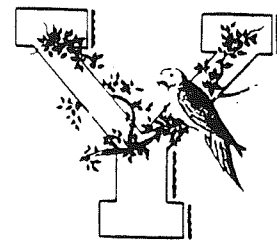
ANIDADES

Es la antitesis de lo futuro. Nada más opuesto a la vida y lo vano. No te conviene, amiguita, pedirlo porque si lo pides las llamaré vanas cuando estés vieja.



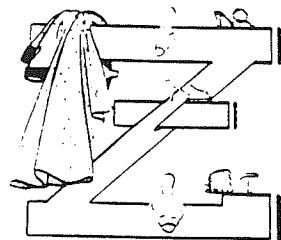
X

Recuerdas esta incógnita de tus problemas de alfabeta? Ha de presentarse algunas veces también en la vida. Aprende a resolverla serenamente como aquellos. Deja la fantasía a un lado y no olvides que hasta en lo moral hay cosas que no admiten discusión. Dos y dos son siempre cuatro.



Y

«¡Ay!» y con mayúscula señal de peligro. Afirmación un poco YO y no lo dejes jamás en primera línea. Es un encanto demasiado íntimo y llegaría a absorberte completamente. Piensa en los demás que también cuentan.



APATILLAS

Tú dirás, ¿a qué vienen aquí estas zapatillas? Es que no he encontrado otra palabra para encajar un último consejo en Z que creo que al acabarse el ABECEDARIO, te apetece un poco descanso y comodidad. Esta es la verdadera palabrita, comodidad. ¡Quiere decir tantas cosas!

Sentirse cómoda es una gran cosa. Si son cómodos tus vestidos, tus zapatos, tendrás soltura y elegancia de movimientos. Si tu habitación es cómoda y aireada te sentirás bien en ella. Y si tienes especial cuidado en alejarte de la afectación te sentirás cómoda y feliz, pero procura no estar en zapatillas más que en los momentos oportunos.

F I N

Fig. 9. «Abecedari» de banalitats a base de concedir a cada lletra la inicial d'una paraula per explicar «pequeñas normas de buen sentido y gentileza social».

(El Hogar y la Moda nº 1299, setembre 1953)



MODELO NUM. 67

Tapete redondo de hilo amarillo, con campanillas de hilo blanco aplicadas a punto de inserción. Pónticas bordadas con pespuntes-maldado. Tirones y borlas a punto de tallo, también bordadas con hilo blanco. Las espaldas al rasao y retiene de audea. Como remate un encaje de trenollis zigzag ondulada y rotunda por cordones. La mitad del dibujo pueden utilizarse a la sesión "Dibujos por encaje", remitiendo la cantidad de 17 pesetas para gastos y franquicia.

INICIALES

Este alfabetario doble puede acompañarse de un ramo de flores (dibujados en la contraportada), bordando la letra al rasao y el ramo a punto artístico, aplicando los colores.

Fig. 10. Exemple d'inicials amb un disseny molt avançat per a l'època. Aquests alfabetos per a brodar són una tradició basada en identificar les peces de roba de la futura núvia.

(Labores del Hogar nº 12, juliol-agost 1954)

ni revistes especialitzades (la temàtica és general, però no són autèntics noticiaris) ni tampoc publicacions de difusió cultural.

(*vid. fig. 11*)

Personalment considere molt interessant el material gràfic de les revistes de caire rosa, ja que l'autèntica «substància» (el significat, el contingut) no està realment en el material temàtic que presenten (banalitats en un alt percentatge), sinó en la composició gràfica dels elements visuals. Degut a l'escàs interès dels articles, les publicacions de caire rosa utilitzen com a màxim reclam l'aspecte de la revista, els colors, les formes, la fotografia, la vitalitat de la pàgina impresa,... Probablement *McLuhan* va intentar desestimar el valor de la cultura impresa perquè havia fullejat poques revistes il·lustrades (de fet, els seus llibres tenien aspecte de revista en les edicions originals). La lletra impresa mai no perdreà vigència, perquè es tracta de figures dibuixades sobre un suport pràctic i perdurable, i sobretot fàcil de re-visitat. La matèria mai no perdreà la seva substància, mentre que la informació computeritzada és fàcilment manipulable i desintegrable.

Un altre model característic de premsa dedicada a un públic determinat són les revistes infantils i per a joves.

Dins d'aquest apartat també cal diferenciar aquelles on predomina el text, i per una altra banda les que estan fundades en històries narrades amb imatges (còmics). En tots dos casos, el text juga un paper compositiu predominant.

Les publicacions que van adreçades a un públic infantil solen anar plagades de complements gràfics educatius, que poden ser pedagògics o fins i tot anacrònics. En un temps de dictadura, difícil serà trobar criteris de llibertats humanes, i menys encara si la revista està concebuda per complementar l'educació dels més menuts, aquells sobre els quals es pot influir més incisivament.

*¿Quieres economizar? pues compra el original
estuche con 3 pastillas y 300 gramos
del finísimo jabón*

Bella Aurora

*y ahorrarás 2,15 pesetas
por estuche.*

Pastilla 50 gr: 4.25 ptas.

" 90 " 8.- "

Estuche 300 " 24.49 "

*Siempre la misma
excelsa calidad.*



*Más jabón por menos dinero, Bella Aurora, siempre el primero.
Con crema y jabón Bella Aurora, que guapa está la señora.
Para juventud, belleza y lozanía, crema y jabón Bella Aurora, cada día.*

*Señora: Cuidado con los maquillajes en polvo, o compactos, pues secan
extremadamente el cutis, y una tez seca es el paso a una tez mar-
chita, que envejece rápidamente.*

Productos de THE STILLMAN Comp. AURORA-ILLINOIS E.U.A.

Fig. 11. Resa el text manuscrit: «Con crema y jabón Bella Aurora, qué guapa está la señora».
No estem tan lluny d'aquesta realitat, només cal fullejar una revista de caire rosa actual.

(El Hogar y la Moda nº 1282, març 1952)

El *Benjamín* era una publicació mensual que va començar a editar-se l'any 1941. De tendència religiosa i format reduït (221x160 mm, 16 pàgs.), estava imprès a 2 tintes, el negre i un altra tonalitat de la gamma dels ocres i bistres, que canviava en cada número. Instal·lada la redacció a Barcelona, totes les entregues incloïen una pàgina amb un vers en català de *Joaquim Vayredà*.

Hem elegit les portades, per contrastar-les, de dos exemplars separats per una renovació de la «Llei de Premsa», que per compte d'afavorir una apertura en el món del material infantil, sembla per les imatges que va suposar una involució en tot allò que s'havia aconseguit.

(*vid. figs. 12 i 13*)

La portada de la *fig. 12* està impresa, en l'original, a dues tintes: negre i ocre. Claredat i vivacitat en les imatges de les figures i del text. El «benjamín» que porta l'estandard sembla un activista sindical reivindicant drets socials, mentre la resta dels xiquets que el segueixen amb la revista en la mà pareix que estan encapçalant una manifestació multitudinària. L'agressivitat de les 7 espases travessant el cor sembla una temàtica massa cruda per als infants. Les lletres dissenyades per a la capçalera, dibuixades sense trets, rectes i ombrejades, estan emmarcades per una quadrícula apropiada a la resta de les imatges anguloses.

Molt llunyana de la portada descrita anteriorment, i després d'uns canvis legals, tota la vigrositat de les imatges del número de 1956 s'han transformat en sensibleria i empobriment en aquesta altra de 1959.

El benjamín ja no porta cap estandard, ara és un «àngel de la guarda» que protegeix a uns febles i submissos xiquets que llegeixen la revista obedientment i respectuosa, amb un pentinat molt més acurat que els anteriors, i amb una motxilla d'anar a escola en l'esquena (síntoma de docilitat). La silueta de l'espai de capçalera és ara menys angulosa, sembla un núvol. La Verge ha cobert amb les mans la dramàtica imatge del cor travessat d'espases, i la columna posterior al bust (un tronc que simbolitza la creu) ja no està a la dreta, sinó que



REDACCION Y ADMINISTRACION: PASEO CARLOS I, 149. — BARCELONA



LA VIRGEN DE LOS DOLORES

¿De qué me sirvió guardaros
de aquel rey que os persiguió,
si al fin os quitan la vida
vuestros enemigos hoy? —

Esto diciendo la Virgen,
Cristo el espíritu dió.
Almas, si no sois de piedra,
llorad, pues la culpa sois.

LOPE DE VEGA

Fig. 12. Portada de la revista infantil «El Benjamín». La vivacitat i verisme dels dibuixos i de les lletres de pal conjuguen bé amb la patètica imatge del cor travessat per les espases.

(El Benjamín nº 161, març 1956)



REDACCION Y ADMINISTRACION: PASEO CARLOS I. 149.—BARCELONA

DEPOSITO LEGAL. B. 2103.—1958



A LA VIRGEN DE LOS DOLORES

A mí dijo Gabriel
que el Señor era conmigo,
y dejome sin abrigo
amarga más que la hiel.
Dijome que era bendita
entre todas las nacidas,
y soy de las afligidas
la más triste y más aflicta.

Llore conmigo la gente
de todos los tres estados,
por lavar cuyos pecados
mataron al inocente,
a mi Hijo y mi Señor,
¡mi Redentor verdadero!
¡Qué pena! ¡Cómo no muero
con tan extremo dolor?

GOMEZ MANRIQUE

Fig. 13. Tres anys després, la portada s'enfosqueix amb color violeta (a l'original en dues tintes), i les lletres han passat a oferir una imatge més «benèvola» de la pàgina.

(El Benjamín nº 191, març 1959)

recolza en la part esquerra el cap de la Verge. El text, amb models victorians de fantasia, ja no reflexa l'atreviment de l'anterior.

Les lletres, una vegada més, ens han transmès tanta informació visual com la resta de les imatges.

Entre els models de publicacions infantils destaquen aquells on domina la il·lustració i la narració en vinyetes: els còmics. Inici dels grans tiratges (molts més exemplars, major unificació de criteris, mercats amplis de sectors abans separats), introducció a la imatge des de ben joves: el convenciment en funció de la moda imperant.

La pel·lícula austríaca «Sissi» va commocionar de tal manera a les joves de tot el món, que va provocar inclús el naixement d'una revista homònima.

Com a publicació femenina juvenil, *Sissi* va nàixer l'any 1958. Portada a tot color i plena de fotografies (sempre disposades en un esquema reticular, amb una columna de fotos menudes a l'esquerra i una gran fotografia a la dreta d'un artista famós del cinema).

(vid. fig. 14)

Les seccions de la revista van dirigides a xiquetes en plena adolescència. Les seccions podem imaginar-nos-les: «*Hablemos de trapitos*», «*La costilla de Adán*», «*Parejas*», «*Mirando las estrellas*», «*Luna de miel*», «*Confesiones*», «*Tu problema*», «*Poesía eres tú*», «*De Aries a Piscis*», «*¿Eres una buena esposa?*», «*La moda*»,... Francament una immersió en els pitjors aspectes del masclisme materialitzat en la dona submissa i pusil·lànim.

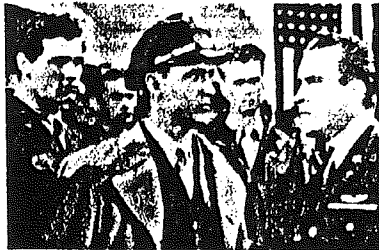
Les lletres manuals de fantasia amb silueta i decorades a l'interior rememoren les pel·lícules que interpretava *Romy Schneider*. La resta dels textos estan combinant colors, en alguns casos invertits sobre una massa de tinta, intercalant fragments en lletra de pal sec, uns altres amb cal·ligrafia decisa (cursives modernes manuscrites) i com a peus de foto clàssics models de transició (Baskerville).

SISSI

Revista
femenina



Después, se produjo la triste separación... Los amigos íntimos de Rock confían en que el joven vuelva algún día a sentir la dicha que experimentó antes del triste acontecimiento



1948. Rock apareció como extra en "Fighter Squadron". Su modesta afirmación: "No sé actuar", hizo que el agente Henry Willson se fijase en él y le consiguiera una prueba.



1950. "Winchester 73" permitió a Rock lucir su tipo varonil... ya que el rostro lo llevaba muy cubierto por las pinturas de guerra indias



Foto UNIVERSAL-INTERNATIONAL

2'50 ptas.
Año I - Núm. 43

EL FULGURANTE VIDA DE Rock Hudson EN FOTOS
y además...

Fig. 14. Lletres de gran poder identificador. Una revista femenina que parteix de la fama alcançada per les pel·lícules de Romy Schneider. En la foto, Rock Hudson i Jane Wyman.

(Sissi nº 43, 22 de desembre de 1958)

Comparant les *figs. 14 i 15* podrem comprovar el respecte a l'esquema (cosa que no passava en «**Labores del Hogar**»), ja que tan sols canvia el personatge de les fotografies i el contingut del text: No les imatges ni la idea compositiva general!

(*vid. fig. 15*)

Aquesta revista femenina va perdurar durant dècades, adaptant els models de lletra i portada a cada moda imperant.

Ja des dels primers números, degut a l'èxit alcançat, **Sissi** va encetar una sèrie de publicacions paral·leles i del mateix format, una espècie de suplement a la revista «mare» que es compraven separatament. La primera va ser «**Cuentos para niñas**», amb el nom de **Sissi** acompanyant la capçalera. Aquest suplement (que també costava 2'50 ptes.) ja no contenia els articles de la revista principal, sinó exclusivament quatre narracions contades amb dibuixos, en un estil de còmic «femení» que ha estat vigent fins a l'actualitat. La temàtica, inclús el tipus de lletra que omple els globus de les converses dels personatges, són extremadament convencionals, de «gest» suposadament femení. Fixeu-vos en l'ornament i la lletra manual dels quatre requadres al peu de la capçalera reproduïda a la *fig. 16*.

(*vid. fig. 16*)

Mentre perdurava l'èxit de la revista **Sissi**, (quasi paral·lel a la interminable saga de pel·lícules homònimes), anava creant-se la idea visual i programàtica d'un tipus de còmic femení que marcà vàries dècades de la història recent del material imprès.

Aquesta comprovació ens recorda les paraules de *Lorenzo Vilches* :

«Si se quiere hablar de semejanza en la semiótica, ésta se debe estudiar como una correspondencia no entre un objeto real y una imagen sino entre el contenido cultural del ob-

SISSI

Revista
femenina



"All about Eve" (Eva al desnudo) en 1950. Otro pequeño papel, con George Sanders, que hacía el papel de un crítico teatral...



"The fireball" en 1950, la mostró como bella espectadora, en una impresionante carrera de patines, junto a James Brown y Mickey Rooney



Marilyn Monroe es, actualmente, una de las más cotizadas estrellas de Hollywood

Foto 20 th. Century Fox

2'50 ptas.
Año II - Num. 79

LA MIGRANTE VIDA DE Marilyn Monroe en foto y además.

Fig. 15. Esquema de portada idèntic, un any després. Els colors eren l'atractiu fonamental de la pàgina. També la fotografia de Marylin Monroe (que ja era un mite, després de la seua mort)

(Sissi nº 79. 1 de setembre de 1959).

Cuentos
PARA
NIÑAS

SUPLEMENTO
DE LA REVISTA
FEMENINA

SISSI

SISSI

250
PTS.



La ambición
de Rosana

La Condesita
AURORA

El regalo
de
LAS HADAS

Fotografía
en color
de
Carmen

Fig. 16. Els comics il·lustrats per dones estan afectats, en gran mesura, d'una enganyosa «sensibilitat femenina», que no obstant gaudeix de gran acceptació entre les joves adolescents.

(Cuentos para niñas nº 2, suplement de Sissi)

jeto y la imagen. Y este contenido es el resultado de una convención cultural.»

-veg. Bibl. Gen. VILCHES (1988), pàg. 19-

Amb les revistes il·lustrades femenines exitoses es crea una convenció d'àmplia influència que es converteix en «contingut cultural vàlid» i molt eficaç. El còmic adquireix la categoria de mitjà de comunicació social capaç d'imposar criteris estilístics.

Les lletres del títol «El amor vino después» que apareixen a la *fig. 17* són un símptoma de modernitat visual, de la mateixa manera que les il·lustracions de la vinyeta ens transporten a una concepció més gestual i evolucionada del que havia sigut fins aleshores el còmic en Espanya.

(vid. fig. 17)

Un concepte novedós que, no obstant, afecta ben poc al transfons masculista de les històries contades amb imatges.

Enllaçant amb la influència dels models americans, també apareix un tipus de revista de còmics infantil de gran agilitat gestual i visual. Normalment amb pàgines en colors, aquestes publicacions aporten una perícia en la lectura de la imatge que podríem relacionar, salvant les distàncies, amb l'actual facilitat d'un xiquet per llegir les imatges de la televisió. La suposada «facilitat» s'accentua encara més quan augmenta el nombre d'hores que un xiquet passa davant de la pantalla del televisor.

La lectura simultània del text i les imatges (*Vilches* ho expressa molt encertadament: «*La imagen es un texto*») va ser l'antecedent més immediat de l'aportació del codi televisiu en la lectura d'una estructura narrada visualment.

(vid. fig. 18)

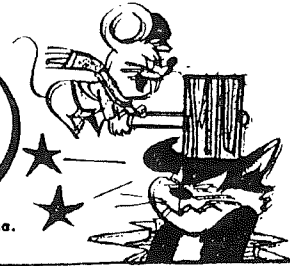


Fig. 17. Uns còmics de concepte i traçat molt més gestuals, seguint la tradició nord-americana, introduïda per les «acadèmies de dibuix» i els «cursos a distància».

(Cuadernos de novelas gráficas nº 11, suplement de Sissi)

Yumbo

Inscrita con el núm. 14 en el Reg. de Publicaciones Infantiles de la D. G. de Prensa.



2'50 PTAS.

Fig. 18. Estètica «americana» potenciada per les pel·lícules de dibuixos animats. Un avanç considerable en la concepció de les imatges infantils i la lectura del missatge.

(Yumbo nº 301)

En la *fig. 18* s'ha reproduït la portada de la capçalera molt suggerent tenint en compte l'època. Entre «Yumbo» i el «Dumbo» (creat per *Walt Disney*) només hi ha la diferència d'una lletra. De bellnou el missatge cinematogràfic exitós és aprofitat per llençar una publicació impresa. La part més atractiva del conjunt radica en les lletres manuals de pal ample que redacten el nom al rètol superior.

Entre les publicacions d'entitats privades podem destacar una tendència a la temàtica infantil dels títols editats pels col·legis i centres d'ensenyament. Normalment es tractava d'exemplars anuals que recollien les anècdotes i els fets ocorreguts al llarg del curs.

Podríem redactar una llista interminable, però destacarem tan sols un títol: «**Nuestro Mundo**».

(*vid. fig. 19*)

Destaquem aquest exemple per la transcendència tipogràfica que suposa, ja que es tracta d'una de les primeres revistes il·lustrades (juntament a la que publicava el Col·legi d'Arquitectes de Barcelona) impresa en offset en la seua totalitat, i utilitzant el recentment importat paper brillant offset.

Aquesta qualitat d'impressió era possible degut al patrocini econòmic de la publicitat de tots els abastidors del col·legi femení de «Nuestra Señora de Loreto» a Barcelona, una institució eclesiàstica que es dedicava a l'ensenyament de les nenes de classes benestants de la burgesia catalana.

El suport econòmic dels patrocinadors i de la publicitat (abastidors de menjar, de material escolar, dels uniformes i el calçat, editorials) permetia confeccionar la revista a la prestigiosa impremta «Enrique Tobella», una de les més avançades en les tècniques recent importades de l'offset i la fotomecànica més novedosa de l'època.

(*vid. fig. 20*)

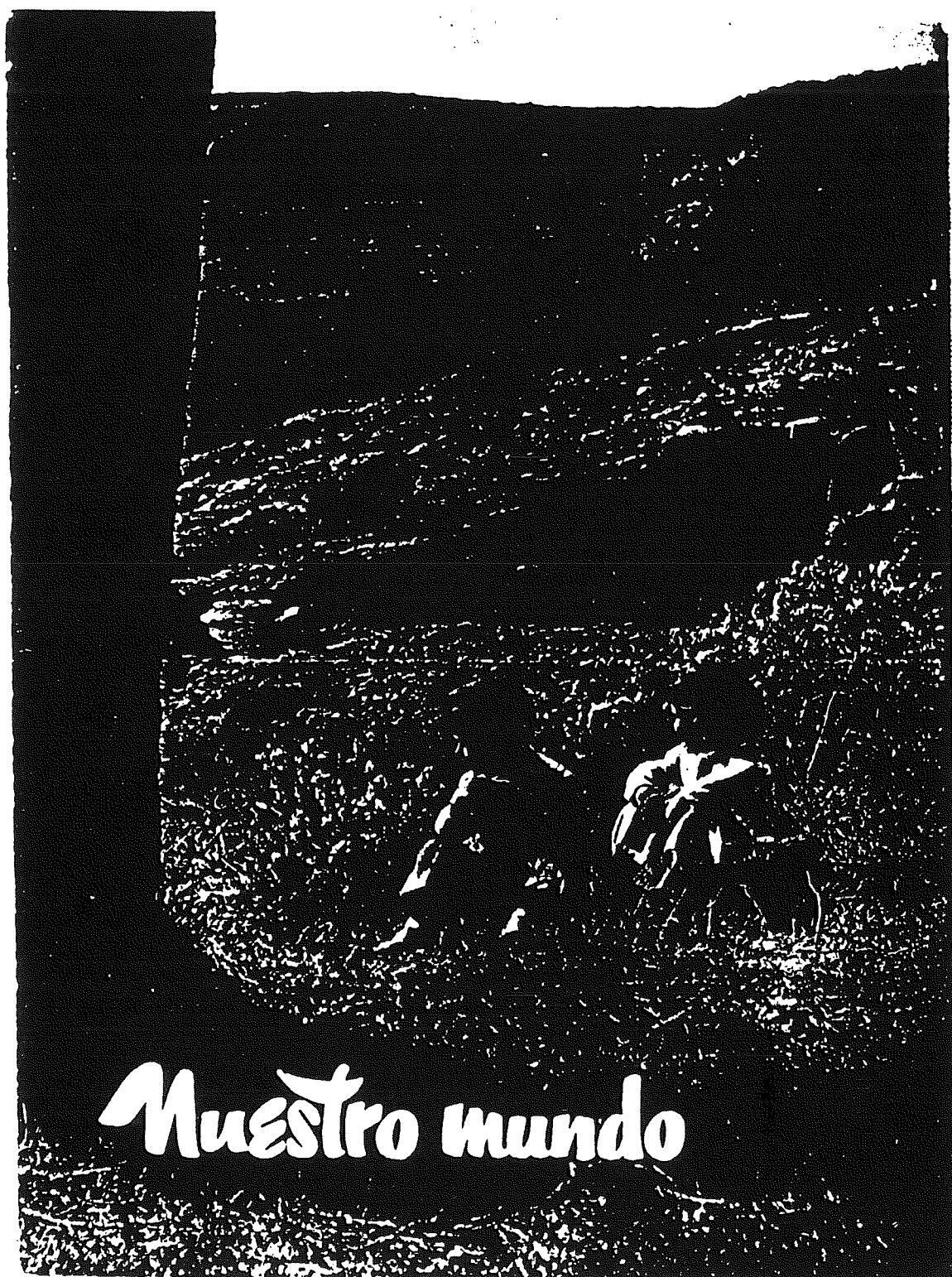
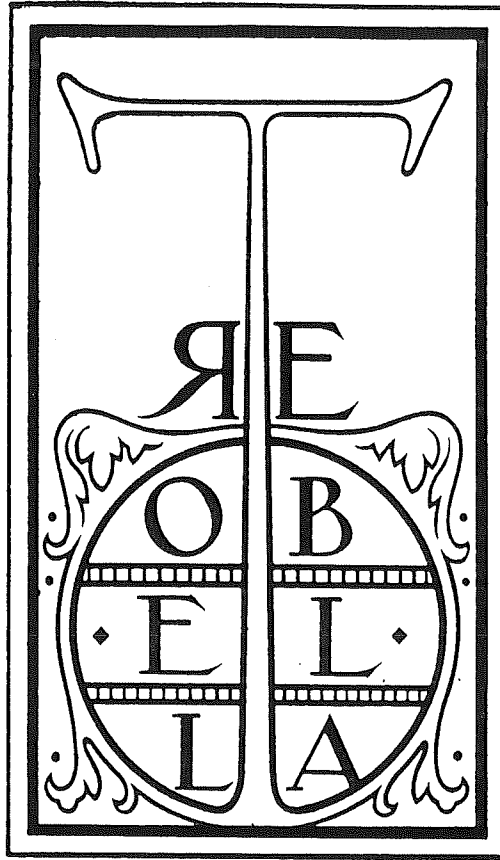


Fig. 19. Bella portada amb una situació estratègica de les lletres: a la zona fosca de l'ombra de l'arbre, amb el text en invertit.

(Nuestro Mundo, curs 1953-54)



ENRIQUE TOBELLA

I M P R E S O R



Carmen, 18 - BARCELONA - Tel. 219634

*Fig. 20. La magnífica presentació tipogràfica de la publicació **Nuestro Mundo** era possible gràcies al finançament econòmic dels patrocinadors, abastidors del col·legi «Nuestra Señora de Loreto» de Barcelona.*

Ja hem vist en un capítol anterior la portada d'un exemplar de «Cavall Fort». Sense l'atractiu gràfic d'aquesta important revista, existien d'altres més minoritàries escrites en català.

«L'infantil» era publicada mensualment pel Seminari Conciliar de Solsona des de 1951. Molt il·lustrada amb dibuixos, ben presentada tipogràficament i impresa a dos colors. L'èxit de la publicació va provocar una remodelació total i ampliació del camp de distribució a partir de la segona època que s'encetava el 1960, passant a convertir-se en quinzenal.

També els anys '50 ens van portar un dels documents culturals més interessants del nostre patrimoni: la revista **Serra d'Or**. Nascuda pel març de 1955, vint pàgines i cobertes, la redacció estava al mateix monestir de Montserrat. Va començar com un mensual literari, amb moltes il·lustracions i fotografies, però. Contenia seccions de literatura, assaig, teatre, art, conferències, música, i informació cultural en general.

L'any 1959 es fusiona amb **Germinàbit** (que funcionava des de 1957) i comença així la segona època de **Serra d'Or**, en Octubre de 1959, canviant al format 290x220 mm, amb més de 100 pàgines. Comença aleshores una de les millors publicacions en la història de la nostra premsa. Entre els interessantíssims autors i literats que escrivien puntualment a **Serra d'Or** estaven *Alexandre Cirici Pellicer* (secció d'arts plàstiques) i *Oriol Bohigas* (arquitectura).

Una revista especialitzada de gran atractiu tipogràfic era **Teatro**. Trimestral, publicada a Madrid per Ediciones Alfil, comptava amb unes atractives lletres cal·ligràfiques d'ampli pal i estructura compacta.

(*vid. fig. 21*)

Teatro tractava exclusivament els temes de l'escena internacional. Podria considerar-se com una revista cultural específica del món de la dramatització i els escenaris. A més de les

Teatro



REVISTA INTERNACIONAL DE LA ESCENA

PUBLICADA POR EDICIONES ALFIL

PREMIO NACIONAL DE TEATRO 1953

DIRECTORES:

MANUEL BENÍTEZ SÁNCHEZ-CORTÉS y JUAN MANUEL DE POLANCO

NUM. 21 * ENERO-FEBRERO-MARZO * 1957 * 30 PTAS.

SUMARIO

	Págs.
El teatro de Sófocles, por Ignacio Errandonea	4
El teatro y el misterio, por Emiliano Aguado	9
El teatro católico difícil, por Nicolás González Ruiz	12
Julien Green, por J. Vila Selma	13
Tres meses de teatro en Madrid	17
Inauguración del teatro Club Recoletos	23
El circo y su festival mundial, por A. Marquerie	26
El ballet theatre en Madrid, por Dolores Palá y Oscar N. Mayo	28
Premios Nacionales de Teatro	34
Escenarios del mundo: Crónica de Buenos Aires, por Jorge R. Montes	35
Crónica de Lisboa, por N. F. Rebello	40
Crónica de Roma, por J. Méndez Herrera	41
Crónica de Londres, por Próspero	44
El centenario de Shaw, por J. C. Trevin	45
Escenografía para "Fuera es de noche"	47
La revolución sentimental, patraña burlesca, por Ramón Pérez de Ayala	49
Amadeo, de Eugenio Ionesco	59
Anecdotario teatral, por Enrique Povedano	79

Ilustraciones especiales de JESUS BERNAL. Servicio fotográfico de BASA-BE. Fotografiados: GRAFICO-HISPANO y PAEZ. Impreso en los talleres gráficos de ESCELICER, S. A., Canarias, 88, Madrid.

Si dentro de unas líneas generales todos nuestros colaboradores están identificados con el criterio de la Dirección, ésta no puede hacerse responsable de las ideas y opiniones expuestas por aquéllos, naturalmente con absoluta independencia, y, por tanto, bajo su exclusiva responsabilidad.

La Revista tiene su plantilla de colaboradores propios y, por ello, no se compromete a publicar los originales que les sean enviados espontáneamente ni a sostener correspondencia acerca de ellos.

DIRECCION, REDACCION Y ADMINISTRACION,
Módulo del 10 de Agosto, 6.- Madrid

Precios de suscripción:

E S P A Ñ A

Año, 300 pesetas. Semestre, 180.

EXTRANJERO: 10 dólares.

Fig. 21. Pàgina del sumari d' una revista extraordinàriament maquetada, tot i seguir una línia bastant tradicional.

(Teatro nº 21, 1er trimestre 1957)

fotografies, comptava en cada número amb un il·lustrador que s'encarregava dels dibuixos.

Com que l'escenari més atractiu per als espectadors de l'època no era precisament el del teatre, sinó la pantalla del cinema, apareixen nombroses publicacions especialitzades en el món del cel·luloide, que tracten els temes de la vida dels artistes, les estrenes més esperades, el negoci de les superproduccions, les noves corrents cinematogràfiques,...

Encara vigent als nostres quioscs, **Fotogramas** creava tot un model de periodisme ambientat en el cinema.

L'altra publicació important sobre el món de la pantalla gran era **Imágenes**.

(*vid. fig. 22*)

Suggerent títol per a una revista de cinema.

La pàgina del sumari és una convencional composició de columna a l'esquerra (amb foto reduïda de portada en la part inferior) i massa de text de l'editorial baix dels crèdits i el títol. La tipografia de la paraula **Imágenes** és un gest de modernitat, i llevat d'aquesta convencional pàgina de sumari, en cada secció de la revista trobem algun element tipogràfic interessant.

Evidentment, aquestes revistes d'informació cinematogràfica estaven repletas de publicitat de les pel·lícules d'estrena. Però no sols les de temàtica especialitzada en l'assumpte: qualsevol publicació amb un mínim de tirada comptava amb algun anunci d'estrenes de cinema.

Aquest tema dels anuncis de pel·lícules, pel que fa a la tipografia, resulta fascinant. I és que la majoria de les pel·lícules que s'han vist, des de sempre, entre nosaltres, són les produccions nord-americanes. Això significa que les lletres de la capçalera de la pel·lícula (en anglès) ja venen dibuixades pels grafistes de la productora. Com que formen part del film (tant com els artistes, el guió, la música o el doblatge), o bé es deixen en la capçalera

CORRESPONSALES EN:

HOLLYWOOD
NEW-YORK
LONDRES
PARIS
ROMA

GERENTE: Gino Marazzi
ADMINISTRADOR: Charles A. Wiggins
JEFE COMERCIAL: J. Roda Roda
COMPAGINADOR: J. Roig Vallés
REDACTORES: Guillermo Sánchez y Antonio Calatayud
Impreso en Gráficas Londres
Fotografador: Iberia

EN ESTE NUMERO ESCRIBEN

Atkins, A. H.
Bau-Bonaplata, Lorenzo de
Blanch, L. y R.
Bruno, José
Checy, Odette
Escobar y Ezeta, Enrique
Feliu, Jorge
Gauna, Angel G.
Gómez, Julio Antonio
Jarrow, David
Jasd, José
Lorente Guarch, Germán
Mantua, Cecilia A.
Martín, Mary
O'Day, Jane
Picó Junqueras, J. M.
Roig Vallés, J.
Ruiz, L.
Sánchez Guerrero, H.
Sánchez, Guillermo
Sasso, Ernesto
Turnbull, William G.
Watts, Stephen

NUESTRA PORTADA



DOROTHY LAMOUR

Foto: PARABUNT. Color: Foto ROMAN

BARCELONA
Rbla. Capuchinos, 26
Tel. 30-54-34

IMÁGENES

MADRID
Preclados, 29
Tel. 22-54 39

LA PRIMERA REVISTA ESPAÑOLA DE CINE

Director: IGNACIO RUIZDELAGADO

EDITADA POR

SOCIEDAD ESPAÑOLA DE PUBLICIDAD Y EDICIONES, S. L.

"SEPER"

2.º Epoca - Núm. 27 • DICIEMBRE 1953 • Núm. 120

Editorial

Cantidad, más que calidad

No tenemos datos ni cifras a la vista, pero de todas formas estamos por asegurar que el año que ahora toca a su fin ha sido uno de los más felices para la cinematografía española, siquiera por lo que a la densidad de su producción hace referencia. En los próximos pasados doce meses, España ha producido un número muy considerable de películas, buenas unas, regulares otras y francamente deficientes las más. Haciendo caso omiso de estas últimas, entre las primeras citaremos a "Bienvenido, Mr. Marshall" y a "La guerra de Dios". Y las citaremos no tanto por estimarlas a la cabeza de nuestra producción en el último año—"La guerra de Dios", en particular, data mucho de dar una medida exacta de nuestras posibilidades cinematográficas—cuanto porque una en Venecia y la otra en Cannes nos ganaron el aplauso de la crítica internacional, que por fin parece que empieza a despertarse a la realidad de España-potencia cinematográfica... en cantidad, por lo menos.

En calidad, lo confesamos abiertamente, ya es otro cantar. Rodamos muy pocas películas que puedan ser exportadas sin rubor. Muy pocas películas que puedan ser presentadas en nuestras pantallas con las indispensables garantías de éxito.

Llegados a este punto—esto es, tras haber admitido la realidad de una crisis de tipo cualitativo—, forzadamente hemos de parar mientes en las causas que, en forma directa o bien indirectamente, motivan esta ausencia de calidad. Y hemos de parar mientes en ellas para, al concretarlas, ponernos en camino de dar con las diversas soluciones parciales. A nuestro modo de ver, esas causas son tres: falta de medios materiales, falta de personalidad y falta de ambición estética. A estas causas, a las que podríamos denominar principales, se les pueden sumar varias de carácter secundario: creencia de que el único folklote español es el andaluz, abuso de la pandereta y de la castañuela, de las pelucas y de las cotas de malla—a las que por cierto nos referimos en nuestra última editorial—, de lo fofo y de lo adocenado...

A la primera de estas causas negativas—la falta de medios materiales—podría combatirse con la ayuda de una protección estatal sólida y estable. En este sentido, el primer paso podría ser la nacionalización de los estudios y la substitución del gravoso alquiler que sobre ellos pesa por un tanto por ciento a deducir de los posibles beneficios. Que la película en cuestión es un éxito económico: los estudios y, por lo tanto, el Estado perciben más de lo que hubieran cobrado en concepto de alquiler. Que es un fracaso: el productor pierde menos, lo que en muchos casos puede decidirle a probar fortuna por segunda vez...

La falta de personalidad es un mal atribuible a los productores, pero sobre todo a los realizadores, que pasan del medioevo a los tiempos actuales como una mariposa de una flor a otra cuyo polen permanece intacto. Que alternan comedia y tragedia como si se tratase de dos géneros manifiestamente adversos. Rafael Gil se reveló como director con una serie de películas sencillas, de fácil y apropiable humorismo. A Juan de Orduña le ocurrió otro tanto. Hasta la fecha, Gil ha hecho incursiones en el campo de la Historia, de la novela y hasta del catolicismo militante. Orduña, por su parte, nos ha largado una serie de farragos de tamaño natural preferentemente históricos y costumbristas. Ahora han surgido Barden y Berlanga. Si nos admiten un consejo, nosotros les diríamos que fueran, que permanecieran fieles a sí mismos.

La falta de ambición estética es más imputable a los productores, si bien puede hacerse oaricipio de ella a algunos pseudo-realizadores. En principio, esta falta de ambición estética se basa en una premisa tan errónea como la de que lo comercial ha de buscarse por lo comercial y que una buena película—esto es, una película delicada, dirigida a la parte más sensible y también a la más noble del individuo—dificilmente puede saldarse con un éxito económico. Como nos consta que empezamos a hacernos gravosos, no insistiremos sobre este punto, pero a nuestros productores les recordaremos que la recaudación viene a ser como la añadidura en la paráfrasis bíblica. Que busquen buenos argumentos o que concedan a otros la facultad de escogerlos, que se los confíen a directores significados por su integridad y buen sentido, y que no interfieran, ni siquiera con su presencia, la tarea de los a ellos prestados por dinero. En estas condiciones, esto es, no habiéndolo colocado como fin, el éxito económico será la consecuencia.

GUILLEMO SANCHEZ

NUMERO EXTRAORDINARIO DE NAVIDAD

PRECIO DE VENTA EN TODA ESPAÑA: 15 PESETAS

Fig. 22. (Imágenes nº 120, diciembre 1953)

seu idioma original, o bé són canviades amb rètols afegits. Tot aquest dilema del canvi dels models tipogràfics pot resultar molt perjudicial per a l'inici d'una pel·lícula. Imaginem-nos les capçaleres de dos films magnífics dels anys '50: «Els 7 samurais» d'*Akira Kurosawa*, o «Mon Oncle» de *Jacques Tati*. Si se'ls canvien els originals textos de la capçalera, es destrossen uns inicis adequats per al conjunt coherent de la producció.

(*vid. fig. 23*)

Si la imatge del film hauria de respectar-se, més complicat resulta acatar les formes tipogràfiques originals quan s'ha de plantejar un anunci de la pel·lícula en una revista il·lustrada. En aquest cas sí que requereix una traducció del text, amb la qual cosa canvien les lletres de l'alfabet que s'han de dibuixar, però cal conservar el model per respectar mínimament la idea transmesa.

Les revistes especialitzades que més poden interessar-nos per descobrir la tipografia dels anys '50 són: **Grafia Hispana** de Barcelona, i **Gráficas** de Madrid. Publicacions pensades per als impressors, són un document històric de màxima importància, ja que podem trobar-hi les dificultats (sobretot tècniques, però no únicament) amb les quals tropessaven els editors i els creadors d'aquella dècada del llamp.

(*vid. fig. 24*)

En els capítols que segueixen insistirem sobre els aspectes tècnics de la tipografia.

Cada estreno en **CINEMASCOPE**
de 20th Century Fox es una nueva *Siana...*

LA TUNICA SAGRADA

RICHARD JEAN VICTOR MICHAEL
BURTON-SIMMONS-MATURE-RENNIE
Color por **TECHNICOLOR**
DIRECTOR: HENRY KOSTER

*Como casarse con un
MILLONARIO*

Color por **TECHNICOLOR**
MARILYN BETTY LAUREN WILLIAM CAMERON
MONROE-GRABLE-BACALL-POWELL-MITCHELL
Director: *Jean Negulesco*

El Principe Valiente

JAMES JANET ROBERT DEBRA
MASON-LEIGH-WAGNER-PAGET
Color por **Technicolor**
DIRECTOR: HENRY HATHAWAY

EL DIABLO
de las Aguas Turbias

RICHARD BELLA DAVID VICTOR
WIDMARK-DARVI-WAYNE-FRANCEN
Technicolor de Luxe
DIRECTOR: SAMUEL FULLER

CREEMOS EN EL Amor

Color por **TECHNICOLOR**
CLIFTON JEAN LOUIS DOROTHY MAGGIE ROSSANO
WEBB-PETERS-JOURDAN-McGUIRE-McNAMARA-BRAZZI
DIRECTOR: JEAN NEGULESCO

DEMETRIUS y los Gladiadores

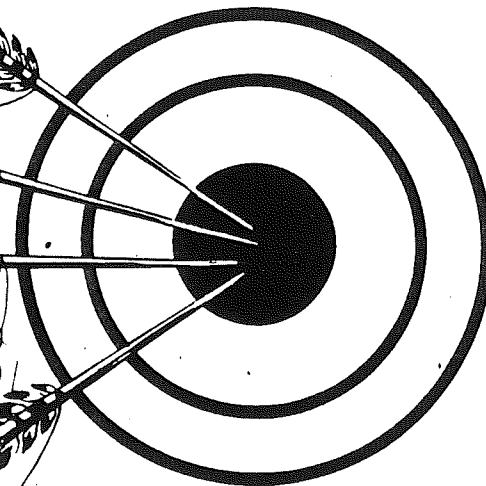
COLOR POR **TECHNICOLOR**
VICTOR SUSAN MICHAEL JAY DEBRA
MATURE-HAYWARD-MONIE-ROBINSON-PAGET
DIRECTOR: DELMER DAVES

SINUHE, el Egipcio

COLOR POR DE LUXE
EDMUND JEAN GENE VICTOR BELLA PETER
PURDOM-SIMMONS-TIERNEY-MATURE-DARVI-USTINOV
DIRECTOR: MICHAEL CURTIZ

DUELO en el fondo del mar

Color por **TECHNICOLOR**
ROBERT WAGNER-TERRY MOORE-GILBERT ROLAND
DIRECTOR: ROBERT D. WEBB



y seguirán...

RIO sin retorno

Color por **TECHNICOLOR**
MARILYN MONROE-ROBERT MITCHUM-RORY CALHOUN
DIRECTOR: OTTO PREMINGER

El Capitán KING

Color por **TECHNICOLOR**
TYRONE POWER-TERRY MOORE-MICHAEL RENNIE
DIRECTOR: HENRY KING

El jardín del DIABLO

Color por **TECHNICOLOR**
GARY SUSAN RICHARD CAMERON
COOPER-HAYWARD-WIDMARK-MITCHELL
DIRECTOR: HENRY HATHAWAY

Decisión a Medianoche

Color por **TECHNICOLOR**
GREGORY RITA BRODERICK ANITA
PECK-GAM-CRAWFORD-BJORK
DIRECTOR: NUNNALLY JOHNSON

LANZA ROTA

Color por de Luxe
SPENCER RICHARD JEAN KATY ROBERT
TRACY-WIDMARK-PETERS-JURADO-WAGNER
DIRECTOR: EDWARD DMYTRYK

SERVIMOS COPIAS MAGNETICAS, PARA SONIDO ESTEREOFONICO, Y COPIAS OPTICAS SIN SONIDO ESTEREOFONICO

Fig. 23. (Destino nº 893, 18-XI-1954)

Sumario

	<i>Págs.</i>
CONSIDERACIONES SOBRE EL GRAFISMO ACTUAL	532
FOTOGRAFIA Y PUBLICIDAD EN ARTES GRAFICAS	534
LOS IMPRESOS LLAMADOS DE CIRCUNSTANCIAS	536
COLORES Y MATICES	538
LA IMPRENTA DEL GOBIERNO EN LOS ESTADOS UNIDOS	541
TIPO-NOMENCLATURA MODERNO EN ARTES GRAFICAS	542
SOLUCION AL PROBLEMA DE MAQUINARIA	544
NUEVO CONCEPTO DE COMPAGINACION DEL LIBRO	546
POR EL RENACER DEL GRAFISMO LATINO	548
LA FIGURA DE DON PABLO SPICHTIGER	551
LA ILUSTRACION DE LOS LIBROS	552
LA BIBLIA DE 36 LINEAS Y EL MISAL DE CONSTANZA	555
EL EXITO ESTA EN LA CALIDAD	557
HACIA UNA MAYOR UTILIDAD EN EL EMPLEO DE REGLAS PARA LA ACENTUACION ORTOGRAFICA	561
LOS PULVERIZADORES EN EL REPINTADO	563
NORMAS PARA LA IMPRENTA MODERNA	566
MONTAJES DE CLISES PARA SU IMPRESION (II)	569
HUECOGRABADO Y OFFSET CONTRA TIPOGRAFIA	572
LA SERIGRAFIA COMO PRACTICA ARTISTICA	573
AGUA, TINTA Y SU RELACION EN LA PRENSA OFFSET	576
EL SISTEMA «RFNK» DE ILUSTRACION DE DIARIOS	577
NORMAS SOBRE LA OBRA TIPOGRAFICA	578
LOS CLISES PLASTICOS	578
EL MAGNESIO Y SU MORDIDO EN FOTOGRAFADO	579
CORREADO DE RODILLOS DE ACERO	580
CUIDADOS A LOS RODILLOS DE OFFSET	581
EL COLORGRAPH PARA CORRECCION DE COLOR	582
EL «LITHOTEX» REPRO-UNIT	584
LA SELECCION DE COLOR CON ENMASCARADO	587
EL METODO KROENER DE GRABADO ELECTROLITICO	590
NOTAS TECNICAS	593
CONSULTORIO PROFESIONAL	599
NOTICIAS	601
LIBROS Y REVISTAS	605
LITERATURA PROFESIONAL	607
ANUNCIOS BREVES	607
LISTA DE PROVEEDORES	608

NUMEROS
149-150

**PRECIOS DE SUSCRIPCION
ESPAÑA Y PAISES HISPANOAMERICANOS**

*

UN AÑO (12 números)..... 108 Pesetas.
UN SEMESTRE (6 números)..... 54 Pesetas.

Requemos se nos comuniquen cualquier irregularidad de nuestro
Servicio para corregirlo en mejora de nuestra organización



Muchas felicidades y próspero año

1957

Fig. 24. (Gráficas nº 149-150, Nov.-Des. 1956)

III.b.

Organització de les publicacions per matèries.

La present tesi no intenta catalogar totes les revistes publicades a l'estat espanyol durant la dècada que va de 1950 a 1960. El nostre propòsit consisteix en analitzar el paper estètic i visual dels elements gràfics i els signes de l'escriptura. És per aquest motiu que evitarem profunditzar en la classificació de la totalitat del repertori de revistes d'aquella època, ja que s'ha fet una tria conscient d'aquells models i exemples més adients al nostre estudi. No obstant, presentem un inventari de fitxes al capítol VI

Hem decidit no inventariar la totalitat de les vora 2.000 publicacions seriades d'aquella dècada, entre altre motius, perquè és una tasca innecessària, degut a que la catalogació ja existia. Nosaltres l'hem ampliada, però.

L'any 1956, el recentment creat «Ministerio de Información y Turismo», del qual depenia la «Dirección General de Prensa», va publicar el «Anuario de la Prensa Española». Aquest «Anuario» constava de dos volums profusament documentats. El volum primer estava íntegrament dedicat als «Diarios», mentre que el segon volum es centrava en les «Revistas».

Ens ha resultat complicat de trobar aquesta publicació oficial, ja que va ser possible localitzar-la quasi accidentalment al «Servicio de Documentación Bibliográfica» de la «Biblioteca Nacional», i després ens ha sigut impossible de trobar-la en altres biblioteques importants, tot i tractar-se d'un document publicat per un Ministeri.

D'aquests «Anuario de la prensa española» en coneixem tres edicions més, una correspon a l'any 1943, una segona del 1960, i l'última de 1970. Aquestes tres sí que solen aparèixer en nombrosos arxius.

En aquells temps, *Gabriel Arias Salgado* era ministre d'informació i turisme. Anualment es celebraven els «Consejos Nacionales de Prensa». L'any 1953 va ser en Alacant, el 1954 a Barcelona, i el 1955 a València.

El volum dedicat a la premsa diària consta de 540 pàgines, profusament documentades, mentre que el corresponent a revistes (tant il·lustrades com de caire «literari») comprèn més de 700 pàgines.

Aquests llibres van ser impresos als tallers «Ernesto Giménez», C/ Huertas nº14 de Madrid.

A més d'una complimentada secció dedicada al llistat de totes les publicacions amb les dades més definitòries, cada «Anuario de la Prensa Española» conté altres informacions. Hi descobrim així mateix interessants apartats que s'ocupen de divulgar les adreces de les «Agències Informatives», els «Organismos relacionados con la Institución de Prensa», el «Registro Oficial de Periodistas», les «Fábricas de Papel, Tinta y Maquinaria para Artes Gráficas», etc.

Un document tan interessant no deuria de romandre tan poc divulgat com ho està ara mateix. Dissortadament, i degut a la present investigació, hem tingut l'oportunitat de comprovar-ho.

En la nostra classificació de les revistes il·lustrades hem atès preferentment a la temàtica desenvolupada per cada títol.

Tot i haver forçat en alguns casos l'encasellament, el balanç general de l'ordenació pot resultar eficaç. Els apartats en els quals hem classificat les publicacions són els següents:

- Revistes especialitzades.
- Noticiaris generals.

- Publicacions juvenils i infantils.
- Revistes de difusió cultural.
- Edicions dels organismes públics.
- Informatius d'entitats privades.

Amb els sis paràmetres esmentats podem organitzar les particularitats sense perdre de vista el conjunt de la classificació. Però sobretot, aquests sis apartats ens serviran per codificar un model mitjanament establert en cadascuna de les modalitats. Per exemple: una revista sobre medicina no és, temàticament, comparable a una de mecànica del motor, i no obstant, a nivell estètic i tècnic, sobretot pel que fa a la presentació formal, entren dins dels nostres barems de selecció.

Ens hem vist forçats a descartar un gran nombre de publicacions. En primer lloc aquelles que no portaven il·lustracions. I que conste que nosaltres considerem, en certa manera, el text com una «il·lustració». Tanmateix, han sigut les revistes amb fotografies o dibuixos aquelles més propícies i decidides a projectar una imatge nova del material tipogràfic, molt més que no les especialitzades en temes de literatura o d'història.

També han sigut eliminats tota una sèrie de butlletins propagandístics que editaven els òrgans oficials a les diferents capitals de província. No han sigut seleccionades degut al seu escàs o nul interès tipogràfic. Val a dir que, de l'anomenada *Adoración Nocturna Española* es realitzaven edicions diferents a La Coruña, Granada, Avila, Salamanca i unes quantes poblacions més. Evidentment, aquest material és superflu. Dins de la gamma de revistes «oficialistes» tenim tot un assortiment de les comunament denominades «Acción»: *Acción Antoniana*, *Acción Educativa*, *Acción Social Navarra*, *Acción y Fe*, *Acción Taquigráfica*,... I realment observem que no aporten un mínim interès per a la nostra investigació.

Expliquem seguidament, i de manera sumària, quins han sigut els títols decisius en cada cas seleccionat.

(vid. fig. 1)

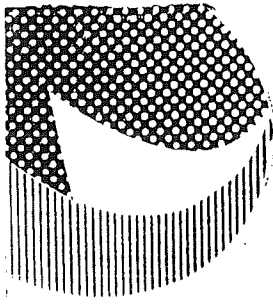
Pel que respecta a les Revistes Especialitzades (primer dels apartats exposats), tenim inicialment que referir-nos a les nostres més preades publicacions, circumscrites al camp de les Arts Gràfiques. Es tracta de les ja comentades **Grafia Hispana**, de Barcelona, i **Gráficas**, de Madrid.

Naturalment es tracta dels títols més representatius d'allò que va significar la revelació tipogràfica d'aquells anys. Ja hem fet referència a la difusió de la novedosa filosofia estètica dels promotors de l'anomenada «Grafia Llatina». Els més importants artistes d'aquest 'moviment', així com les seues obres, van ser coneguts gràcies a la difusió de la mensual **Grafia Hispana**.

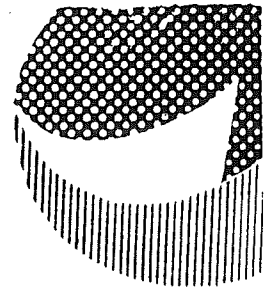
Entre els col.laboradors assidus a les revistes citades veurem un considerable nivell intel.lectual, en comparació a la resta de les publicacions de caire més general. La informació en les pàgines d'aquests exemplars sol ser monotemàtica, tot i haver-hi sempre algunes seccions contrastades per alleugerar el contingut global.

Les «Revistes Especialitzades» no tenen normalment una gran tirada. La informació està molt centrada en una matèria específica, de tal manera que el sector de públic es redueix als lectors més directament interessats pel tema. Tot i això, la poca publicitat que contenen, i sobretot el fet de la venda assegurada (quasi sempre es tracta de subscripcions) resulta favorable per aconseguir una excel.lent presentació, a nivell d'impressió, composició, reproducció i tipografia.

(vid. fig. 2)



GRAFIA

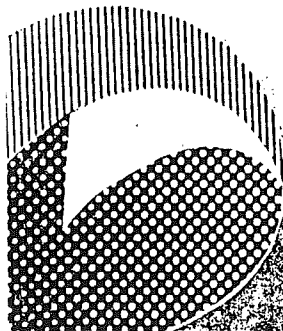


De la IV Exposición del Libro Infantil



UNO DE LOS STANDS

He aquí una faceta de la excelente "cosecha" que producen las Artes Gráficas.
Su contemplación, sin duda hace exclamar: ¡me gustaría ser impresor!



HISPANA

AL SERVICIO DEL IMPRESOR

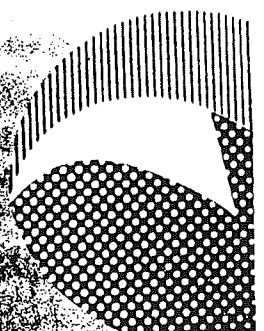


Fig. 1. Els bellíssims caràcters creats per Enric Crous-Vidal esdevenien un magnífic exponent del que podria haver significat una tipografia autòctona.

(Grafia Hispana, gener 1955)

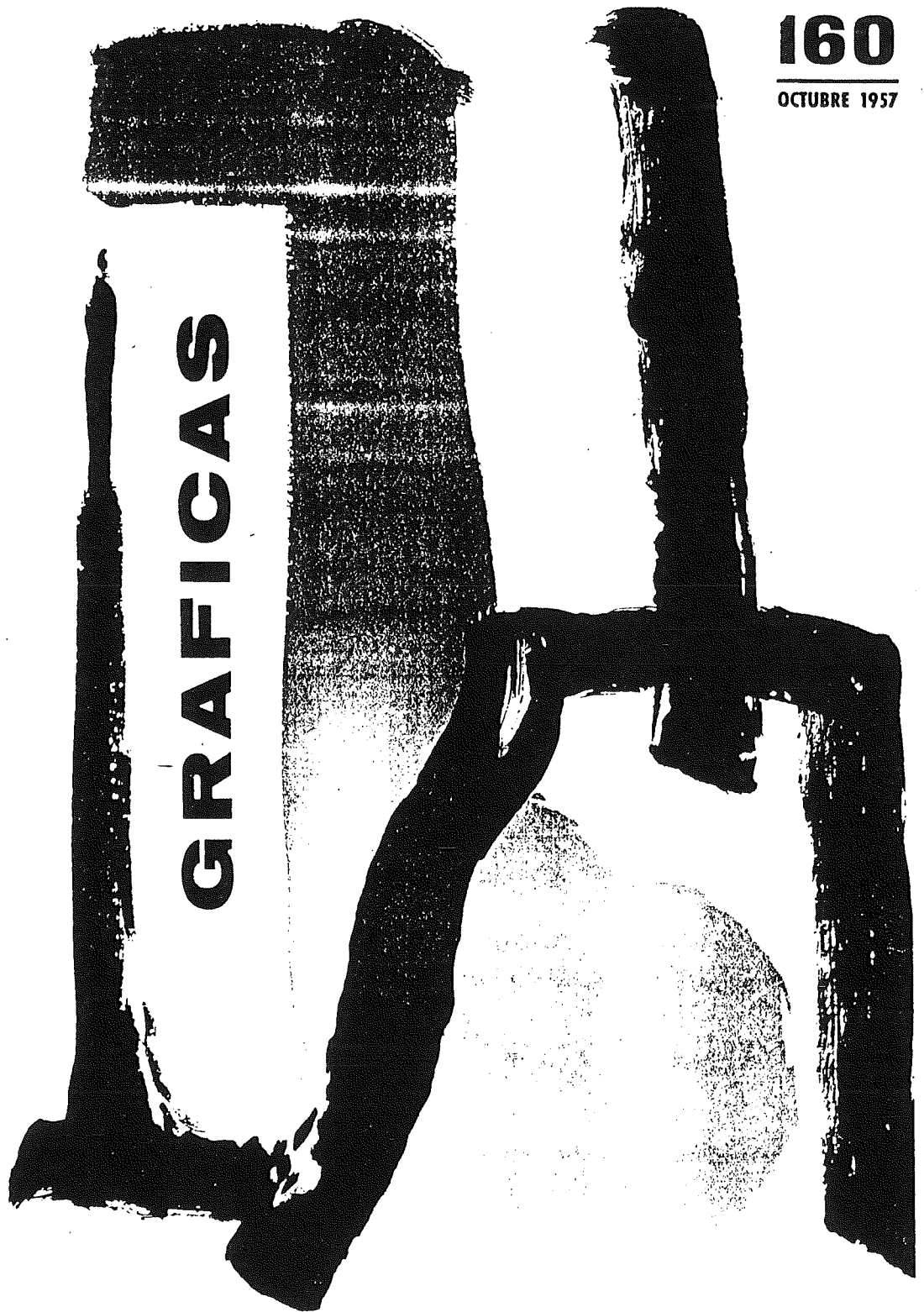


Fig. 2. Amb el sub-títol de «Revista técnica de las Artes del Libro», aquesta publicació madrilenya assajava interessants dissenys de portada, que canviaven la tinta però no la forma al llarg d'uns quants números.

(Gráficas, octubre 1957)

Un altre exemple de revista ben impresa el tenim en el **Boletín del Gremio Sindical de Maestros Impresores**. Espectacular presentació, amb pàgines de diferents gramatges i factura, anuncis executats amb les tècniques més imprevisibles i atrevides per a l'època. Tota una proesa d'impressió que dóna com a resultat un conjunt quasi «naïve». Tot i les connexions amb els exemples anteriors, aquesta publicació deuríem de considerar-la, en tot cas, com el butlletí d'una entitat privada.

Dins del món de la imatge gràfica, amb una preocupació formal considerable, degut als problemes d'impressió, estan les revistes especialitzades en temes de fotografia.

Ja havíem parlat anteriorment del cas de **Arte Fotográfico**, i cal afegir una de gran tiratge que es deia senzillament **Fotos**.

Com que la imatge en moviment tenia una importància cabdal en aquella dècada, anys de culminació per al cinema, també les revistes ens reflexen aquell sistema de valors. El cas de **Fotogramas** resulta quasi miraculós, ja que continua vigent en l'actualitat, havent-se sabut adaptar a cada època. També d'espectaculars tirades era **Imágenes**, amb corresponsals a les principals capitals del cinema mundial, i extensos reportatges sobre festivals de cinema.

Dins d'un ampli ventall d'altres mediocritats, salvaríem l'arriscada **Film Ideal**, que a més a més editava en fascicles els guions de pel·lícules espanyoles com «Los Chicos», «Los Golfos», «El Cohecito», en uns cuidats exemplars sota el títol **Esquemas de películas**.

(*vid. fig. 3*)

Exemples més minoritaris de revistes de cinema serien: **Film**, **Otro Cine**, **Primer Plano**, ...



Fig. 3. Les lletres de la capçalera d'aquesta revista de cinema són tan «ideals» com el propi títol de la publicació. També a l'interior les compaginacions juguen un paper innovador.

(Film Ideal, nº 64, 1958)

Dins del món de l'escena, però passant a la representació en directe, els '50 ens porten les primeres aparicions exitoses d'una gran dona del teatre: *Núria Espert*. També arriben les primeres temptatives com a dramaturg del poeta *Salvador Espriu*. *Adolfo Marsillach* i *Fernando Fernán Gómez* són aclamats com actors carismàtics.

Les revistes especialitzades en el tractament de la informació dels escenaris són **Teatro i Primer Acto**.

També la informació radiofònica disposava d'un material gràfic, necessari per donar a conèixer les imatges dels seus locutors a les «fans» d'aquelles veus amagades darrere dels altaveus: **Ondas**.

L'esport entès com un espectacle ha sigut motiu d'importants muntatges promocionals basats en els mitjans de comunicació de masses. Els artefactes de comunicació impresa alimenten l'esperit efervescent dels afeccionats. En alguns casos es conserven impertèrrits:

Marca, Dicen..., Mundo Deportivo, Rueda Libre (ciclisme), **El Once** (futbol).

A mitjan camí entre l'espectacle, l'esport, la tradició i el folklore, el món dels bous va tindre un honorós exponent a la revista **El Ruedo**.

(*vid. fig. 4*)

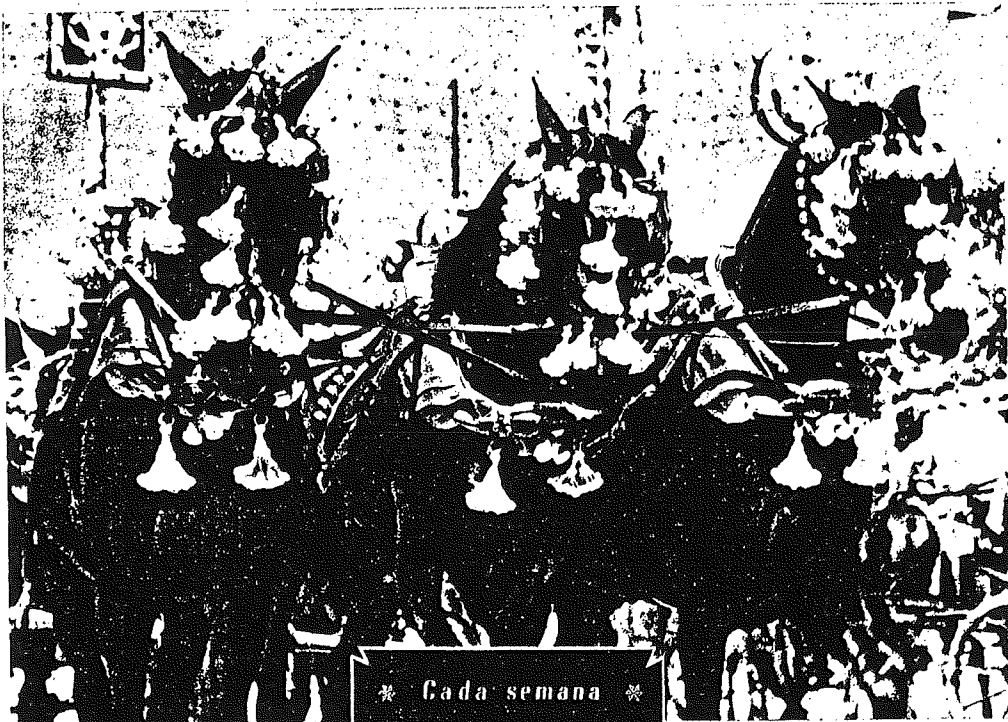
El Ruedo disposava, d'entrada, d'unes dimensions molt més folgades que la majoria de les revistes. La temàtica i la impressió litogràfica de la portada ens transmeten la imatge d'aquells cartells tan populars de la «corrida». El color sepia de la tinta de les pàgines interiors estava, no obstant, més d'acord amb les dècades passades que no amb la novedosa dècada del llamp.

Una altra matèria amb nombrosos seguidors (els quals permeten la continuïtat de la publicació) esdevé la passió per la velocitat. Els dissenys de la lletra hauran de tindre



El Ruedo

Semanario gráfico de los toros
FUNDADO POR MANUEL FERNANDEZ CUESTA
Dirección y Redacción: Hermosilla, 75. Teléfn. 256165-64
Administración: Barquillo, 13.
Año X - Madrid, 16 de abril de 1953 - N.º 460



* Cada semana * LA FERIA DE ABRIL EN SEVILLA

SIEMPRE la Feria de abril en Sevilla ha sido una definición. Ya antes de celebrarse; puesto que en los cartones de sus famosas corridas de toros figuraban los nombres de su mayor categoría en el momento. Cualquier aficionado cuidadosamente observador de los acontecimientos taurinos podía asegurar, con bastante antelación cuántos iban a tener durante el mes de abril en la Maestranza.

Tal era la regla general, aunque ya en otros últimos años el desacuerdo entre toreros y empresarios, por causas ajenas a los contrastes de la Feria de abril, determinó que faltasen por estos días en el ruedo de la Maestranza algunos que otros matadores de toros de los que aparecen insuñados en la citada especial.

Sobre esto, en el presente, la organización de la Feria sevillana ha sido tan extraordinariamente difusa. Retirados, más o menos definitivamente — que en esto de las retiradas de los toreros siempre queda la duda —, varios de las figuras hasta ahora mejor colocadas — Isaac el Titirís, Pepe Lina, Luis Niguel, Ariza — y a falta de otros que por ahora continúan en la braga y no han podido o no han querido ir a Sevilla, la Empresa ha tenido que recurrir a otros; si estos famosos todavía, más animados en su rebufo esta gran prueba que es la Feria sevillana en

época en que el toro está fuerte y cuando de antemano, y siempre, es sabido que se da la importancia que tiene a la presentación del ganado.

O sea que, como siempre, la Feria de Sevilla también este año va a ser definición. Sólo que en el sentido de que, aparte dos o tres figuras ya consagradas, las demás van a ir a buscar la consagración. De ahí se deriva un considerable interés; porque de lo que no hay duda es de que, como en todas las batallas, las bajas que se producen hay que cubrirlos. Y se cubren así inmediatamente. Esto es ley de vida y nadie ha pensado que las corridas de toros se acaban porque unos u otros toreros desapare-

can. Inmediatamente surgen otros, y los públicos, y más en estos tiempos de signo apaciguado, son demandados avidos para mantener durante mucho tiempo el recuerdo de lo que en otra época los entusiasma.

Todo esto viene a concluir en que la Feria de Sevilla será tan importante como siempre, y que la de este año tendrá el ambiente de comprobar quién o quiénes salgan revalidados con cartel vivo para el resto de la temporada.

El río, alborotado durante el invierno, volverá a su cauce; porque lo malo de estas pasadas campañas invernales no es que se hayan producido, ya que si esto han venido a corregir corrientes, sino que junto a la denuncia de hechos reprochables, que sería modo sancionados por las autoridades competentes, se ha urdado, para esos hechos y para los sucesos, un clima de desconfianza tal, un estado contra todos, que es convenientemente superar para que se restablezca un pago justo por poseedores.

La Feria de Sevilla, y más en este año que nunca, pueda dar el tono definitivo de la temporada. Definición siempre.

Fig. 4. La tradición del «toreo» ha creta escuela inclús entre la prensa especializada. El «arte» que defineix les faenes d'un torero, i tota la parafernàlia del ritual, tenen el seu exponent gràfic als textos il·lustrats.

(El Ruedo nº 460, 16-IV-1953)

molt en compte la renovació continuada dels models de les carrosseries. Com a exemples reeixits citarem **Motorama** i **Revista Auto-Moto**.

En el cas concret de la premsa dirigida a les dones -o bé amb un públic de majoritària filiació femenina- déu d'acomplir igualment la important funció de servir de vehicle educacional a les lectores. Aquest aspecte l'ha tractat en profunditat M. Rivière, la qual justifica la significativa mancança d'un autèntic caràcter nacional de la moda -creada, produïda i consumida internament a l'estat espanyol- degut precisament a la inexistent premsa especialitzada de difusió massiva, ja que aquesta premsa és vehicle indispensable per a la promoció de la moda entesa com un bé econòmic.

De les revistes especialitzades en temàtiques tradicionalment «femenines» cap la possibilitat de confeccionar un llistat immens. Apuntarem, de moment, els següents títols: **Ilustración femenina**, **Menaje**, **Siluetas**, **El Hogar y la Moda**, **Labores del hogar**.

Les ocupacions laborals de bibliotecària i infermera han sigut durant molt de temps un patrimoni quasi exclusiu de les dones. Aquests oficis propiciaven una estructura gremial d'organització, i un engranatge d'aquest tipus necessita d'un portantveu, que sol ésser una publicació il·lustrada, la qual estèn uns continguts, informant i unificant criteris.

(*vid. fig. 5*)

En l'ofici i pràctica de la medicina, els postulats plàstics són fonamentals quan es tracta de reforçar l'aspecte visual d'alguns productes. Els laboratoris i distribuïdors són conscients de l'abús de marques de medicaments similars a les quals haurà de recórrer el metge en molts diagnòstics. És per això que no convé canviar la imatge del text d'una

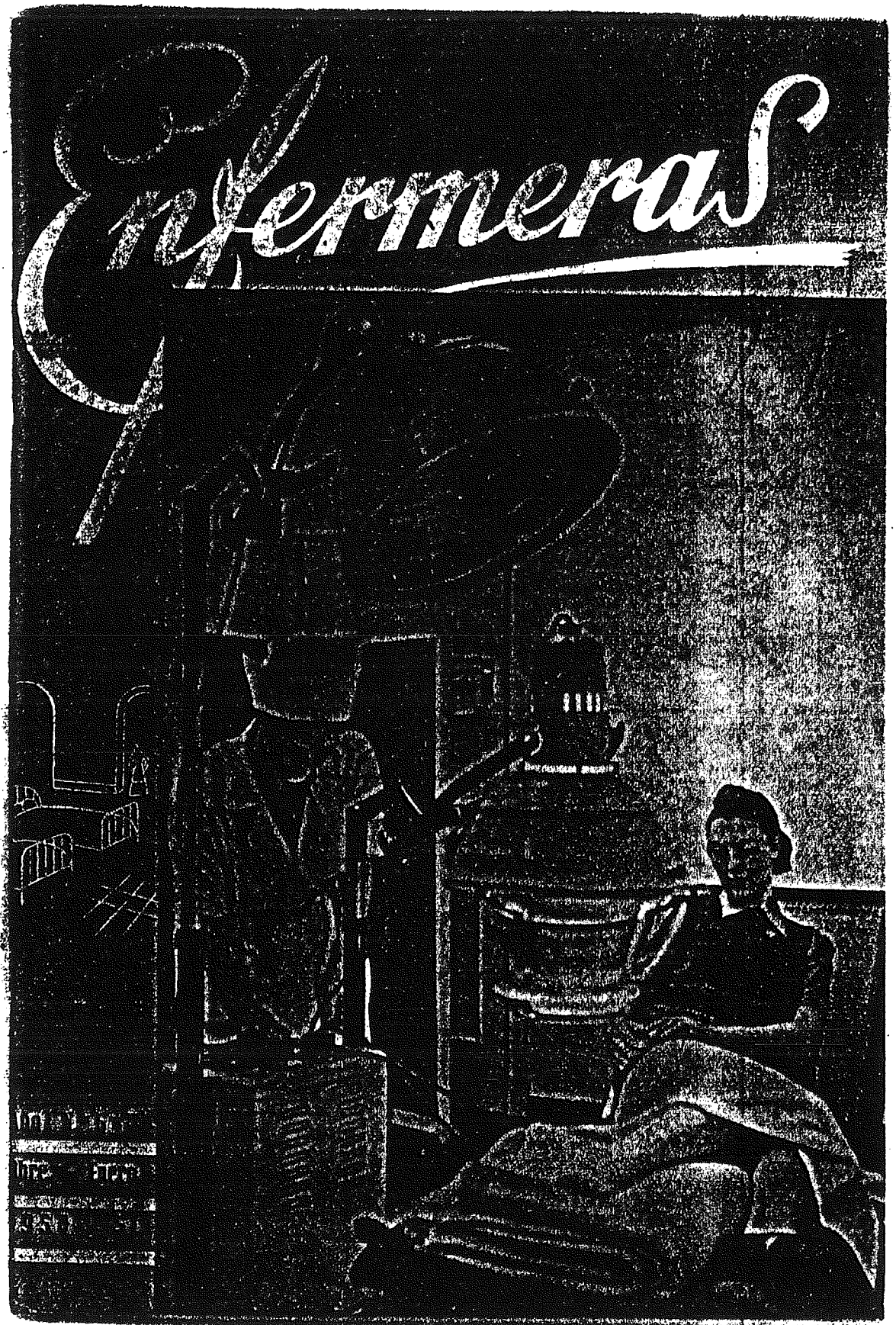


Fig. 5. Una «insignificant» revista de caràcter gremial pot arribar a convertir-se en poderós medi d'influència dins d'un cos homogeni, un sector social o un col·lectiu laboral.

(Enfermeras nº 6 i 7, desembre 1950-gener 1951)

marca, inclús quan millora o varia el producte, cal conservar el disseny de les lletres d'aquells noms tan particulars. La publicitat en campanyes de prevenció i en el llençament de medicaments novedosos resulta fascinant, ja que recorre als elements més moderns de la gràfica professional.

En la revista **Glosa** (un diminut exemplar de butxaca) apareixen una important quantitat de pàgines amb anuncis de medicaments de tendència abstracta i caràcters tipogràfics actualíssims.

(*vid. fig. 6*)

De revistes dedicades a temes anecdòtics n' existeixen en quasi totes les matèries. Els afeccionats a la filatèlia tenien **Filigrana**. Els enamorats dels avanços inter-planetaris **Astronáutica**.

No insistirem en nous exemples ja que les premisses apuntades han sigut il·lustrades amb les referències que s'han aportat, referir tot el llistat de títols existents equivaldria a redundar infructuosament.

El segon apartat, referent als Noticiaris Generals, és el més extens dels sis, en quant a nombre de títols i envergadura de tirades per exemplar. Es tracta de la premsa basada principalment en les imatges. Degut a la inherent connexió entre imatge i text, la tipografia d'aquestes revistes hauria de comptar amb els millors exemples del conjunt de les publicacions. Tanmateix, són ben pocs els exemples dignes de menció, ja que el risc sol evitar-se en les publicacions massives.

En aquest sentit, *Juan de Cusa* opina que «*resulta paradójico que a medida que las revistas reducen su tiraje y acortan, por lo tanto, su área de expansión, suelen aumentar la calidad de sus papeles, cuidan mayormente la impresión gráfica y tienen que calificarse en un plano de superioridad*».

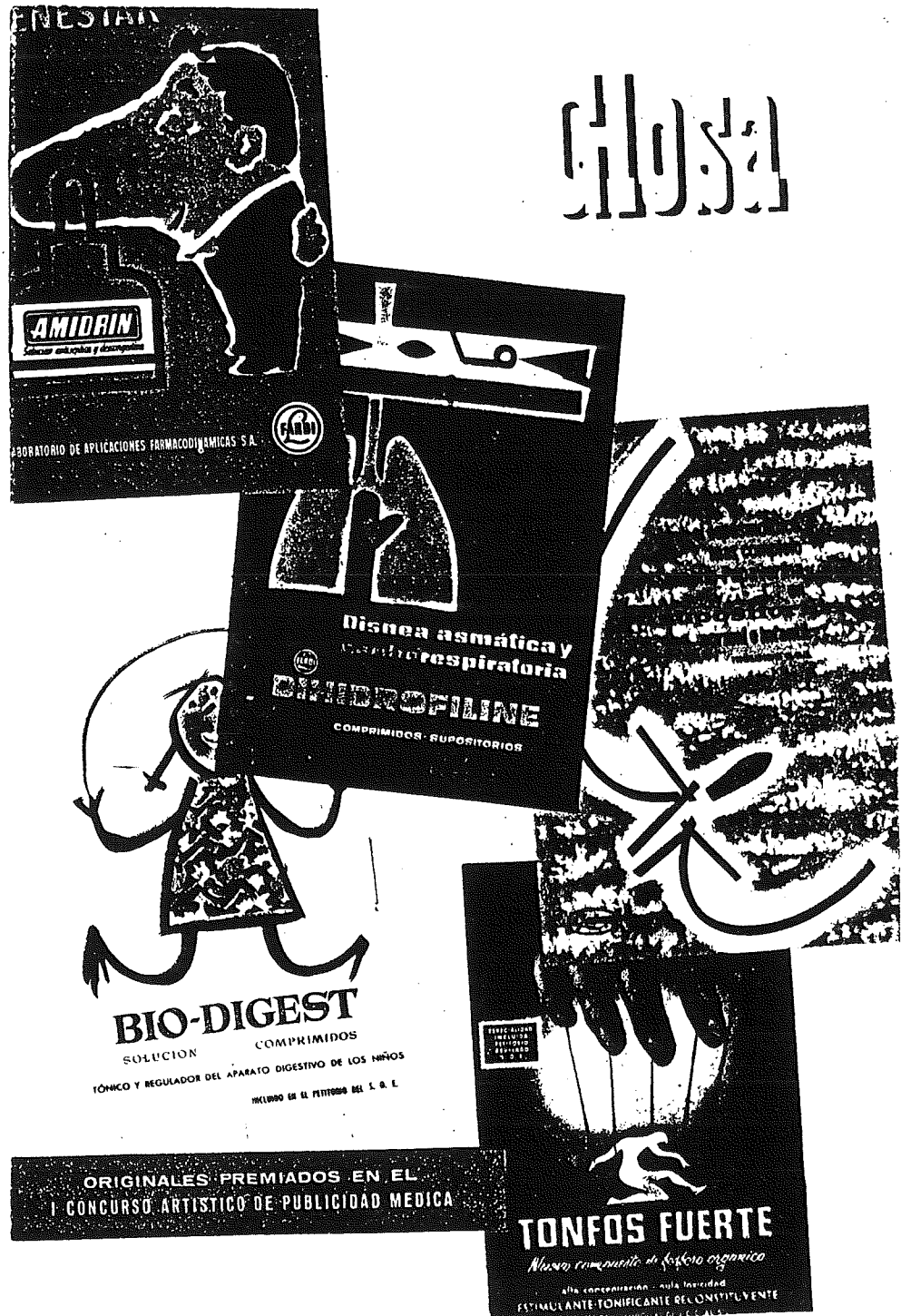


Fig. 6. Esquemàtics i referencials, els anuncis de medicaments han d'aconseguir que el professional guardi la imatge de la marca i que la memoritze, coneixent les propietats del producte.

(Glosa nº 61, juliol 1959)

El mateix autor considera **Blanco y Negro** com «*el ensayo más logrado que se ha intentado en nuestro país de salvar el tipo de revista gráfica de la vulgaridad y de la mediocridad de presentación que adolece el género*».

No entrarem a valorar l'opinió de *Cusa*, que ens sembla molt respectable, però dels valors plàstics d'aquelles revistes cal fer una justa valoració, tenint molt en compte el context econòmic, social i polític d'aquella dècada.

(*vid. fig. 7*)

Destino representava una línia periodística de caire conservador, però aquesta vessant política sempre anava matisada per un discret entorn de credibilitat. Altres publicacions com **El Español**, **La Actualidad Española**, **Noticias de Actualidad**, **Nuestro Tiempo**, **Sábado Gráfico**, **Siete Fechas**, **Gaceta Ilustrada**, havien pres un posicionament més pròxim als paranys oficials, tot i que durant els anys posteriors, les noves generacions de periodistes activarien intenses transformacions en les opinions exposades per la premsa.

Els títols curts ofereixen la possibilitat d'encapçalar de manera atractiva les portades.

(*vid. figs. 8 i 9*)

En les *figures 8 i 9* podem comparar les diferents solucions donades al text del títol a la capçalera. Mentre que **Mundo** informa rigorosament de la política internacional, a **Momento** trobem aquesta classificació:

«*Indice de la moralidad en el cine*

-*Películas clasificadas con el nº 1 (todos, incluso niños):*

La Señora de Fátima

STRATOSPHERE MONKEYS

THESE PHILIPPINE MACAQUES RODE IN AN AIR FORCE AEROBEE ROCKET TO APPROXIMATELY 200,000 FEET IN THE UPPER ATMOSPHERE, FROM HALLOMAN AIR FORCE BASE, ALAMOGORDO, NEW MEXICO. LABORATORY MICE ALSO MADE THIS FLIGHT. WHEN THE ROCKET TOOK OFF THE ANIMALS WERE SUBJECTED BRIEFLY TO ABOUT 15 GS. MEANING THEY WERE SUBJECT TO STRAINS ABOUT 15 TIMES THAT WHICH IS NORMAL FOR THEIR WEIGHT. LATER IN THE FLIGHT THEY LOST ALL WEIGHT AS THEY WERE AWAY FROM THE GRAVITATIONAL FORCE OF THE EARTH. GIFT FROM U. S. AIR FORCE THROUGH COLONEL LEON BOOTH, AIR RESEARCH AND DEVELOPMENT COMMAND, NOVEMBER 5, 1953.



DESTINO

MONOS A LA ESTRATOSFERA

En este número: "CARTA DE LONDRES: INGLATERRA AYER Y HOY", por José Pla, y "LA HORA DE LAS CENICIENTAS", por Carlos Soldevila

N.º 930 - BARCELONA 4 de junio de 1955 - 5 Ptas.

Fig. 7. Sense cap dubte, un dels millors exponents gràfics de la dècada és aquesta revista que en tantes ocasions ha documentat el nostre estudi.

(Destino nº 930, 4-VI-1955)

MUNDO



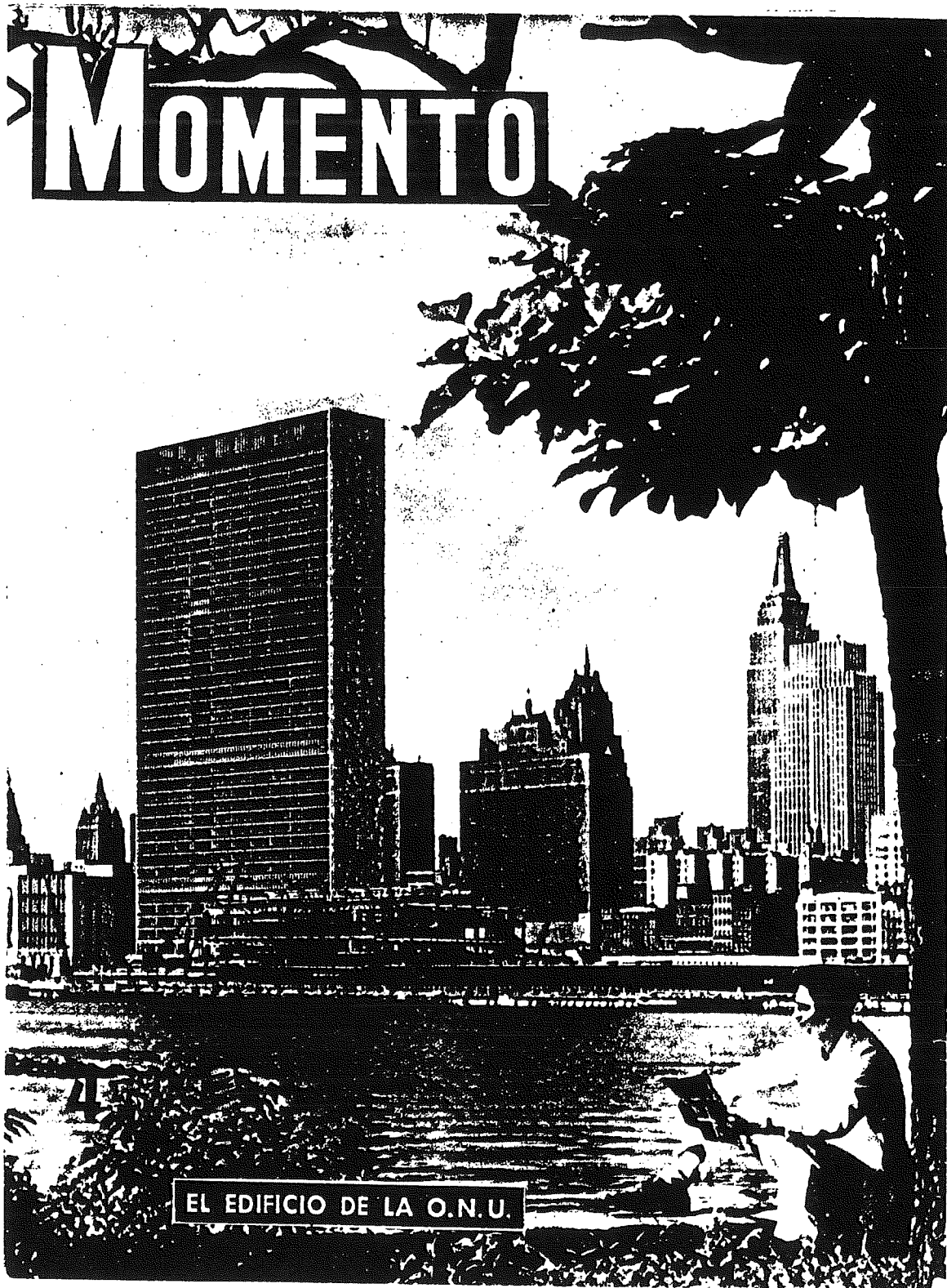
Al conmemorarse el décimo aniversario de la destrucción de Hiroshima por la primera bomba atómica, en el Parque de la Paz de esta ciudad japonesa se celebró un acto al que asistieron millares de personas. El alcalde de la ciudad, Tadao Watanabe, lanza ante los micrófonos el mensaje de la paz de Hiroshima.—(Foto CIFRA.)

EN ESTE NUMERO

MAYOR PROSPERIDAD QUE NUNCA EN EUROPA Y AMERICA
LA DISYUNTIVA ATOMICA SE RESUELVE A FAVOR DE LA PAZ

Fig. 8. Majúscules romanes; caràcters de transició ordenats simètricament. Una estructura clàssica que sempre resulta efectiva i aporta serietat.

(Mundo nº 800, 4-X-1955)



*Fig. 9. Majúscules de pal. La inicial ha sigut eixamplada i ombrejada.
El requadre que emmarca el text s'ha desplaçat a marge superior esquerra de la portada.
La foto ocupa tot l'espai de la pàgina, a sang.*

(Momento nº 38, 6-XII-1951)

-Películas clasificadas con el nº 2 (jóvenes):

Arenas Sangrientas, El Capitán Veneno,...

-Películas clasificadas con el nº 3 (mayores):

En busca de marido, Idilio en Castilla, Rebeca,...

-Películas clasificadas con el 3-R (mayores con reparos):

La edad peligrosa

-Películas clasificadas con el nº 4 (gravemente peligrosa):

Intermezzo»

La censura acaparava tots els àmbits de la informació. Però existia l'esperança de poder esquivar-la a nivells gràfics, ja que les paraules eren l'únic significat analitzat pelsensors.

No va reparar la censura en l'aparició de noves revistes de caire sensacionalista, amb successos i esgarrifores circumstàncies, ara bé, en les pàgines de **El Caso** estaven prohibides les fotografies de cadàvers.

Margarita Rivière es sorprén de determinats fenòmens socials pel que respecta a les publicacions il.lustrades, i quan comenta el cas del setmanari **¡Hola!** s'esvalota amb els següents termes:

«Es deliberadamente reaccionaria y redundante en su contenido; no pretende enmascarar nada, ni formar, ni instruir, presenta los hechos más reiterativos de la forma más reaccionaria, basándose en el voyeur oculto en todo pequeño-burgués. La revista es, sin duda, uno de los fenómenos sociológicos de más interés dentro de los muchos a los que ha dado origen este país a lo largo de cuarenta años.»

-veg. Bibl. Gen. RIVIERE (1977)-

La realitat, no obstant, és que tant **¡Hola!** com la resta de setmanaris d'informació general que han seguit el model d'aquesta, han suposat sempre un èxit de vendes i difusió pel que respecta al mercat espanyol.

(*vid. fig. 10*)

Les revistes de «caire rosa» (també «revistas del corazón») han gaudit des de sempre de molta acceptació i grans tiratges.

A més de la susdita **¡Hola!**, en aquells temps podien trobar-se als quioscs **Diez Minutos**, **Garbo**, **Lecturas**, **Semana**, **Selecciones**, inclús la versió en espanyol de **Life**, editada a Mèxic però.

Degut a les seccions habituals d'aquestes publicacions, poden considerar-se «Noticiaris Generals», inclús caldria superar els prejudicis que han relacionat comunament aquesta premsa amb les dones, ja que el seu caire popular i gens reivindicatiu les fa veritablement aptes per a tots els públics i sexes.

Un cas de revista directament adreçada al públic femení portava per títol l'escuet nom de **Mujer**. És un cas interessant de tractament de lletres en portada, ja que en cada número s'adopta un logotip diferent per a la capçalera. Per cert, sempre són moderns els caracters utilitzats, quasi un revival d'alguns models de «Bauhaus».

(*vid. fig. 11*)

A les darreries de 1991 començava una nova etapa de la revista **Mujer**, la qual havia desaparegut durant molts anys. També les lletres del rètol en aquesta nova aparició han sigut esmeradament elegides pels responsables.

Els àmbits eclesiàstics també disposen d'importants aparells publicitaris i de comunicació dins de la premsa escrita i il·lustrada. Uns diminuts llibrets de «fe

MONACO TIENE YA SU HEREDERA

Reportaje gráfico en páginas interiores

LECTURAS

NÚM. 396 * 1 FEBRERO * 1957



Gina
Lollobrigida
se sonrojaba
al decir
"espero un
bebé"

GRACE KELLY
(Foto M. G. M.)

5
PTAS.

Fig. 10. Abans d'existir la televisió a nivell massiu, tothom va poder seguir els esdeveniments del casament de Grace i Rainero gràcies a les revistes de «caire rosa». (Lecturas nº 396, 1-II-1957)



Fig. 11. Atractiu rètol de portada que es repeteix en la imatge de la figura. Tot un esforç gràfic per assenyalar la identitat de la revista.

(Mujer nº 236, Febrer 1957)



Fig. 12. Els textos escrits en forma de dedicatòria de l'artista fotografiada a la portada eren moneda corrent en les publicacions de l'època, tal i com reflexa aquesta de *Clima* amb un text de Lola Flores.

DON JOSE

SEMANARIO DE HUMOR DEL DIARIO «ESPAÑA» (TANGER) DIRECTOR: MINGOTE

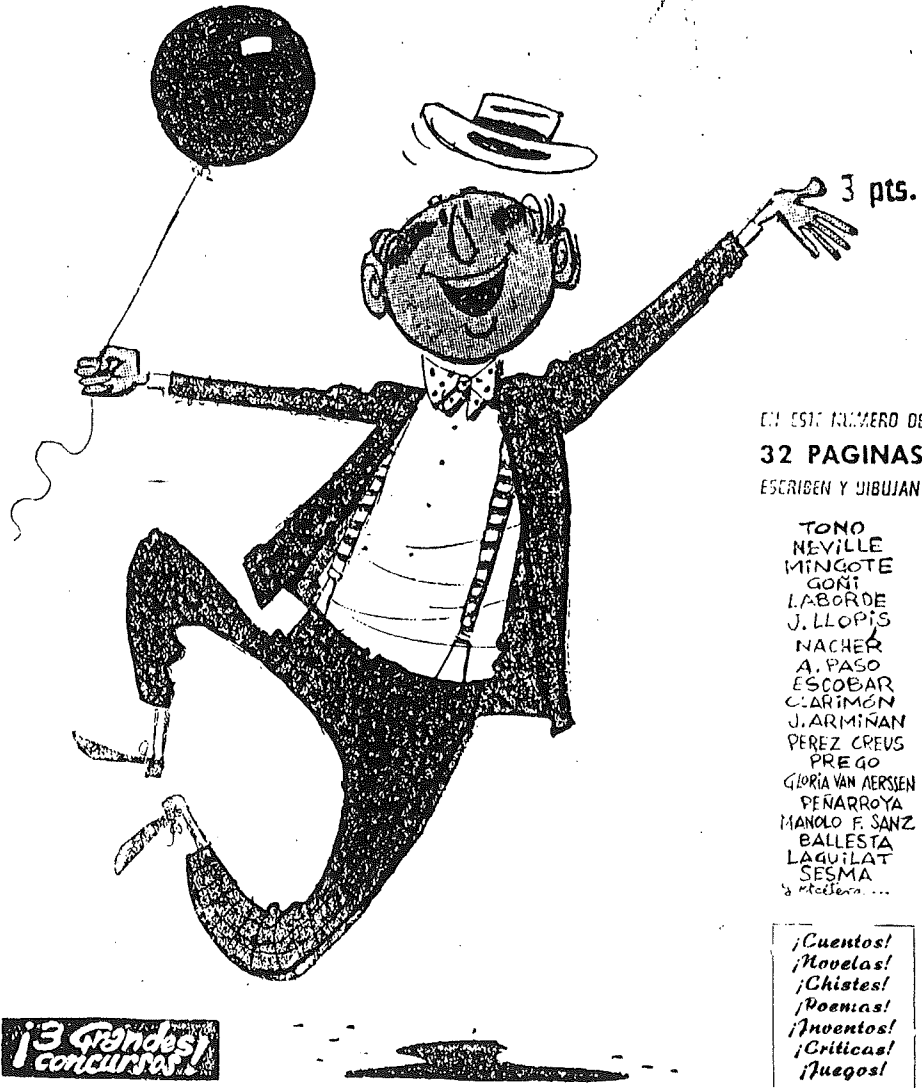


Fig. 13. Dirigit pel prestigiós Mingote, aquest setmanari s'editava a Tànger com a suplement del diari «España». Nefasta impressió i gens encertada composició.

(Don José nº 1, 13-X-1955)

Aquestes revistes d'humor solen anar preferentment farcides d'il·lustracions, i els textos en la majoria dels casos són realitzats amb lletra manual.

Passem al tercer dels apartats: Les publicacions juvenils i infantils.

Ja hem analitzat anteriorment alguns casos com **El Benjamín**, **Sissí** o **Yumbo**. En tots els exemples, les narracions amb imatges en forma de comics ocupen bona part de cada número.

Els textos, als globus dels diàlegs entre els personatges de les historietes de comics, estan dibuixats amb la lletra del mateix autor de les figures. La personalitat està reflexada (podria ser un exercici de grafologia) tant a les siluetes dels personatges com a les paraules que diuen, dibuixades pel mateix creador. És així com s'aconsegueix la unitat d'estil exigible en qualsevulla concepció artística.

Cavall Fort va jugar el paper de novetat, amb una arriscada instauració de les modes i estils més moderns a tots els camps de l'estètica (des de l'art al mobiliari i la decoració). Tenint en compte el paper pedagògic que adquireixen les publicacions infantils, aquesta tendència era d'agrair. **Cavall Fort** va ser premiada en nombroses ocasions per tribunals internacionals. També escrites en català van aparèixer **Història i Llegenda** i **L'infantil**, més convencionals.

Les aventures són el clàssic exponent temàtic que atreu indefectiblement als xiquets de tots els temps. **Roberto Alcázar** y **Pedrín** havien tingut després de la guerra el seu moment àlgid, però cediran el lloc de privilegi a **El Jabato**.

Super-Aventuras replegava diferents personatges, igual com **Pulgarcito**. **Florita** oferia a les xiquetes les més tradicionals històries romàntiques.

El clàssic més celebrat ha sigut des de sempre, i sens dubte, el **T.B.O.**, una entranyable publicació on apareixien les meravelloses vinyetes del dibuixant *Coll*, així com la inefable *Familia Ulises*.

En un terreny diferent estaven les edicions de les agrupacions juvenils i d'alguns col·legis.

O.I.E. (Orientación, Instrucción y Educación), **Ling-Ling**, **Auras de Colegio**, i una que ens sorprén per la gran qualitat d'impressió, i de la qual ja havíem fet esment: **Nuestro Mundo**.

(*vid. fig. 14*)

Entre les Revistes de Difusió Cultural han coincidit dos exemples de títols amb nom d'animal: **La Jirafa** i **La Ballena Alegre**. En ambdós casos, el bon humor dels redactors i els col·laboradors ajuda a reflectir un moment d'esperances per als intel·lectuals.

Exemples dignes de menció serien **Papeles de Son Armadans**, **Indice de las Artes y de las Letras**, **Correo de las Artes**, **Arbor**, **Ansí**, **Eco**, **Quaderni Iber-Americani** (editada a Torí, però), **Ribalta** (especialitzada en belles arts) i la tendenciosa amb números monogràfics **Temas Españoles**.

Germinàbit va encetar el camí que després continuaria **Serra d'Or**, i dins de l'àmbit catalano-parlant no podem oblidar la polèmica i avançada **Inquietud**.

Repleta d'informacions multidisciplinars, i molt volcada amb les noves tendències (jazz, cinema, art modern, música serial), **Revista** comptava amb una completíssima nòmina de col·laboradors interessants. L'aspecte i la compaginació d'aquest setmanari era completament inusual entre la resta de les publicacions, i digna de les millors edicions europees. El primer anagrama del títol havia sigut dissenyat per *Salvador Dalí*.

(*vid. fig. 15*)

Nuestro Mundo

NÚMERO EXTRAORDINARIO MARIANO

COLEGIO DE NUESTRA SEÑORA DE LORETO

Barcelona :: Curso 1953-1954

Ofrenda

"Todas las generaciones me llamarán bienaventurada."

Señora, Todo es para Tí en este ANGELO MARIANO.
A tu sombra y bajo tu inspiración han ido sucediéndose trabajos y recreos, fiestas y peregrinaciones, obras de caridad...

Eres nuestra reina y ante todo nuestra Madre.
Que felices nos hemos sentido en la casa de Loreto!
Hemos aprendido a mejor, con tu ejemplo y tu arte.
Y ha prendido en nuestras almas el deseo de saberte conocida y amada de todos.
De tus labios oímos "Todas las generaciones me llamarán bienaventurada".

Quisiéramos que tus glorias se cantaran en el orbe entero y unir nuestras voces, a las de todas tus hijas, nuestros hermanos en una alabanza perfecta. Que al menos, Señora, sea ésta completa en nosotros.

Que todo nuestro ser te alabe, te ame, te sirva.
Pensamiento, corazón, voluntad, sean vírgenes para ser como Tú agradables al Altísimo.

Recibe, Señora, como gavilla de apretadas espigas, estas páginas prometedoras de otras nuevas cosechas.
En ellas están todas tus colegialas, tus hijas de hoy, de mañana y de siempre.
Confían plenamente en Tí, en este amanecer de su vida.
"No nos dejes Madre mía."

Fig. 14. Correcta combinació d'elements en la primera pàgina d'una revista magníficament impresa.

(Nuestro Mundo, curs 53-54)



Fig. 15. *Joc de tipografies-rètols i de profunditats de plànols a la portada d'una prestigiosa publicació cultural de tendència progressista.*

(Revista nº 300)

En cada número de **Revista** apareixia una pàgina dedicada a la biografia d'un artista. La nòmina és suculent: *Cuixart, Wols, Francis Bacon, Ràfols-Casamada, Balthus, Marino Marini, Anton Pevsner, Mies Van de Rohe, Eero Saarinen, Chillida, Canogar, Manessier, ...*

Al nº 299 existeix un interessant article escrit des de València per *Jacinta Gil* i titolat «Un arte post-riada».

L'exercici sense límit que practicaven algunes publicacions més avançades estava sistemàticament vetat en les Edicions dels Organismes Públics. Resulta fàcil d'entendre que els mitjans de propaganda d'un règim dictatorial no aporten cap novetat al món editorial, i menys encara en les diagramacions, compaginacions i demés aspectes gràfics.

Típics exemples de matèria militar: **Ejército, Pensamiento y Acción ... Castrense**. En la línia de la informació cultural: **Galatea**.

La companyia RENFE publicava un diminut registre d'activitats amb una bella portada: **El Viaje**.

L'organització ONCE tenia el seu propi mitjà imprès, però sense tinta, ja que els gofrats són l'entitat (que no l'entintat) del sistema Braille. El nom: **Relieves**.

Amb mitjans econòmics i possibilitats tècniques, l'Excma Diputació Provincial de Barcelona estava en condicions de publicar una luxosa revista, amb paper couché i nombroses fotografies, inclús alguna il·lustració en color. **San Jorge** servia com a medi propagandístic de la institució, amb una càrrega corporativa que està molt ben reflexada a les lletres del rètol de portada.

(*vid. fig. 16*)

SAN JORGE

REVISTA
DE LA
EXCMA. DIPUTACION PROVINCIAL
DE
BARCELONA

NÚMERO : 4

OCTUBRE 1951

Fig. 16. La severa portada emmarcada amb un requadre de dos filets aporta un símptoma de distinció.

(San Jorge nº 4, octubre 1951)

També la corporació municipal de l'Ajuntament de Barcelona distribuïa una luxosa publicació per exhibir les propietats de la ciutat. El títol no podia ésser més estricte: **Barcelona**.

El sisè i darrer dels apartats en els quals hem ordenat el material constitueix un dels més atractius exponents (i menys conegut pel gran públic) de la premsa il·lustrada: els Informatius d'Entitats Privades.

En alguns casos es tracta de butlletins propagandístics més o menys ben impresos. Dins d'aquesta línia d'estereotips entraria la **Revista Jorba**, que pertanyia a unes galeries comercials.

Alguns col·lectius publicaven el seu propi periòdic informatiu, com era el cas dels mestres valencians amb **Valencia Escolar**.

Ja hem referit l'exemple inusual de la cotatjosa **Juperina**, publicada pels fabricants de *Perfumes Juper*. També d'altres cases de perfumeria editaven els seus fetitxes impresos: **Magda i Pauta**.

(*vid. fig. 17*)

L'escola d'Arts i Oficis ARPA disposava d'un interessant informatiu que també es deia **Arpa**.

Les «Juventudes Femeninas de Acción Católica» s'esplaiaven amb **Convivir**, de poques pàgines i, no obstant, maquetat de manera arriscada. I els ex-combatents tenien **Raza**.

D'organismes culturals i educatius com el centre d'educació a distància CEAC tenien l'apèndix expansiu en **Cúpula**, mentre que **Delfos** representava l'associació homònima.

JUPERINA

en primavera



*Fig. 17. Inconfusibles i meravelloses portades amb fotografies de Català-Roca.
(Juperina, estiu 1957)*

L'Associació d'Ex-libristes de Barcelona també editava el seu propi vehicle d'informació, del mateix nom.

Mentre la Fira de Mostres barcelonina publicava **Feriario**, la valenciana patrocinava **Valencia Atracción**.

Un dels més bells exemples d'aquesta premsa de caràcter mercantil és **Búfalo**, que estava patrocinada per la marca de productes de neteja per al calçat. Les lletres de la marca són molt atractives dins del model cal·ligràfic de pal ample.

Els promotors de la mítica moto Vespa comptaven amb l'informatiu imprès **Vespa-Club**.

Les empreses amb intenció d'augmentar el seu prestigi solen concretar aquest desig amb una publicació. La fàbrica de paper dels Molina, en Xàtiva, editava els **Ecos de La Papelera de San Jorge**, amb un paper de gran qualitat i temàtica familiar.

(vid. fig. 18)

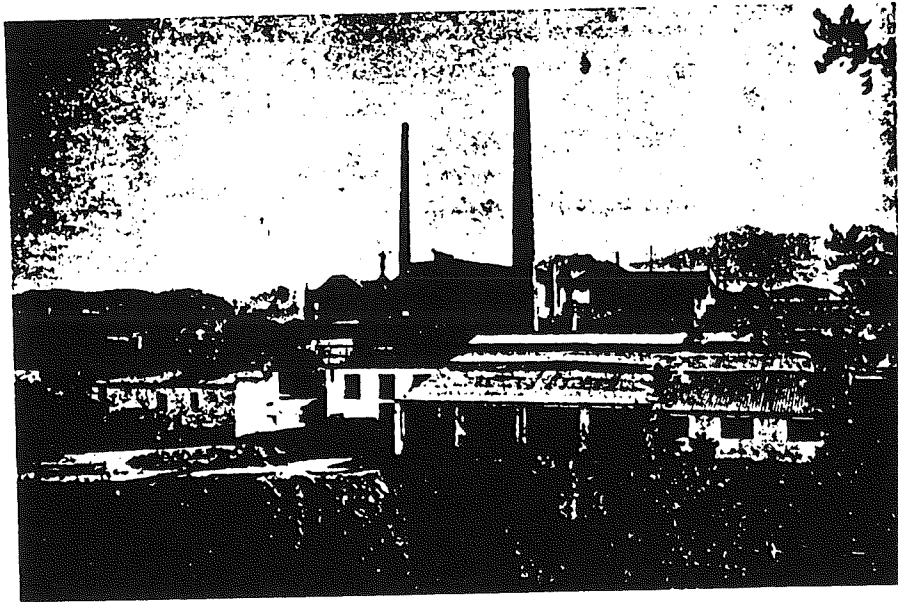
Hem deixat per al final de tot aquest recompte les quatre millors publicacions de caire divulgador.

Paleta tractava temes d'art. Estava editada per la multi-nacional «Sandoz». La revista apareixia tres vegades a l'any, en espanyol, alemany, francès, anglés i italià. Com que el text és en tinta negra, i és l'única variable de les diferents edicions, les pàgines de **Paleta** són un esclat de quatri-cromies, amb quadres universals reproduïts exquisidament.

La firma Alter de medicaments i indústries químiques enviava als metges una cuidadíssima revista de nom **Alter**.

A Barcelona, l'activa associació dels gremis d'arts i oficis artístics es volcava en un model a seguir: **F.A.D.** (Foment de les Arts Decoratives).

ECOS
de *La Papelera de San Jorge*



Vista parcial de La Papelera de San Jorge.

FABRICA, ENERO 1953

XATIVA

IMPRESA SEMANA GRAFICA, S. A. - VALENCIA

Fig. 18. Una estètica més pròpia dels '40 que no dels '50 recorre aquesta tètrica portada dels fabricants de paper de Xàtiva.

(Ecos de la Papelera San Jorge, gener 1953)

I com a colofó, la més extraordinària de les publicacions periòdiques espanyoles dels anys '50 pel que fa al paper i els sistemes d'estampació, la compaginació i la tipografia, la temàtica i els colors:

els **Cuadernos de Arquitectura** del Col·legi d'Arquitectes de Barcelona.

III.c.

La distribució i la difusió.

Mirem la premsa en general, ens adonem que té una important funció social ja que proposa models de conducta i d'orientació del públic cap a determinats objectius.

L'existència d'un mitjà de comunicació amb les característiques de la revista il·lustrada està fonamentada en tres estímuls bàsics: les pàgines de publicitat, les subscripcions i el nombre d'exemplars de la tirada.

Els tres elements que acabem d'indicar, estímuls indispensables per aconseguir l'estabilitat d'una publicació periòdica, constitueixen la base econòmica que assegura la continuïtat dels successius números, ja que la subsistència d'un exemplar passa per la capacitat de generar en el lector el desig de comprar la pròxima entrega.

Si els factors econòmics són indefectiblement essencials per assegurar l'existència d'un mitjà de comunicació imprès, l'aspecte i les característiques gràfiques de la revista resultaran substancials per dotar d'una imatge pròpia a la marca, element identificatiu i identificador dels lectors d'aquella.

La massa de lectors d'una revista necessita identificar-se ideològicament amb les idees i la imatge que s'hi representen. És per aquest motiu que *Décio Pignatari* adverteix:

«Un análisis de tipo ideológico será tanto más interesante cuanto más orientado esté por una conciencia de lenguaje verbal e icónico»

-veg. Bibl. Gen. PIGNATARI (1977), pàg. 7-

Tenim plantejats, a hores d'ara, motius econòmics, ideològics i formals, en la

consecució d'una finalitat: dotar de sentit i continuïtat un projecte. Aquest projecte, que podem anomenar «revista», basa la seua existència en l'aparició periòdica i en l'aportació de novetats interessants, però sobretot en la facultat de crear un suport ideològic per a determinat grup social.

Dotar de sentit estètic o artístic al susdit projecte no és una justificació que ens pertoque aclarir a nosaltres. Aquesta qüestió ha sigut ja analitzada per altres investigadors:

«Todavía en el momento presente una buena parte de nuestros intelectuales «oficiales» muestra una total indiferencia o, lo que es peor, un absoluto desprecio, respecto a las posibles implicaciones estéticas y sociales de los modernos medios de comunicación de masas».

-veg. Bibl. Gen. RAMIREZ (1981), pàg. 242-

Resulta quasi patètic haver de justificar, a hores d'ara, la gran funció estètica d'un instrument de comunicació visual de primera magnitud com són les revistes il·lustrades.

Allò que *Umberto Eco* aportava en termes de crítica als mitjans de comunicació de masses per part dels 'apocalíptics', pot servir-nos avui en dia per justificar el nostre posicionament. Ens centrarem en dos dels efectes apuntats per Eco com a exemples d'acusacions principals d'aquells «apocalíptics», contraris a la cultura de masses:

«h) En todo caso, los productos de cultura superior son propuestos en una situación de total nivelación con otros productos de entretenimiento. En un semanario de rotograbado, la información sobre un museo de arte se equipara al chisme sobre el matrimonio de la estrella cinematográfica.»

«n) *Los mass media tienden a imponer símbolos y mitos de fácil universalidad, creando «tipos» reconocibles de inmediato, y con ello reducen al mínimo la individualidad y la concreción de nuestras experiencias y de nuestras imágenes, a través de las cuales deberíamos realizar experiencias.»*

-veg. Bibl. Gen. ECO (1985), pàgs 47 i 48-

Al nostre entendre, la postura dels 'apocalíptics' (apuntada per *Eco*) resulta completament execrable, ja que presenta els fenòmens de caire popular com uns productes degenerats i de «poca entitat». Trobem en aquesta actitud un alt grau de cinisme històric, ja que la suposada «*Hight Culture*» tan sols resulta possible en oposar-se a una manifestació inferior.

Pel que fa a la «*total nivelación con otros productos de entretenimiento*» :

«Així com la televisió va ensenyar a les revistes que les notícies no són res més que entreteniment, les revistes li han ensenyat a la televisió que només l'entreteniment és notícia».

-veg. Bibl. Gen. POSTMAN (1990), pàg. 141-

En aquest sentit, si ja no dubtem en la possibilitat de que el format vídeo és capaç d'aportar un missatge artístic, en la mateixa mesura podem deduir que una revista il·lustrada serà, potencialment, capaç d'engegar elements estètics importants.

Respecte a l'afirmació «*los mass media tienden a imponer símbolos y mitos de fácil universalidad, creando «tipos» reconocibles de inmediato*», precisament la nostra tesi

argumenta una novedosa aportació: En la imatge impresa, el text pot configurar elements lingüístics i també principis gràfics; si reparem exclusivament en la part referencial del text, estem perdent-nos tot un món de sensacions visuals adscrits a la funció plàstica de la lletra com a element gràfic.

Els «*tipos reconocibles de inmediato*» no seran ja els mites literaris, sinó la primera fase de la percepció: les estructures compositives de les lletres.

(*vid. fig. 1*)

El poder de les noves tecnologies, que possibiliten i faciliten la introducció del joc plàstic amb els elements del text, ha transformat radicalment la capacitat d'edició dels mitjans impresos:

«La digitalización ha permitido el uso generalizado, por parte de la prensa, del lenguaje visual. Ha convertido en periodístico el viejo y moderno lenguaje de los signos no lingüísticos ni paralingüísticos. Son dos los factores que han provocado la revolución gráfica en los periódicos: la digitalización y el uso mismo que la prensa ha hecho del lenguaje visual. Pero el uso mencionado sólo fue posible gracias a las características típicas del lenguaje periodístico que la digitalización dio a los mensajes visuales. Fue entonces cuando el lenguaje que estaba reservado a las enciclopedias (...) se pudo trasladar a la prensa y a las urgencias de lo periodístico, un lenguaje ampliamente conocido por la gran mayoría del público, sin perder la calidad mínima requerida para la buena comprensión de los mensajes periodísticos visuales.»

-veg. Bibl. Gen. PELTZER (1991), pàg. 119-

El discurs de *Gonzalo Peltzer* va sempre dirigit a exaltar els valors periodístics de les



*Fig. 1. Una referència figurativa de fàcil identificació: el dibuix de l'àngel i els pastors. Un referent figuratiu indispensable: el dibuix de les lletres de la portada.
(Serra d'Or, desembre 1955)*

publicacions. Per a nosaltres, qualsevol paràmetre dels engegats per una publicació periòdica està sotmés als seus valors plàstics, els quals generen una afinitat que atreu al subscriptor i al comprador de quiosc. Per tant, la difusió d'una revista tindrà que comptar, forçosament, en captar l'atenció visual d'aquells virtuals compradors, i el text com a element gràfic serà determinant en aquesta funció de captació dels clients.

Reprenent aquells temps «no digitalitzats» que van ser els anys '50, haurem d'advertir que, tot i la falta de recursos ja evidenciada, els dibuixants de textos d'aquella dècada aporten nous, satisfactoris i incipients mètodes per atreure visualment al lector:

- Els textos amb lletres manuals (els anuncis de Zen, al cap. III.f. d'aquesta tesi, en són un bon exemple).
- Les novetats tipogràfiques, una allau de caràcters recents molt més important que la dels anys '30.
- La compaginació amb elements abstractes. seguint la línia de les tendències artístiques internacionals.
- Les trames com a massa del cos de la lletra.
- Les possibilitats compositives de l'offset i el letraset, els transferibles i les superposicions de lletres, impensables en tipografia.

Un altre factor importantíssim en la difusió de les revistes consisteix en la capacitat d'aquest mitjà per comunicar als seus lectors, de forma immediata, les últimes novetats. Aquesta funció, a mitjan camí entre la pedagogia i la publicitat, és un convincent reclam que aporta el grau de necessitat imprescindible per forçar al lector a adquirir cada nou exemplar. La necessitat imperiosa d'actualització afecta així, de manera determinant, als lectors i als editors de la revista.

(*vid. fig. 2*)



BIC

**marca una época
en la escritura
a mano**

La enorme distancia entre rutinarios sistemas y la perfección lograda por BIC en la suavidad, nitidez y duración de su escritura se manifiesta en todos sus modelos entre los cuales hay el modelo BIC-CRISTAL a 7 pesetas, y el modelo con recambio BIC-OFICINA, especial, tinta negra a 12 pesetas, así como otros modelos hasta 90 pesetas.

DE GRAN INTERÉS

Para aprovechar todas las ventajas que ofrece punta BIC, no admita otro recambio que no sea el legítimo BIC en su sobre individual de garantía

PUNTA

BIC

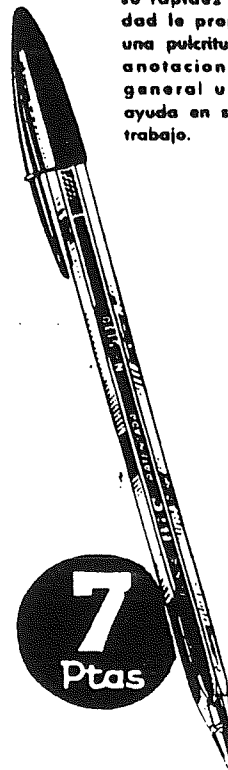
L A F O R E S T , S . A . - B A R C E L O N A

**Con BIC
el cartero
escribe mejor**

Gibson

porque

su rapidez y suavidad le proporciona una pulcritud en sus anotaciones y en general una gran ayuda en su intenso trabajo.



**7
Ptas**



Equipada con la famosa TINTA IMAC y dotada de «caval visible». Punta BIC ofrece la escritura más perfecta y económica

Más de 1.000.000 de Puntas BIC se fabrican cada día en todo el mundo. Esta enorme producción permite superar constantemente sus cualidades haciéndola ¡AUN MEJOR!



BIC

L A F O R E S T , S . A .
B A R C E L O N A

Fig. 2. Els anys '50 revolucionen l'escritura manual: es comercialitza el bolígraf, un instrument que desbancarà, pels avanços que aporta, a la històrica ploma estilogràfica. La informació actualitzada permet que el lector conega prompte les novetats.

(Destino, esqu. nº 1163 del 21-XI-59, dreta nº 1106 del 18-X-58)

Si la difusió de les revistes està en funció d'una relació d'intercanvi i compenetració entre l'editor i el públic lector, la distribució tindrà com a referències immediates els diversos passos que segueix l'exemplar per tal d'arribar al públic. Possiblement, aquell més interessant és el darrer estament: el quiosc.

La imatge del quiosc, amb les parets ocupades per una capa coberta de fulles que són portades de revista, constitueix el referent més immediat de la funció actualitzadora del missatge imprès.

La decisió del lector a l'hora de triar entre tantes possibilitats, dependrà de dos factors: el contingut d'aquella revista que ja coneix, i sobretot de la portada, que haurà de ser atractiva. Les imatges més suggerents són aquelles de lectura estimulants, i un text pot ser tant o més excitant per allò que diu com per l'aspecte gràfic de les imatges que reben els nostres ulls.

La creació d'una nova publicació haurà de considerar les necessitats del sector al qual aniria adreçada.

Els interessos provindran dels més diversos punts, però pot resultar determinant el suport econòmic d'una empresa o una entitat col.laboradora.

(vid. fig. 3)

En el cas concret de les revistes juvenils, la novetat pot consistir en renovar el material, bé una part de les historietes, o bé alguns canvis de seccions, introduint temàtiques més acords amb els interessos de la joventut, que renova els gustos de manera sistemàtica. Allò que resulta evident és el gran impacte que té en les ments dels més joves les característiques dels populars personatges dels herois. Però també la joventut elegeix aquells herois-mites que més li interessin en cada moment històric, influint així en les decisions editorials.

LA CASA OLASAGASTI - BONILLA INFLUYE EN LA VIDA ESPAÑOLA

EDITANDO
LA REVISTA
"ARTE y HOGAR"

"NUESTRA MISION ES
EXALTAR TODO LO
ESPAÑOL"

Si cogéis una lupa y miráts en el espejo del «saloncito verde» de la casa Olasagasti-Bonilla, que es en sí misma toda una portada de «Arte y Hogar», veréis engarzada en la patita de una de las cigüeñas pintadas en el testero una letra O. La cigüeña quiere decir Bonilla, y la O, Olasagasti. Debajo—«tanto monta, monta tanto»—os presentamos a este matrimonio, creador de un ambiente nuevo, de una estética nueva y, diríamos nosotros, que también de resultados de unos hábitos nuevos en la vida del hogar.

Lo primero que hacemos al instalarnos en lo que ellos llaman «la leonera» es brindar por el número cien de «Arte y Hogar». Y en seguida, con una vitalidad desbordante, Fermína Bonilla empieza a entusiasmarse y a entusiasmarlos con la conversación. Quisiera decirles que...—nos dice a cada minuto.

Y lo que quiere decir, y dice, es siempre algo fundamental y algo que está alejado—alejado porque va más allá de lo banal y de lo físico que hay en la moda, en la habitación, en el mueble y en los mil pormenores del hogar y de la persona.

RAMIREZ DE LUCAS.—Fermína, ¿por qué llama usted «Cigüeña» a su Editorial?

FERMINA.—¿Por qué va a ser sino porque son las encargadas de traer a los niños?



Aquí se prepara «Arte y Hogar». La señora de Olasagasti consulta con su indispensable colaborador, señor Sacristán; el señor Olasagasti medita ante un problema técnico

te fiel reflejo de los gustos y de las aficiones de ambos. No se trata de una misión para un sexo determinado. Es problema de sensibilidad y de cultura.

OLASAGASTI.—Por lo general, puede afirmarse que al hombre le corresponde la imaginación creadora, y a la mujer el cuidado y el detalle que complementa. Los más famosos decoradores de interiores son hombres, pero casi siempre tienen a sus órdenes alguna mujer.

ANGELITA MARTINEZ BARNOS.—Háblenos un poco de la aparición de «Arte y Hogar».

OLASAGASTI.—Fue hace diez años, en 1943. Empezar entonces era difícil, ya que la Delegación Nacional de Prensa apenas autorizaba nuevas publicaciones, dada la escasez del papel. Pero a nosotros nos fue concedida por la comprensión de su importancia, el alcance que podía tener y

los fines que nos proponíamos. RAMIREZ DE LUCAS.—¿Utilizan ustedes material extranjero?

FERMINA.—No lo necesitamos. La fabricación de muebles en España está a la altura de cualquier país y supera la de muchos. Se da el caso de que el mueble español es el que más caro se paga en el extranjero. Y en cuanto a modas, todos los modelos que publicamos pertenecen a modistos españoles.

RAMIREZ DE LUCAS.—¿Qué opina usted de la pintura moderna como elemento decorativo?

OLASAGASTI.—Cada uno debe vivir su época. Tratamos de

Nuestros redactores observan con atención fotografías y proyectos de «Arte y Hogar», la revista que ha transformado los hogares españoles

Fig. 3. La implantació en el mercat periodístic s'adquireix número rere número. L'aparició d'una nova publicació haurà de comptar amb el suport d'alguna entitat que solvete els primers entrebancs econòmics.

(El Español nº 240, 5-VII-1953)

«La civilización de masas nos ofrece un evidente ejemplo de mitificación en la producción de los mass media y muy especialmente en la industria de los comic strips, los tebeos. Ejemplo evidente y singularmente apropiado a nuestra intención, porque con ello asistimos a la coparticipación popular en un repertorio mitológico claramente instituido desde lo alto, creado por una industria periodística, y por otra parte especialmente sensible a los humores del propio público, de cuyos gustos y demandas depende.»

-veg. Bibl. Gen. ECO (1985), pàg. 254-

Tot i haver quedat un tant antiquat en alguns aspectes, el clàssic estudi d'*Umberto Eco* («Apocalittici e integrati») conté una sèrie de reflexions que segueixen tenint una validesa indiscutible, ja que després de més de vint anys, moltes deduccions aplicades al fenòmen televisiu i a les reaccions del públic segueixen inalterades:

«(...) la práctica de la televisión no parece haber retraído de la lectura de los diarios (los únicos capaces de suministrar cierto tipo de información, llegados además a una especie de ritual doméstico estrechamente conexo con el desayuno y el traslado hacia el lugar de trabajo); los que han sufrido en cambio la competencia más poderosa han sido los magazines populares (...). También sufrieron una baja los semanarios de actualidad, vencidos en el tiempo por las actualidades televisivas, mientras ascendía la tirada de las revistas especializadas (divulgación científica, histórica, geográfica) capaces de responder más a fondo a curiosidades suscitadas por las transmisiones televisivas, y de las publicaciones mensuales de alto nivel. (...) La televisión parece haber retraído a los lectores superficiales de una serie de lecturas superficiales, sin haber minado la autoridad de los diarios, pero habiéndolos llevado a «visualizarse» más, asumiendo aspecto de rotgrabados.»

-veg. Bibl. Gen. ECO (1985), pàgs 363 i 364-

Cinquanta anys abans d'aquestes reflexions d'*Umberto Eco*, el visionari *Walter Benjamin* també analitzava providencialment l'efecte quasi hipnòtic de la imatge impresa, esgarrifant-nos amb la seua intuïció històrica. Com sempre -tal i com venim augurant al llarg d'aquest capítol-, la relació entre l'aura de l'obra d'art i els productes de masses ocupa i preocupa a *Benjamin*:

«La necessitat dels homes d'avui d'acostar les coses a si mateixos o, millor, a les masses, és tan intensa com la de superar allò que és irrepetible i únic, en qualsevol situació, mitjançant la seva reproducció. Cada dia es fa més irrecusable la necessitat d'apoderar-se de l'objecte des d'una distància mínima, en la imatge o millor en la còpia. I és indubtable que la còpia, tal com la forneixen les revistes il·lustrades i els noticiaris, es diferencia ben bé del quadre. En aquest darrer, la unicitat i la durada estan tan íntimament entrelaçades com ho estan en la còpia la fugacitat i la repetibilitat.»

-veg. Bibl. Gen. BENJAMIN (1983), pàg. 87-

Les reflexions plantejades pels efectes dels mitjans de comunicació de masses, i les situacions que produeixen a nivell del gran públic, són equiparables en certa mesura a l'aura artística de la qual parlava *Benjamin*, sobretot pel que concerneix als sentiments provocats en l'inconscient, més enllà de la meditació:

«(...) Sucede con las revistas de gran tirada, incluyendo los tebeos y las fotonovelas, con los periódicos, las etiquetas, los rótulos, con los carteles y los anuncios, las cubiertas de los libros y fascículos, las postales y las hojas volanderas.

Lo que estos fenómenos provocan en el ámbito de la indagación artística no son presumibles osadías vanguardistas, como se podría pensar. Realmente están suscitando y

provocando la necesidad de lo que viene siendo llamado una estética provisional o transitoria. Se trata, en última instancia, de la necesidad de formular una estética de la cantidad, en oposición a la estética de la calidad que ha privado hasta ahora.»

-veg. Bibl. Gen. PIGNATARI (1977), pàg. 86-

I definitivament ens ratifiquem en un parell de reflexions del mateix Décio Pignatari:

«Todo en el gran arte es lucha por la comunicación» (op. cit. pàg. 46)

«Toda forma de educación niveladora y represiva es un mal» (pàg. 47)

Ambdós paradigmes són eixerits pel comportament «democràtic» de les revistes il·lustrades, tant pel que fa a les imatges com al text, que al cap i a la fi no és una altra cosa que una imatge impresa de la paraula.

III.d.

Els creadors i els creatius: dibuixants, maquetadors, tipògrafs i fotògrafs.

No podem evitar el clàssic dilema:

Per una banda estan els «artistes», els «creadors», aquells a qui no condiciona el desig ni l'interès comercial de ningú, només que d'ells mateixos.

Per l'altre costat tenim als «creatius», els «venuts» als interessos del client: publicistes, fotògrafs, tipògrafs. Oficis als quals s'arriba per la constància, sense la necessitat de ser un geni.

Obviament no acceptem aquesta separació. Ens pareix artificiosa i caduca.

En qualsevol cas, dissenyar una imatge per incloure-la en les pàgines d'una revista resulta més complexe que pintar per satisfacció personal. Caldrà satisfer les necessitats del client però, conèixer el gust dels lectors de la publicació, la possibilitat de reproduir a impremta els efectes de l'original, ...

A l'Espanya dels anys '50 es dona una circumstància històrica que després s'ha verificat en altres indrets del món: el disseny gràfic i el disseny de caràcters és abordat per professionals formats en el camp del disseny industrial. Aquesta constant posterior tindria el seu màxim exponent en *Raymond Loewy*. En el panorama espanyol, *Enric Crous-Vidal* constitueix el cas més destacable. Això significarà un intercanvi d'experiències que unificaran alguns criteris pel que fa a l'aspecte visual dels productes.

Exposat en les paraules de *Satué*, i referint-se precisament a la post-guerra espanyola:

«Parte de la industria de la impresión absorbe la función del diseño de impresos y los grandes talleres disponen de completísimos estudios de dibujo, donde se reúnen

ilustradores, rotulistas, especialistas en aerógrafo, grabadores litógrafos, cartelistas, compaginadores, etc. A los establecimientos tipo-litográficos Sucesores de Rivadeneyra y Hauser y Menet, de Madrid, especializados en la impresión de diarios y revistas, Barcelona opone una nueva estrategia comercial representada por Rieusset, Manén, Barguñó, Industrias Gráficas Seix y Barral Hnos., etc.»

-veg. Bibl. Gen. SATUÉ (1988), pàg. 467-

Enric Satué és dissenyador gràfic (Premi Nacional); ha publicat nombrosos llibres de divulgació, en els quals rellueix sempre l'admiració per tots aquells noms dels anys '50 que tenim oblidats en la memòria col·lectiva. Els noms dels autors sobre els quals parlarem seguidament mereixen un lloc de privilegi al pavelló de la història del nostre passat gràfic més immediat.

Com a dibuixant excel·lent, que basa les seues ironies en una sèrie de jocs amb significats gràfics i visuals, tenim en primer lloc a *Francesc Vila Rufas*, el qual signava amb el nom reduït de *Cesc*, evitant així la censura que no permetia els noms en català.

(*vid. fig.1*)

En l'actualitat coneixem al *Cesc* de les vinyetes humorístiques, però els seus inicis van estar molt marcats per la publicitat. En *fig. 1* podem observar amb quina subtileza organitza, el nostre autor, una gran taca negra, l'únic element compositiu que s'afegeix al text, on llegim una exclamació de sorpresa que és capaç de crear en nosaltres una autèntica sensació d'escena, amb una component dramàtica que s'accentua quan llegim l'explicació.

La simplicitat i l'atreuiment estan sempre reflexats, com una constant de marca, en les seues il·lustracions amb text.

**¡Ay,
es verdad!**

No he encendido la luz.
¡Perdonen!
Estaba distraído
pensando en el

SEGUNDO CONCURSO
de
LECHE CONDENSADA
LA LECHERA

**¡Más de 2.000.000
de pesetas en premios!**

Les aconsejo que
participen en él.
Basta con llenar
los boletos que
entregan en la tienda.

CESC

Fig. 1. Firmava Cesc, i és amb aquest pseudònim que coneixem a Francesc Vila Rufas. Dotava als seus anuncis d'una ironia subliminal capaç d'enganxar-nos visualment al joc de significats.

(Destino nº 978, 5-V-56)

L'humor de *Cesc* reflexa, en poc d'espai i amb una gran moderació d'elements, la situació anòmala d'una societat sense recursos ni possibilitats. Parca elegància i ràpida lectura són les altres constants dels seus divertits anuncis, amb una compenetració correctíssima entre els elements del text i la part més figurativa.

Normalment, les lletres que utilitza són dibuixades, lletra manual dins la línia del conjunt de la composició.

(*vid. fig. 2*)

L'ètica gràfica de *Cesc* conté una component llibertària que tan sols és capaç d'expressar un autèntic esperit emancipat de convencionalismes.

Degut al moment propici per realitzar una crítica satírica, apareixen una sèrie d'humoristes i il·lustradors estilísticament pròxims a d'altres moviments internacionals del dibuix enèrgic.

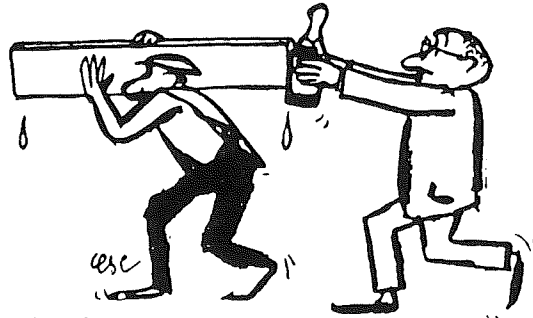
La situació política i la necessitat de la denúncia camuflada en forma d'il·lustració metafòrica propicien l'aparició dels famosos *Chumy Chúmez, Tono, Forges, Jaume Perich, ...*

Cal afegir a la llista d'autors la qualitat i la coherència d'un il·lustrador de la talla de *Mingote*. Home sagaç i amb la suficient capacitat com per dotar als seus personatges d'una expressió rotunda amb el mínim d'elements.

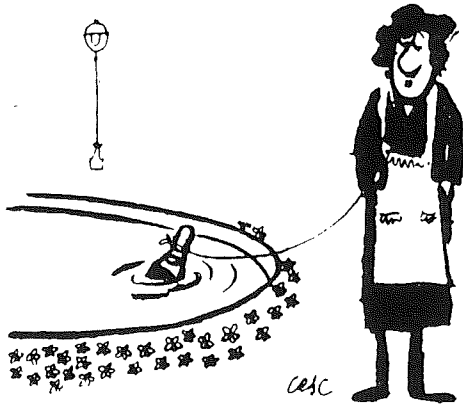
La força de les primeres intervencions de *Mingote* en el món de la publicitat no té res a veure amb l'estil amanerat dins del qual s'ha enfonsat posteriorment aquest autor.

També les lletres que completen l'espai dels seus dibuixos han sigut realitzades i distribuïdes de manera il·lativa en aquells exemples primerencs que coneixem.

(*vid. fig. 3*)



es más práctico con una nevera **ODAG**
pregunte a quien tenga una

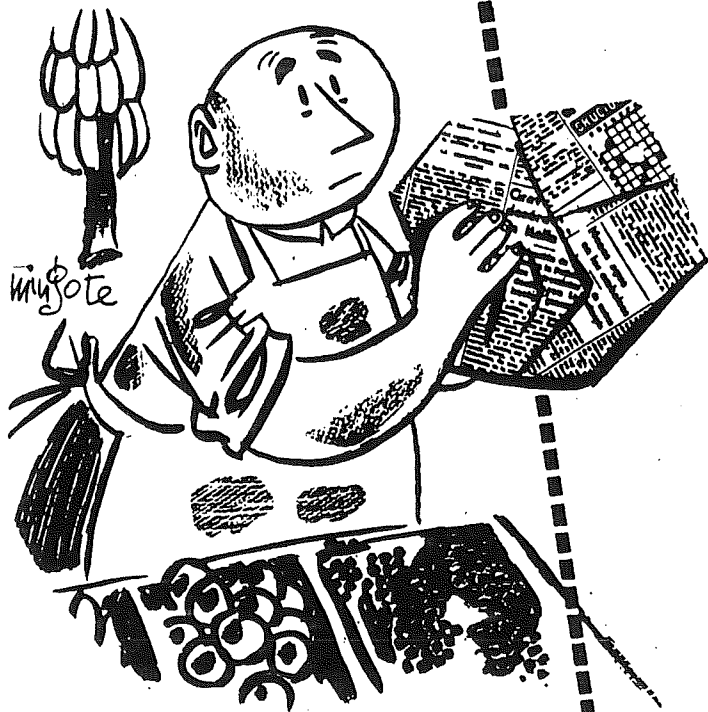


es mas práctico con una nevera **ODAG**
pregunte a quien tenga una

Fig. 2. Dos exemples més de l'irònic i genuí Cesc. El text en aquesta ocasió és de lletra manual, molt adequada al dibuix de la il·lustració.

-veg. Bibl. Hist. CUSA (1960)-

¡recházelo!...



exija PAPEL NUEVO

LA LEY LE PROTEGE

"Queda rigurosamente PROHIBIDO

- a) La utilización de papel usado o impreso para la envoltura de artículos alimenticios, cualquiera que sea la clase de estos
- b) El empleo de papeles usados o impresos en la fabricación de bolsas de papel, así como la adición de sulfato de bario o de cualquier otra materia con el fin de proporcionar a tales envolturas un peso anormal"

(Del B O del Estado del día 8-VI-53 N ° 159)



PAPEL DE CALIDAD DA CALIDAD

Fig. 3. Lletres de diversos caràcters il.lustren i expliquen l'expressiu dibuix de Mingote. Una campanya publicitària que possibilita: introduir el paper de periòdic en forma de collage, i redactar un fragment de text legal amb lletra tecljada de màquina d'escriure.

(Destino nº 855, 26-XII-53)

Si les imatges publicitàries de consum convencional eren tractades d'aquesta manera tan singular pels dibuixants, en certa mesura és degut a la càrrega crítica que contenien per efrontar-se de manera subliminal a una situació que no estaven disposats a deixar impune.

Per norma general, les creacions de les campanyes publicitàries mai no eren realitzades per una sola persona. Tot un equip d'especialistes executaven les diferents fases, des de la idea original fins a l'aparició als mitjans impresos.

En moltes ocasions, la defectuosa gestació pràctica d'una idea genial pot acabar amb les aspiracions de tota una campanya.

Una coordinació de valors exemplars resultarà sempre satisfactòria, sense forçar ni anular la pròpia personalitat de cadascun d'aquells que intervenen.

En aquella dècada de trencament, l'òrgan de difusió més generalitzat i amb majors possibilitats d'influència era la premsa il·lustrada.

Sorgeix el fenomen de l'especialització, de manera que hi havia dibuixants que retolaven estupendament, però incapaços de finalitzar de forma gratificant una il·lustració figurativa. I pel contrari, professionals de les siluetes inexperimentats en l'art d'adequar el text a la resta dels elements gràfics.

La tendència apuntava a considerar com a camps distints i diferenciats el dibuix comercial front al dibuix publicitari.

Mentre que al dibuix comercial li correspon dotar d'imatge de marca a la presentació d'un producte, el dibuix publicitari intentarà imposar aquest producte sobre la competència, afavorint la venda i aconseguint que arribe a ser familiar i conegut per la majoria de públic possible.

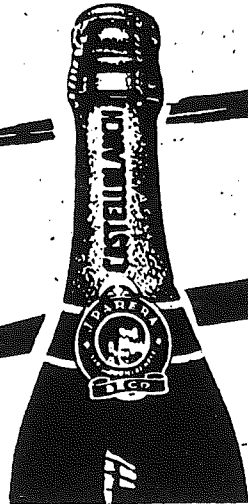
(*vid. fig. 4*)

Champana



Castellblanc

San Sadurni
de Noya



Miristañola

Fig. 4. Un exemple de dibuix publicitari on el text no respecta la imatge de marca del producte, ja que transforma el tipus de lletra anglesa pròpia de l'etiqueta en un text amb lletra manual.

(Destino nº 1059, 23-XI-57)

Les perspectives professionals per als dibuixants publicitaris es presentaven propícies, i potser per aquest motiu van tindre tant d'èxit a les darreries dels '50 les campanyes de cursos a distància que promovien les empreses CCC i CEAC.

Per a *Juan de Cusa*, autor d'un d'aquells llibres de formació per correspondència: *«las condiciones indispensables para formar un buen dibujante son la vocación, el sentido estético de la belleza y el buen gusto. Todo lo demás es mecánica del oficio, es decir, aprendizaje. (...) En los casos normales de formación profesional, suelen dar mayor rendimiento aquellos que al incorporarse al campo publicitario pueden aportar un sólido bagaje cultural.»*

-veg. Bibl. Hist. CUSA (1960)-

També *Cusa* diu: *«Ni qué decir tiene que somos enemigos declarados de este error que supone el cortarle las alas a ningún dibujante. El exceso de especialización en el Arte acaba por matar la inspiración. (...) Conocemos a dibujantes que sólo saben hacer letras, muy buenos rotulistas a los que el encasillamiento del género ha matado toda posibilidad de llegar a más.»* (op. cit. pàg. 58)

(vid. fig. 5)

El retolista, en publicitat impresa, es trobava quasi sempre davant d'un original ja realitzat, en el qual existien uns espais que forçosament deuria d'omplir. L'experiència adquirida servia, no per crear, sinó per arrodonir un conjunt ja pràcticament consumat.

Als seus inicis professionals, el dibuixant potser considerava secundària la tasca de resoldre i destacar els textos a l'anunci. Aquest era, en la majoria dels casos, el motiu d'un final ineficaç. Aquesta actitud irreverent envers el paper del text i la seua funció identificadora afectava radicalment als valors específics del missatge.

de Joven!
Además de la profesión que piensas escoger, hazte

DELINEANTE y ROTULISTA

✉ POR CORRESPONDENCIA

De este modo, mientras sigues tus estudios y aprovechando algunos ratos libres, como una verdadera distracción, poseerás otro Título y al mismo tiempo que das una alegría a tus Padres, tendrás el orgullo de mejorar tu porvenir con tu propio esfuerzo.

Cursos de DELINEANTE MECANICO en CONSTRUCCION y GENERAL
En cualquiera de ellos y según la rama que más te guste, no solamente aprenderás a dibujar planos, sino que te enseñaremos a calcular, interpretar y realizar toda clase de trabajos de una Oficina Técnica de Delineación.

Curso de ROTULACION
Con este Curso lograrás hacer todo tipo de letra para una mejor presentación de tus cuadernos, portadas y apuntes, que luego guardarás toda la vida.

- Te enseñaremos a rotular a la pluma, al pincel, al plumín, al aerógrafo, al grabado, delineado, dibujado, al cristal y fluorescente, sobre toda clase de materiales, aprendiendo a realizar orlas, pergaminos, programas, letreros, rótulos, ilustraciones, pancartas, anuncios, anagramas, adornos, marcas, etc. Además recibirás una extraordinaria colección de 200 LAMINAS impresas de distintos tipos de letras.
- Pide Folleto **GRATUITO** y sin ningún compromiso, pudiendo solicitarnos también un interesante Folleto **GRATUITO** con planos de tableros de dibujo para que tú mismo puedas construirte los. Escribe a
Aragón, 472 — Departamento 114
BARCELONA

OTROS CURSOS: MOTORES, CARPINTERIA, EBANISTERIA, DECORACION, TECNICO MECANICO, PINTOR DECORADOR, TECNICO DE LA CONSTRUCCION, TOPOGRAFO Y APAREJADOR

Fig. 5. Les lletres de la capçalera de l'anunci són idèntiques a les del nom de la revista (Jóvenes, Revista mensual de la juventud). El reclam consisteix en aprendre a retolar «como una verdadera distracción».

Com un producte típic del franquisme i la post-guerra, *«Miguel de Pedraza representa el callejón sin salida de la caligrafía y el gusto del estraperlista medio, la nueva clase de capitalista fraudulento que alumbra el nuevo régimen.»*

«Un primer paso, ciertamente, en un campo del que habían segado a los profesionales, y cuyo cursilón virtuosismo abarcaba desde la rotulación de diapositivas comerciales (que se exhibían en los cines durante el descanso) hasta los monogramas para bordados. (...) Rotulista modélico, patriarcal (...) muchos dibujantes publicitarios aprendieron a rotular anuncios, folletos, carteles o diapositivas después de copiar cientos de veces los modelos del inefable instructor.»

-veg. Bibl. Gen. SATUÉ (1988)-

A més d'ensenyar una retrògrada visió de la cal·ligrafia per a rètols, aquells manuals imperants van fiar de moda les orles alambicades i barroques, que lògicament van cedir el pas a les línies estilitzades i als motius geomètrics de màxima simplicitat, així com als traços de pinzell més o menys enlairats.

Juan de Cusa aconsellava als seus deixebles:

«En cuanto aparece el rotulado a mano, el conjunto adquiere mayor relieve y significación, más plasticidad y esa personalidad que en cualquier momento puede imprimir el dibujante al trabajo, factores todos que nunca conseguirán los tipos de caja, y menos aún los utilizados por los periódicos, cuyos cajistas, aún en el caso de que posean las dotes de suficiencia y la capacidad creadora para componer con gracia, gusto y acierto, no disponen del tiempo suficiente para idear, distribuir y finalmente dar a la impresión una obra de arte.»

-veg. Bibl. Hist. CUSA (1960), pàg. 197-

Evidentment, i com passa en totes les constants històriques, aquells manuals de retolació només van afectar als esperits més convencionals. I també degut a les constants, els exponents més vàlids de l'època van suposar un trencament amb la línia «oficialista».

Un capítol a banda necessitaria el comentari d'un tipus d'informació gràfica on el text és un element força participatiu: els reclams de cinema.

Els cartells i els anuncis a les revistes que ens ofereixen informació de les estrenes i de les pel·lícules que ja s'estan projectant a les diferents sales, constitueixen tot un ritual perceptiu i de transmissió realment complex.

(*vid. fig. 6*)

L'exemple preclar de cartellista de cinema nostrat és *Jano*, el qual ens va condicionar, durant generacions, amb les seues composicions, la «manera de veure» un cartell de cinema. No obstant, el plantejament de *Jano* esdevenia reiteratiu, ja que no sols dibuixa les cares dels personatges amb una destresa i gest molt particulars, sinó que unifica la lletra de quasi tots els anuncis, desvirtuant així bona part del missatge.

Un altre exponent de la dècada de trencament va ser *Mac*, molt més arriscat i respectuós amb els crèdits originals de cada pel·lícula.

I és que una pel·lícula, majorment quan es tracta de publicitar-la, ja ha sigut creada amb el seu propi tipus de lletra. Els crèdits de la capçalera i del final han estat ideats per un *graphic designer* que tractarà d'adequar aquells textos al caràcter genèric del film. De fet, tots tenim en ment un tipus de lletra específic per a les pel·lícules de l'oest, ben diferent d'aquell que podria servir per identificar una aventura en la selva o un melodrama a l'ús.

En la plasmació d'un cartell de cinema, el dibuixant no deuria d'aportar la idea perso-

DIPENFA, S. A., y Empresa CINE KURSAAL
 TIENEN EL ORGULLO DE OFRECERLE
 ¡LA MAS ALEGRE Y FELIZ CREACION DE
Walt Disney!

UNA JOYA DE BELLEZA, GRACIA Y TERNURA CON NUEVAS Y ATRAYENTES PERSONALIDADES!

UNA PELICULA PARA SUS HIJOS... Y PARA USTED!

CON LAS MAS DELICIOSAS CANCIONES ES UN GOLFO LOS SALTOS GRANDES BELLA NOCHE LA W LU ¿QUE ES UN GISE? INE EN LA TIERRA

JOCK
Inquieto, agresivo peleon... Un explosivo con cuatro patas.

MARGOT
Algo manchita y traspachaca pero todavia con aires de vampirica.

LEAL
Sobueso del sur, ddcil, tranquilo. Incapaz de una incorreccion.

SI Y AM
Dos diciones a escala reducida, con apencia gatuna.

La Dama y el Vagabundo
TECHNICOLOR

BASADA EN LA NOVELA DE WARD GREENE
 LA PRIMERA PELICULA TOTALMENTE EN DIBUJOS Y EN

CINEMASCOPE
 (Autorizado para todos los públicos)

Fig. 6. Els caràcters, tant com la imatge figurativa, han de resoldre el problema inicial de comprensió d'un anunci de cinema, ajudant visualment al lector pel contingut gràfic dels textos.

(Lecturas nº 396, 1-II-1957)

nal canviant precisament el tipus de lletra, ja que desvirtua la idea genèrica de transmetre aquell alfabet creat en exclusiva per a la producció de la pel·lícula.

Si el cinema dóna peu, en les revistes, als anuncis de pel·lícules, els textos poètics serviran per recolzar la idea «literària» que sempre transmet un material imprès.

(vid. fig 7)

Les revistes il·lustrades van possibilitar les primeres aparicions de treballs d'artistes de la talla de *Guinovart i Ràfols Casamada*.

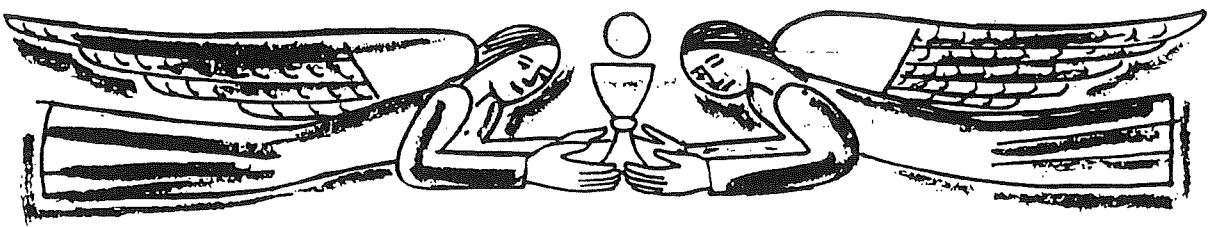
A una distància prudencial tant de la literatura com del cinema existeix el terreny de la creació fotogràfica.

Les portades de les revistes recorren generalment a la fotografia «a sang» (ocupa tot l'espai aprofitable de la pàgina), i el mateix concepte de publicació «il·lustrada» prové de la reproducció d'imatges fotogràfiques en aquest mitjà.

Els creadors, en fotografia, entregaran el material «verge» als maquetadors i compaginadors de la revista, ja que rarament es reproduceix «intacte» un original fotogràfic. Més bé s'haurà d'adaptar a la idea del projectista.

(vid. fig. 8)

Tant si es tracta de la il·lustració gràfica d'un article, com si és una reproducció publicitària, la fotografia s'haurà de retocar. Bé per a la portada o bé per a un espai merament decoratiu, s'hi afegiran textos o es retallaran espais blancs allà on serà convenient. És per això que, en revistes, més que parlar de «fotografia pura», el professional de la imatge fotogràfica és un altre membre de l'equip, que aporta el document gràfic figuratiu original.



CANÇION DE LA LAMPARA

*Estrella de noche,
estrella de dia,
quina de dia, poranua,
era llum pla*

*Estrella de noche,
estrella de dia,
que a la Creua de oro
caravanesa rula.*

*Estrella de noche,
estrella de dia,
judica de juego
de la Eucaristia!*

Juan Bautista Bertrán, S. I.



ELS PECADORS DAVANT JESUS SAGRAMENTAT

(Fragment)

Del bon Jesús sacramentat
la sang i el cor, que en signe ens dona,
ada sang i cor per la creuata;
ada vida i llum per Barcelona,
i el Crist, avui, así perdona
l'engarrada humanitat!

Perduta, del viure en l'imprevist,
carquem la llum per companyia!
Aqui ens espera Jesucrist
en la Sagrada Eucaristia
i aquí el nou Sol que respaldia
plorant d'ayor, amb jota hem vist!

De Déu, oh signat, oh sacrament!
Gràcia viva a dolls donada!
Flameig de vida respaldant
que ens deixes l'ànima abrandada!
Fa vis del Cel! Hostia immolada!
Del Crist signant record vivint!

La fe és la llum dels ulls errants;
només en ella us podem veure,
oh Crist dels braços suplicants
que ens ensenyen d'estimar i creure!
Del nostre cor res no us pot treure;
ella sol' bateja en vestres manes!

Vés ens salvés d'eterns tormentes,
maldeant com fi, tota jerna, totoral!
Davant la llum dels sacraments
l'ànima nostra amb fe us implora
i el cor en creu, com Oímaa, plora,
estrinat, els vestres costrellons!

D'ahir, d'avui i de demà
l'Eucaristia és testimoni!
Treure de vida sobrehumà!
El nostre arcaic patrimoni!
Ella pot bé ens fa el cor idoni
i ens fa esperar i ens fa estimar!

JOAN LLONGUERES
Mestre en Gal Saber

ROMANCE DEL COPON

Copón que guardes el Cospe
de mi Señor Jesucristo
como el alma de la fe,
tú vivas en el cristiano
fulgor de una noche oscura,
y, qué dulce es tu cuido,
y el silencio de sus horas,
qué acortas al cielo...
en soledad, qué prohibido,
y, qué ritmo de latido!
Copón, tú eres de metal,
mas descomunes el frío,
porque el oro que en tí desce
te da ese calor tan intimo!
Copón que guardes el Cospe
de mi Señor Jesucristo,
vive amoroso, copón,
tenes la forma de niño.

Juan Bta. Bertrán, S. I.

EUCARISTICA

Sagrament d'Amor
Cosme de Sagrada
el teu cor Tebar
i el teu pit Calvar.

Tenir d'Amor
en la Fe s'entenda
amb el Feu Jesús,
Que omplirí parer.

J. M. López Plaó, 1933

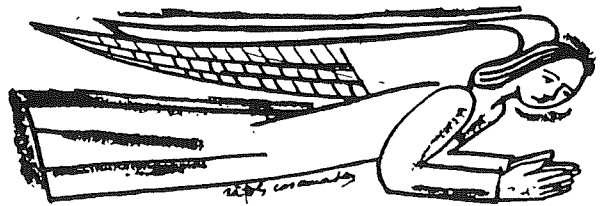
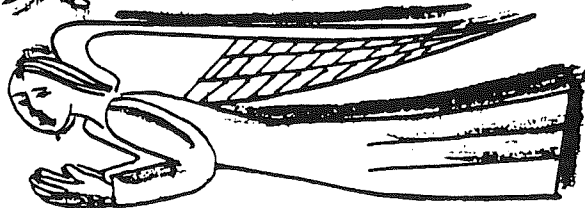
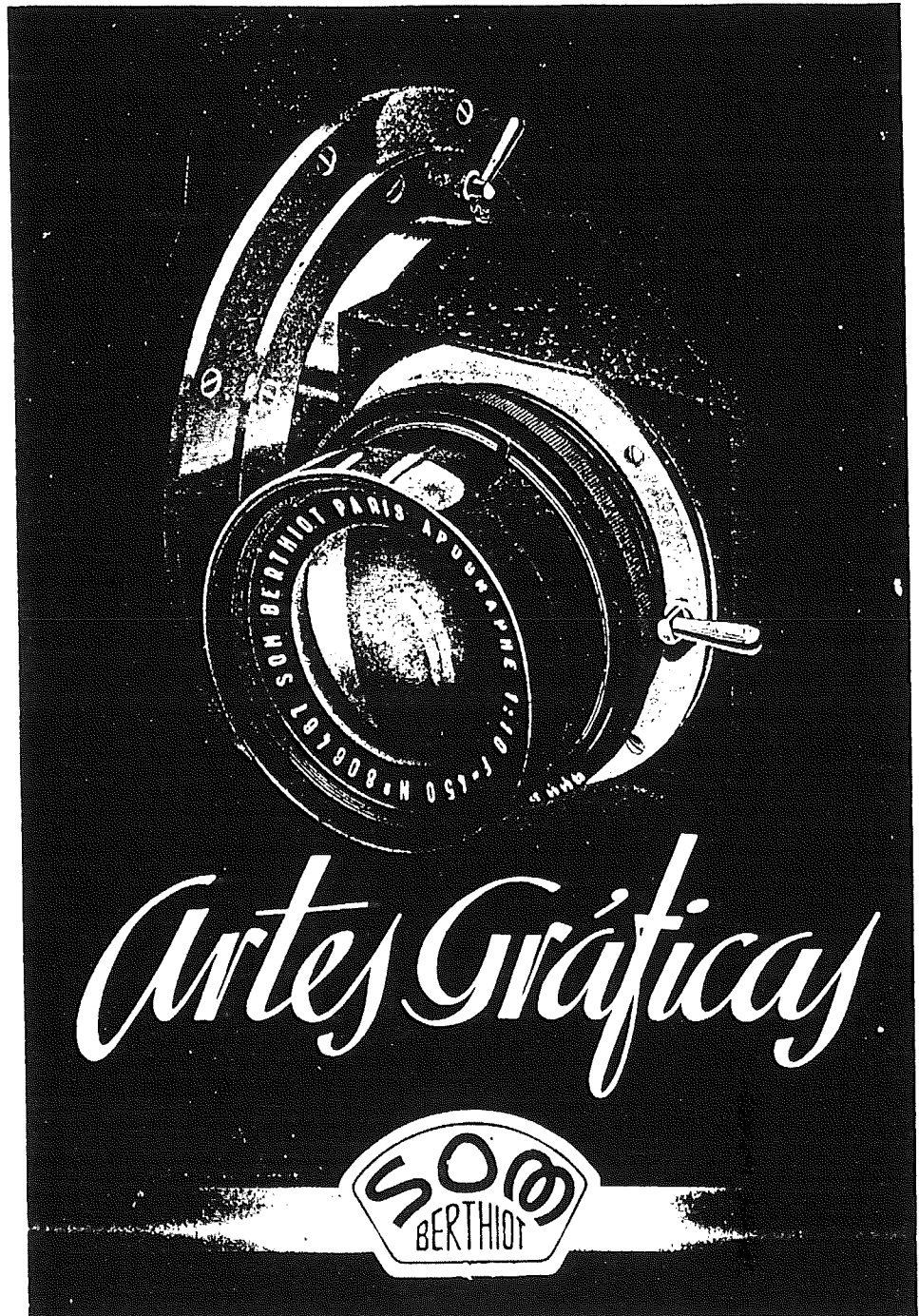


Fig. 7. Poemes «il·lustrats» amb una orla dibuixada per Ràfols Casamada. Els adorns dibuixats a les vores del paper aporten al text imprès una idea gràfica que l'aproxima a la vinyeta.

(Destino-Pax «Extra Congrés Eucarístic» 27-V-52)



SOCIÉTÉ D'**O**PTIQUE ET DE **M**ÉCANIQUE DE HAUTE PRÉCISION
125 A 135 BOULEVARD DAVOUT PARIS XX

Fig. 8. L'objectiu de la fotografia, quan es tracta de reproduir en premsa, consisteix en volcar el sentit de la imatge cap als aspectes més periodístics.

(Gráficas nº 149-150, Nov.-Des. 1956)

Els noms mítics de la fotografia per a premsa dels anys del llamp (la dècada dels '50) són *Francesc Català-Roca, Oriol Maspons i Xavier Miserachs*.

En la dècada de trencament (i en l'actualitat segueix vigent), la tècnica del fotogavat dominava la pràctica totalitat de l'àmbit dels impressors.

A les revistes il·lustrades se'ls coneix per roto-gravat, inclús després d'haver-se imposat la tècnica de l'offset.

(*vid. fig. 9*)

I després d'haver repassat els paranys de la il·lustració, la fotografia i la impressió, arrodonim el present apartat amb els professionals de la tipografia més reeixits de la dècada. Excepció feta únicament d'*Alexandre Cirici Pellicer*, al qual li dediquem íntegrament l'apartat III.f, i tenint en compte que els seus textos són normalment dibuixats manuals, i no tipogràfics.

El lleidatà *Enric Crous-Vidal* assumeix, des de l'exili estant, el paper de guia i director d'un moviment amb repercussions europees, un experiment d'avantguarda per a la seua època amb el qual ens ha deixat un dels testimonis més arriscats de la tipografia autòctona: la «Grafia Llatina».

Format en els plantejaments modernistes de la Catalunya dels inicis del segle, *Crous-Vidal* havia creat la portada de la revista «Art», publicació de la qual havia sigut director.

La seua fabulosa producció en el món de la tipografia abarca no sols tipus de lletres, sinó que s'esforça per dotar al medi tipogràfic de tota una combinació d'ornaments, fons i vinyetes, denominant a tot aquest repertori «ballet tipogràfic».

(*vid. figs. 10, 11, 12, 13, 14*)



Fig. 9. El foto-gravat aporta la visió mitjançant les trames de grisos. La tècnica de l'offset, en l'actualitat, encara no ha desbancat completament aquest recurs més propi de la tipografia.

(Gráficas nº 135, Set.-1955)



Fig. 10. Portada amb tintes planes, dos colors, tal i com solia utilitzar Crous-Vidal, amb el típic moviment dels seus característics arabescos.

(Publimondial nº 29)

C'EST avec satisfaction que nous présentons aujourd'hui quelques travaux de CROUS-VIDAL, artiste catalan plein d'imagination.

Habitant Paris depuis plusieurs années, il a pu approfondir son métier avec une note personnelle d'esprit jeune et distingué.

Sa maîtrise se manifeste avec éclat dans le graphisme de luxe, des caractères et des vignettes, ce qui lui a permis en plus de ces travaux de base, de réaliser des compositions d'une extrême variété dans le domaine de l'affiche, marques de fabrique, emballages, décors, annonces, etc...

On peut faire un parallèle entre l'œuvre de CROUS-VIDAL et la Musique. La mélodie ou le rythme jaillissent avec

CROUS

entraîné de son crayon dans un geste de mouvements harmonieux.

Cet artiste a vraiment le sens plastique et lyrique de la « couleur typographique » qui frise le magique.

Parmi ses références, il faut souligner : La General Motors, Révillon (Fourrures et Parfums), Cahiers d'Art, La T.W.A. (Trans World Airlines), Draeger Frères Imprimeurs, etc..., qui ont fait appel à son talent.

Déjà une série de ses créations est en cours de gravure dans la FONDERIE TYPOGRAPHIQUE FRANÇAISE, tandis qu'une suite complète attend son tour en Amérique.

Enfin tout dernièrement d'autres travaux sont en préparation chez DEBERNY & PEIGNOT.

VALENTIN CASSAN.

WE are very pleased to present to our readers the work of the imaginative Catalan artist, CROUS-VIDAL.

A resident of Paris for many years, he has given his work a fresh and distinguished style.

His graphic designs, lettering and vignettes, vibrate with life inspired by the craftsmanship and masterful handling of his material. This gives his posters, trade mark and packaging designs, decors, advertisements, etc., great variety and character.

CROUS-VIDAL's work can be easily compared to music. The melody leaps

VIDAL

from his pencil in a series of rhythmic movements creating harmonious design.

This plastic and lyrical quality endowes his work with magical color and vitality.

His clients include : General Motors ; Révillon (furs and perfumes) ; Cahiers d'Art ; T.W.A. (Trans World Airlines) ; Draeger Frères, Printers, etc.

Some of his work is being printed at the FONDERIE TYPOGRAPHIQUE FRANÇAISE and a complete series is waiting to be done in America.

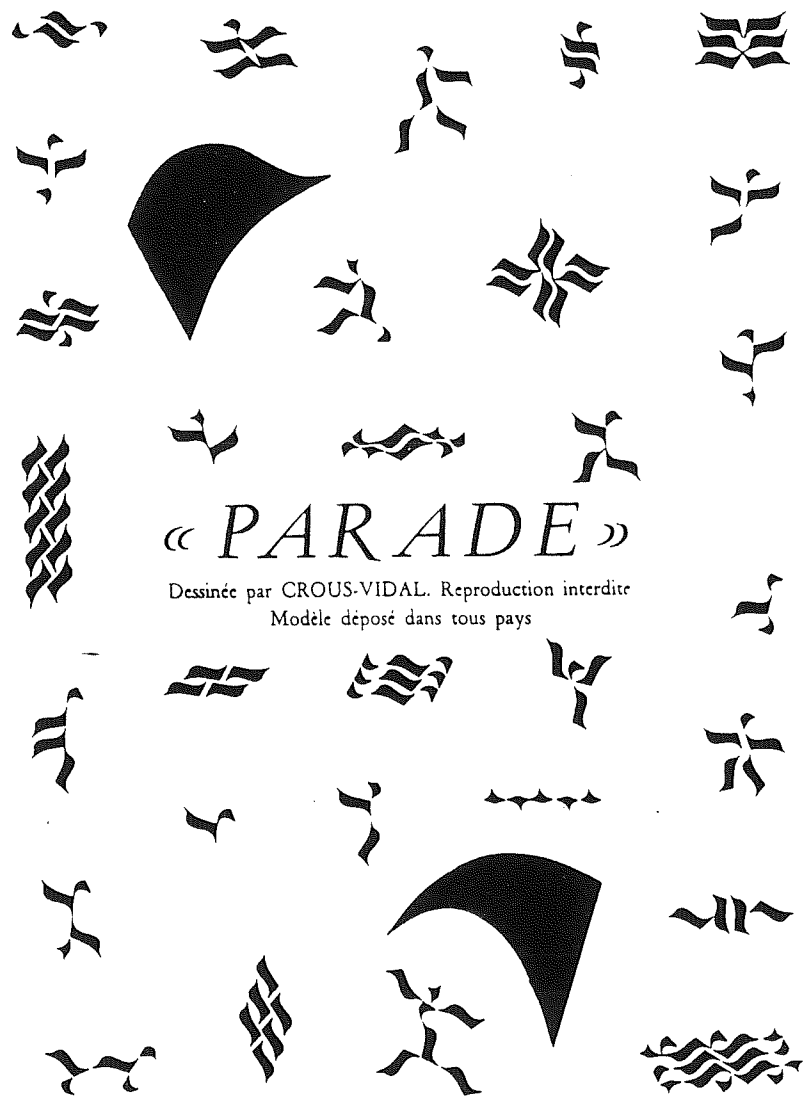
Still more is being prepared for printing at DEBERNY & PEIGNOT.

VALENTIN CASSAN.

119

Fig. 11. Crous-Vidal és acceptat als mitjans tipogràfics francesos de manera sorprenent, tot i la seua condició d'estranger. El geni de les creacions tipogràfiques de Crous-Vidal és comparat amb la música.

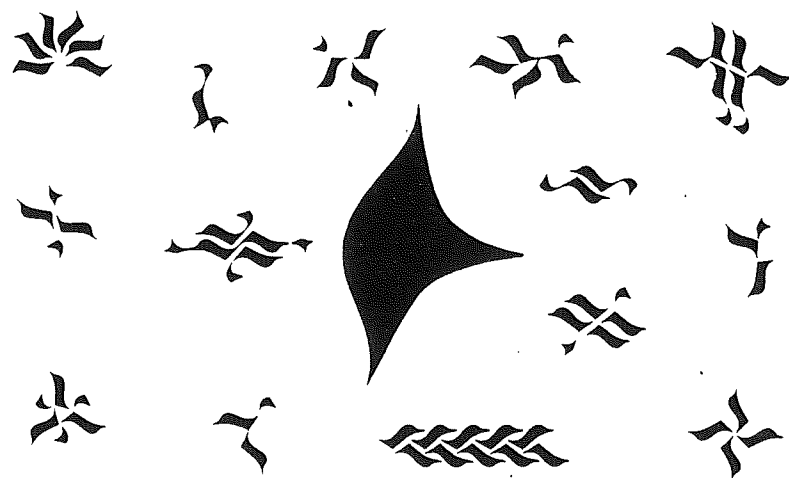
(Publimondial n^o 29, pàg. 119)



120

Fig. 12. Les més importants-foneries franceses es disputen les creacions de Crous Vidal: la «Fonderie Typographique Française» i la prestigiosa «Deberny & Peignot». L'artista, mentrestant, crea «Parade».

(Publimondial n° 29, pàg 120)



ballet typographique

(154 personnages, animaux, décors, etc...)



21

Fig. 13. Per a Crous-Vidal, en tipografia cal incloure, a més de les lletres, els elements il·lustratius que ell denomina «ballet tipogràfic». En aquest sentit, nosaltres també opinem que la lletra és una imatge més al servei de la composició gràfica.

(Publimondial nº 29, pàg. 121)



Fig. 14. Les creacions de Crous-Vidal estan molt pròximes, en la majoria dels casos, a la tradició de la cal·ligrafia.

(Publimondial nº 29, pàg. 125)

També pretén *Crous-Vidal* arribar als efectes de relleu i moviment mitjançant tipus tan intrèpids com els de les sèries «París», «Ilerda» i «Flash».

Dotat amb un coratjós esperit de superació, s'imposarà entre els tipògrafs de l'anomenada «École de Paris», i el mateix *Maximilien Vox* (el major exponent, junt a *Massin*, dels tipògrafs francesos) qualifica de «cal.ligrafies tipogràfiques» les creacions de *Crous-Vidal*, al qual admira.

(*vid. fig. 15*)

Sense oblidar a Enric Miret, exiliat a França, l'altre gran artífex de les tipografies de la dècada del llamp és *Joan Trochut Blanchard*.

Amb un esperit veritablement pedagògic i adreçat a tots els impressors, fins i tot aquells més humils, *Trochut* pretenia divulgar els seus coneixements, heretats de son pare *Esteban Trochut Bachmann*.

«Aunque lo más determinante de su herencia son las inquietudes por alumbrar un sistema modular que proporcione posibilidades de tipos inéditos. El producto que lanzaba al mercado la fundición José Iranzo, firmada por Trochut -el Supertipo Veloz- consistía en catorce formas básicas con las que podían construirse las letras del alfabeto; combinando trazos de uno y otro se multiplicaban extraordinariamente las posibilidades del «juego», completado con series de adornos igualmente intercambiables»

-veg. Bibl. Gen. SATUÉ (1988), pàg. 466-

Així ens ho refereix *Satué*, bon coneixedor de l'obra d'aquests autors, i un dels pocs investigadors que s'ha preocupat per reivindicar aquestes figures de la gràfica.

En paraules de *Maximilien Vox* (art. «Barcelone et la nouvelle renaissance graphique», a *Caractère Noël*, desembre del 1953, i citat per *Satué*), el «Supertipo Veloz»:

«No era, en realidad, un carácter más, sino una tipografía completa. El juego de elementos singulares de que se compone está concebido tan ingeniosamente que el cajista, combinándolos según una técnica muy simple, puede hacer brotar una variedad casi infinita de alfabetos inéditos, de iniciales originales, de formas y ornamentos nuevos.»

Resulta admirable la postura d'aquests exiliats, en defensa d'uns ideals estètics innovadors, amb un rerafons reivindicatiu que passava per l'exigència de recuperar a Europa el prestigi perdut.

El tractament gràfic de les revistes vindrà determinat pel paper d'alguns dissenyadors estrangers que s'instal·len al nostre país, recent inaugurada la primera apertura exterior, després del període infructuós d'autarquia.

El responsable del nou plantajement en la maqueta i les capçaleres de la revista *Destino*, a partir de 1956, és l'alemany *Erwin Bechtold*.

A les figures 17, 18 i 19 de l'apartat II.b. d'aquesta tesi (pàgs 201,202 i 203) reproduïm els dissenys d'*Erwin Bechtold* per a la mítica publicació.

Bechtold es va establir a Barcelona com a interiorista i dissenyador gràfic, i la seua vocació com a pintor està present en aquelles composicions tan suggestives creades per al *Destino*. Aquestes inspirades capçaleres al·ludides conjuguen formes i lletres de manera coherent i fugint de la tipografia convencional, amb caràcters de creació i elements referencials directes al tema que representen.

La tasca del pintor *Bechtold* al *Destino* va influir, visualment, en el comportament perceptiu dels seus lectors, gràcies a la intervenció decidida d'unes formes emparentades

amb les tendències artístiques més novedoses de l'època.

(vid. fig. 16)

A *Ricard Giralt-Miracle* hem tingut l'oportunitat i la sort de conèixer-lo personalment. Home entranyable, modest i humil, qualitats que només pot exercir el geni.

Artista gràfic per excel·lència del nostre país, va haver de patir la difícil situació de la dècada de trencament, i no obstant la va saber superar de manera exquisida.

El seu llenguatge ha sigut i és la petjada tipogràfica.

L'any 1947, *Giralt-Miracle* enllestia un dels projectes més atractius de tot el nostre segle pel que fa al tractament de la impressió en aquest país: creava «Filograf», Institut d'Art Gràfic.

Es tractava d'una impremta i unes intencions culturals, dues coses que solen anar emparentades en la pràctica.

En paraules d'*Alexandre Cirici Pellicer*, *Ricard Giralt Miracle*:

«Cloïa l'era dels dibuixants i inaugurava la dels grafistes»

-veg. Bibl. Gen. Catàleg Exposició (1982)-

Les reflexions de *Cirici Pellicer* al catàleg publicat per la «Fundació Miró» amb motiu de la commemoració dels cinquanta anys de creació gràfica de *Giralt Miracle* són realment elogioses i belles. En destaquem una per la referència intrínseca a la manca de publicacions periòdiques:



Fig. 16. Portada del butlletí del Foment de les Arts Decoratives, amb una il·lustració de Ricard Giralt-Miracle que pertany al cartell del Vè Saló del Hogar Moderno. Observeu l'àtom a l'interior de la casa.

(F.A.D. 4rt trim. 1955-1er trim. 56)

«Tallats del món, com estàvem, per un aïllament radical, sense passaport ni revistes estrangeres, una aparició com aquesta era un miracle».

-op. cit. pàg. 12-

Podem observar la cronologia dels més importants esdeveniments artístics a la Catalunya de post-guerra:

1947: s'inaugura «Filograf».

1948: neixement del grup «Dau al Set»

1951: es crea el «Grup R» d'arquitectes i decoradors, l'anagrama del qual són dues lletres composades per *Giralt-Miracle*.

I no és gens casual aquesta coincidència, ja que *Giralt-Miracle* introdueix la passió per la filosofia oriental, element decisiu en la resta dels fets.

El nostre admirat personatge, fill del mestre litògraf *Francesc Giralt III*, hereta aquesta tradició familiar de la predilecció pel gravat i l'obra impresa de qualitat. Als seus treballs impresos destaca l'ordenació dels espais amb els elements més diversos, i de la forma més curada. Com que ha sabut esquivar l'erroni enlluernament que provoquen les tecnologies i les novetats, en les seues composicions es respira una transcendental universalitat intemporal.

Giralt-Miracle ha mantingut, des de la creació de «Filograf», una bella tradició d'enviar als seus clients i amics unes felicitacions que no sols commemoren el nadal, sinó també les vacances d'estiu. Ell personalment s'encarrega de compondre-les i il·lustrar-les, ja que combina el text i la imatge amb magistral convicció.

El mestre *Giralt-Miracle* compara la tipografia amb les idees orientals de l'ikebana, art floral japonès de l'arranjament de les plantes que va ser introduït als nostres paranyes per *Tofu Teshigahara*.

El seu amor a l'ofici es materialitza en la seua constant atenció al taller, on realitza diàriament i fidel la seua feina que ell defineix com «artesanal», i que nosaltres considerem d'una dignitat més afí a l'art sense morfemes específics.

Des que va començar amb els cartells i la confecció de portades per a llibres (la carrera professional truncada per l'esgarrifosa Guerra Civil i els posteriors patiments als camps de concentració), *Giralt-Miracle* ha sabut espentar l'aparició de grups d'artistes i associacions culturals, motiu pel qual el considerem un veritable «Mestre» de la nostra gràfica.

La dècada dels '50 va suposar per a *Giralt-Miracle* un esclat de portades de llibres (per a Janès, Seix i Barral, Ed. Miracle, Aymà,...), la instauració del «Concurs anual de Christmas», els cartells per al «Salón del Hogar Moderno», la col.laboració amb el «grup R», ... I la creació dels alfabetes «Gaudí» i «Maryland».

És patent l'acusada simpatia que el nostre autor sent pels alfabetes i les lletres. Reproduïm unes línies clarificadorres extretes de l'entrevista apareguda al diari «Avui» del 28 de Març de 1990, realitzada per *Albert Macià*:

«-Les lletres tenen un poder especial per poder-se convertir absolutament en les protagonistes d'un disseny, d'un cartell, d'una coberta de llibre...?»

-Sí, em fa l'efecte que la mateixa màgia que el matemàtic troba en els números, a mi, que em costa fer una suma de deu sumants, la trobo en les lletres, m'hi engresco com si fossin dibuixos o fins i tot personatges, cercant el seu punt d'impacte, de decoració, d'expressió emocional.

-Una màgia semblant a la que deu tenir elaborar, de cap i de nou, tot un alfabet?

-Es que fer un alfabet té una intriga molt curiosa, com en anatomia comparada reconstruir tot un animal a partir de l'os que s'ha trobat. En un alfabet, si tens una A o una R, pots treure tot l'abecedari, com em va passar en dissenyar el tipus Gaudí, que va sorgir buscant la barreja impensable entre la romana i la lletra de pal sec. També cal tenir en compte que aleshores no hi havia manca d'alfabets ni tampoc no existien els transferibles. Crear tipus nous és engrescador ... -conclou en suspens tot recordant, segurament, les seves aportacions tipogràfiques amb el Maryland, el Gaya Ciencia, el Gaudí, el Pompeia, el Biblos o el Xènius».

«Segurament», en Ricard Giralt Miracle, més que recordar les seves aportacions, recorda que en aquells moments va desaparèixer la possibilitat de fondre els tipus creats, ja que la «Fundición Tipogràfica Nacional» va ser absorbida per la multi-nacional alemanya «Hartmann».

Amb el sacrifici de la «Fundición» i l'entrada dels tècnics alemanys es perd el millor exponent de les creacions autòctones. Resultava més econòmic per al marketing de l'empresa Hartmann importar directament els models ja fosos dels seus artistes alemanys.

En una conversa recent, el mateix Ricard Giralt Miracle ens contava que, d'haver existit els transferibles en aquells anys, potser els seus alfabets haguessin tingut una possibilitat de reeixir-se'n comercialment. Els transferibles i el Letraset, curiosament, van envair el mercat internacional dels països més avançats a les darreries dels anys '50.

III.e.

La publicitat.

Aspectes gràfics, econòmics i socials dels anuncis.

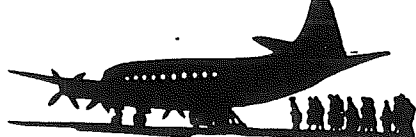
Ontologia de la nostra societat, la publicitat resulta, com a mínim, fascinant. Els anuncis que pretenen crear en el consumidor la necessitat d'adquirir el producte que ofereixen són una conseqüència directa de la producció industrial de bens de consum a gran escala. Els objectes manufacturats necessiten eixamplar el mercat contínuament, i és a través de la distribució i la creació de nous focus de clients que les fàbriques poden anar augmentant el nombre de treballadors.

En relació directa amb la massificació del consum, i seguint la línia que defineix la present investigació, segons la qual els anys cinquanta són «revolucionaris», trobem a les publicacions il·lustrades d'aquesta època un significatiu augment del nombre i la qualitat dels anuncis publicitaris.

(vid. fig. 1)

Precisament el disseny de les lletres està molt més acurat en els anuncis, ja que l'aspecte visual de la propaganda -no oblidem que es tracta de convèncer per poder vendre- pren més importància si cap, tant pel que llegirem (la marca, el 'slogan', la recomanació) com per allò que ens obligarà a fixar la nostra vista en aquella parcel·la de la pàgina on hi ha situat l'anunci.

En les revistes il·lustrades, la permanent actualització del material visual i gràfic ens aporta sempre la més novedosa de les interpretacions que s'introdueix en el mercat. Igualment ocorre amb la publicitat: els avanços en el medi arriben immediatament a les fulles d'anuncis.



Plan BEA
para
COCHES
de
ALQUILER



Antes de salir de España para Gran Bretaña, reserve un coche con o sin chofer para que le espere a su llegada en el aeropuerto.

Informes y reservas en cualquier Agencia (autorizada) o en las Oficinas BEA de, Barcelona, Madrid y Palma.

Una facilidad más para los pasajeros de **BEA**
BRITISH EUROPEAN AIRWAYS

Es blanco
Es puro



La blancura es un signo de su pureza y por eso, cuando usa usted jabón LUX, puede tener la seguridad de que emplea un jabón libre de toda impureza que pueda perjudicar al cutis. LUX deja la piel suave, fresca y exquisitamente perfumada con su deliciosa fragancia, y asegure que su cutis sea aún más hermoso.

JABON DE **LUX**
TOCADOR

USADO POR 7 DE CADA 10 ESTRELLAS DE CINE

• **JEANNE CRAIN**, la encantadora estrella que aparece en la película "Los caballeros se casan con las mozas", de United Artists, dice: "Yo uso jabón de tocador LUX" el jabón que por ser más blanco es más puro.

L106

ES UN HECHO PSICOLOGICO: EL PLACER ESTIMULA SU BUEN HUMOR



¿Cómo se encuentra Ud. hoy?

¿Se siente Ud. indignado, con ansia de gritar cuando el establecimiento le ha enviado un paquete equivocado?

Esto es natural cuando ocurren estas pequeñas molestias. Pero es una realidad psicológica que el placer estimula el espíritu. Por eso los placeres cotidianos - el fumar por ejemplo - significan tanto. Si Ud. es fumador, fume el cigarrillo que proporcione el máximo placer - CAMEL.

Para más puro
placer fume
Camel

"Los he probado todos...
pero CAMEL es el mío!"
Rock Hudson



Hoy en día es mayor el número de personas que fuman Camel porque Camel proporciona mayor placer. Un medio de obtener el mayor placer y deleite es fumar Camel. Recuerde: Es un hecho psicológico que el placer estimula su espíritu.



Ningún otro cigarrillo es de sabor tan rico y a la vez tan suave!

Sintonice nuestros programas diarios por RADIO MADRID, LA VOZ DE MADRID y RADIO BARCELONA para poder tomar parte en el sensacional concurso «VIAJE VD. CON CAMEL»

NOTA: Los cigarrillos están recién importados de los EE. UU. y conservan toda su frescura y aroma

Pub. Ruescas-Av. José Antonio, 55-MADRID

Fig. 1. Les lletres als espais publicitaris engegaren la principal funció de l'anunci: el coneixement del producte ofertat. Els anys '50 aporten qualitat i quantitat, vitalisme i un «sabor» autèntic.

(Destino nº 967, 18-II-56)

A mesura que avança la dècada dels '50, proliferen a l'estat espanyol les agències de publicitat: ALAS, ARPON, AZOR, CLARIN, GALA, GAMA, LANZA, OESTE, ORO, PAN (anterior ZEN), PUBLICITAS, RECLAMO,...

(*vid. fig. 2*)

Amb els exemples que s'han seleccionat per il·lustrar aquest capítol comprovarem el tipus de productes que s'estaven comercialitzant al territori espanyol durant els anys que van de 1950 a 1960. Hi trobarem sobretot un gran nombre de referències socials i culturals que identifiquen el període amb tanta complexitat com la millor literatura de l'època. Aquesta funció social i històrica que assumirà la publicitat a partir dels anys '50 està íntimament lligada al canvi radical dels comportaments i els hàbits en general. La coartada del consum envaeix la quasi totalitat de les activitats, i provoca autèntiques commocions.

Existeix un nombrós grup de productes els anuncis dels quals van adreçats molt directament a les dones, a les «amas de casa» tal i com resa la consabuda apreciació. Es tracta d'un mecanisme publicitari de grans dimensions, ja que està compost per productes de neteja i alimentació.

Tot i resultar evident el paper desenvolupat pel moviment feminista al llarg del segle XX, amb la intenció d'equiparar laboralment i social a les dones, aventurem un tanteig: ha resultat igualment necessària la desvinculació de la dona al treball de casa. I per aconseguir independitzar-se d'aquesta històrica adjudicació, a les dones els ha sigut indispensable comptar amb la «revolució» dels electrodomèstics.

Així ens ho trobem explicat a mode de capçalera a la revista *Clima*, en un article de les darreries de 1956.

El columnista s'atrevia a escriure: «*Por ignorancia, por rutina, por prejuicios socia-*

Cuando tengamos televisión



podremos presentar con imágenes vivas la intensidad del consumo de las galletas María Artiach en la intimidad de los hogares españoles.



MARIA ARTIACH

ES LA GALLETA MARIA AUTENTICA

En medias latas y tercios de lata.
En paquetes de 100 y 200 gramos.

ADQUIERA SIEMPRE ENVASES COMPLETOS PARA SU MEJOR CONSERVACION

Toda otra clase de Artiach, redonda o no, tiene otro nombre. MARIA ARTIACH, la galleta de la verdad, es la preferida en todos los hogares, por su calidad finísima insuperable, su alto valor nutritivo y su exquisito tueste.

GALLETAS ARTIACH

O.E.S.T.E

ARTIACH EN EL HOGAR

Fig. 2. L'agència O.E.S.T.E. (Organización de Estudios y Servicios Técnicos Especializados) compara el fenómeno social de la televisión con la incidencia familiar de unas femeninas galletas.

(El Hogar y la Moda nº 1286, juliol 1952)

les y por ese mito creado en torno a una mujer que lava, friega y zurce calcetines, lo bien cierto es que nuestras mujeres trabajan durante el día en las labores domésticas». I què podien fer? Els esquemes socials són difícilíssims de canviar, i a les dones els ha costat molts anys d'incomprensions, per començar a intervindre en les activitats creatives i lucratives del nostre model de societat.

(vid. fig. 3)

La llavadora va ser l'electrodomèstic de major implantació. Les campanyes publicitàries de l'agència «Vila» per a la marca «Bru» són efectives i plàsticament encertades, dins la línia d'una de les més importants empreses de publicitat d'àmbit estatal. Reproduïm un anunci del susdit producte, que va arribar a comptar amb una gran diversitat de plantejaments visuals. L'únic element en el qual s'insisteix és en la circumferència negra que emmarca el text de l'anagrama.

A l'exemple trobem la insistència en un cercle negre a la part superior. Superant les relacions iconològiques, observem que la boca oberta de l'acòlit cantant no sols transmet el missatge de pau per felicitar les festes de Nadal, sinó que també possibilita recrear de bellnou la imatge de marca de l'anagrama, simplement per la filiació formal d'una silueta molt elemental.

(vid. fig. 4)

En aquest darrer exemple el joc de relacions icòniques és múltiple, ja que el sentit verbal que li donem al crit de l'acòlit (per la posició dels llavis, amb la boca completament oberta, deuria d'ésser la «a» dels sons «paz») ha verificat una catarsi d'elements, i el xiquet deixa de cantar «a» per tal que nosaltres llegim (potser escoltem) la paraula «Bru», precisament a causa de la relació de formes que mentalment establim.

Punto Blanco

EL CALCETIN PERFECTO

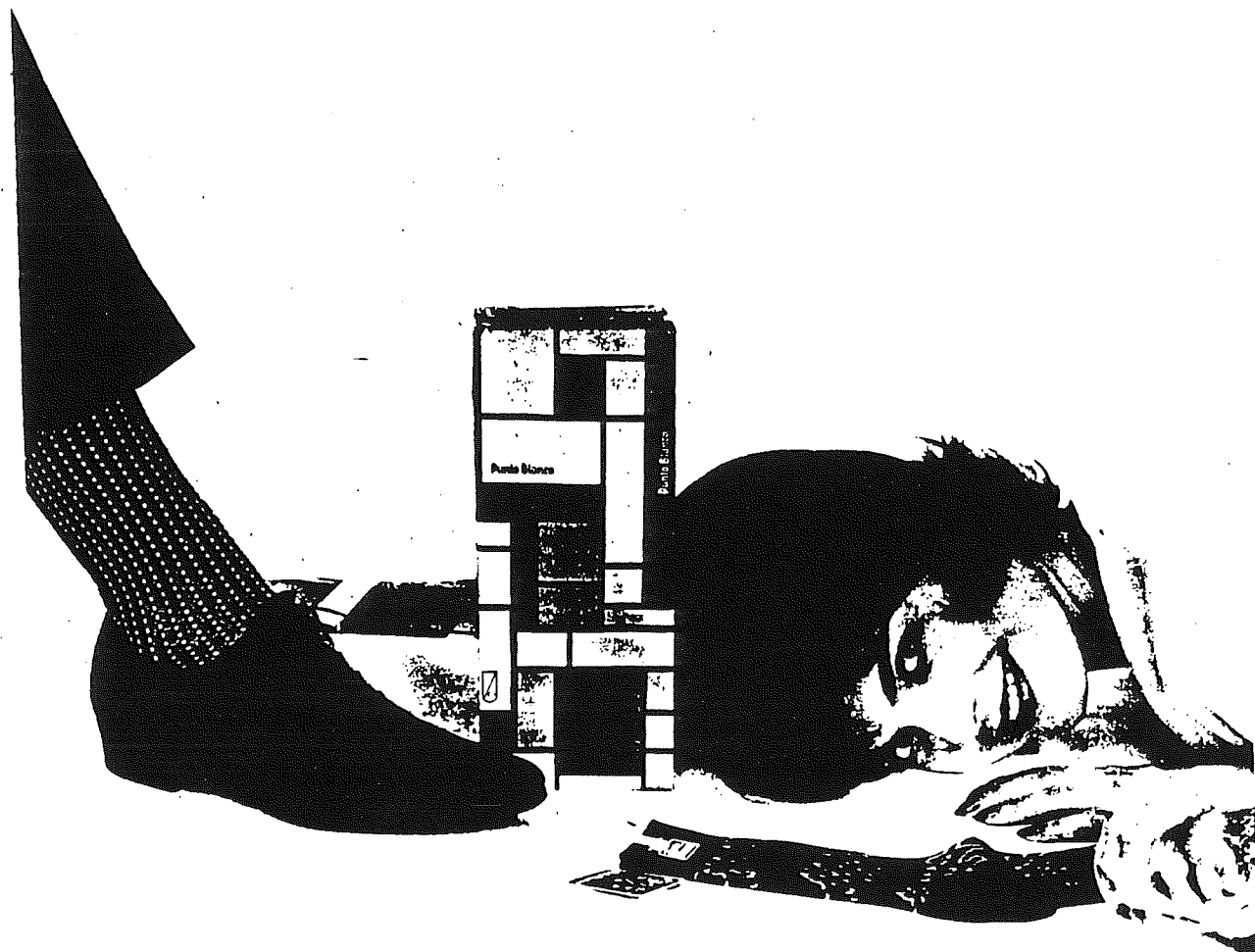


Fig. 3. Els anuncis poden arribar a ser d'una brutalitat exasperant en temàtiques tan subtils com el paper de la dona en la societat. Les lletres, en aquest cas, només són representatives d'un producte de confecció.

(Destino nº 1163, 21-XI-59)

"Paz a los hombres
sobre la tierra..."

y comodidades
en el hogar
para sus
mujeres

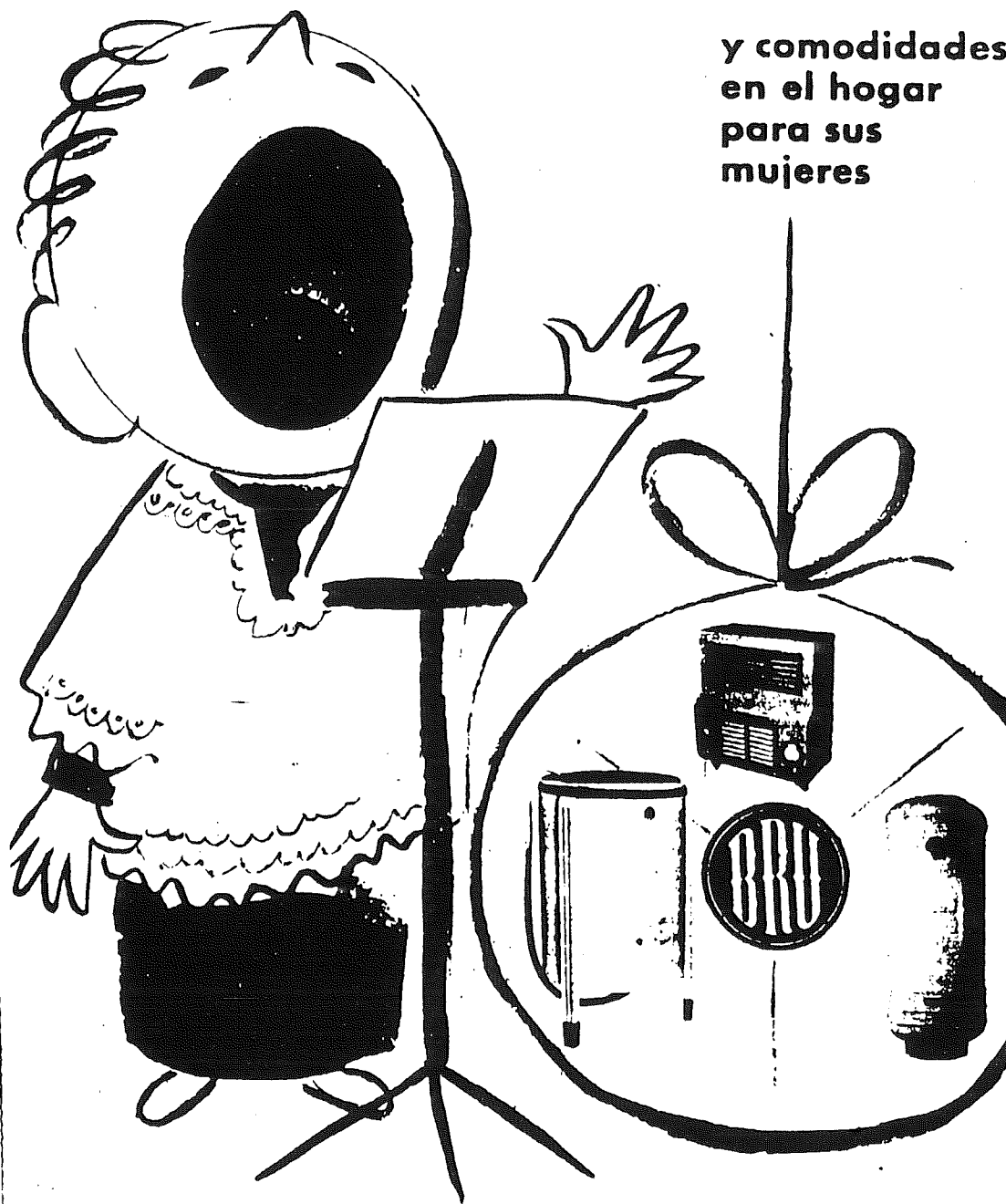


Fig. 4. La imatge, la lletra i la paraula s'han combinat amablement en l'anunci de «Bru», i tot gràcies al cercle negre que és la base del logotip de la marca.

(Clima, novembre 1956)

El total de models tipogràfics emprats per als tres anuncis (sense comptar l'anagrama de la marca) és de dotze formes diferents de lletra. Tant la varietat com la suggerent distribució dels espais amb text constaten la preocupació dels publicistes per arrodonir les seues idees comercials a base de «trampes» visuals tramades amb elements de l'alfabet.

No exagerem quan ens referim a la incidència que van arribar a tindre en els hàbits domèstics l'arribada dels aparells elèctrics. *Juan de Cusa* ho planteja en els següents termes:

«En el momento actual estamos asistiendo a la creación de una necesidad que hasta hace bien poco no tenía valor siquiera de deseo. Nos referimos al auge que están adquiriendo las lavadoras eléctricas. (...) No se halla al alcance de todo el mundo y sin embargo es posible que no pasen muchos años sin que cada ama de casa tenga su lavadora».

-veg. Bibl. Hist. CUSA (1960), pàg. 43-

Actualment, passats més de trenta anys, les evocacions historicistes recuperant essències de la memòria col·lectiva poden resultar banals. No obstant, conèixer l'inici dels actuals costums sempre ens pot aportar un contrast, i en el cas de la present tesi, reiterem el factor «providencialment revolucionari» que envolta la dècada estudiada. Un fonament etnològic està en la base de tots aquests plantejaments. I una societat com la nostra, on la publicitat acapara un elevat percentatge de la cultura visual que posseïm, edifica els seus principis de comportament en el model exposat per primera vegada a l'Europa i els U.S.A. dels anys '50.

Per a *Juan de Cusa*, no obstant: «*en Estados Unidos, la monotonía de la repetición de*

los temas de galería, ha llegado al amaneramiento en la presentación de la publicidad de prensa, hasta el punto de situarla en un nivel artístico muy por debajo de la media europea». (op. cit., pàg. 860)

Aquesta opinió de *Cusa* ve determinada per la insistent utilització, en la publicitat nord-americana, de l'element fotogràfic, mentre que a l'Europa dels '50 encara predominava la tasca del dibuixant i del retolista.

(*vid. fig. 5*)

En les publicacions periòdiques, s'estableix una tipologia dels anuncis en funció dels lectors-fullejadors que compren la revista al quiosc.

En la portada de la revista no sol incloure's cap propaganda, llevat del títol de la publicació, que haurà d'estar visible i resultar atractiu per competir amb la resta de possibles contrincants exposades a les parets del quiosc, penjades o, més bé esteses.

La immaculada portada, mai profanada pels esguits de la propaganda, ve compensada econòmicament per l'ocupació total de la contra-portada, amb una pàgina sencera d'anunci.

Hem localitzat un curiós exemplar que se'n surt apoteòsicament de la norma establerta, i no és una revista espanyola. En les seues dimensions originals, la portada de **The Illustrated London News**, publicació britànica d'altíssim nivell i qualitat d'impressió, que destaca i es reflexe del que havien sigut les primeres revistes il.lustrades amb gravats, molt característiques de la segona meitat del segle XIX. L'entretinguda portada (les úniques imatges són lletres) atreu pel contrast amb la resta del material que ja coneixem. La riquesa i varietat tipogràfica de la composició resulten evidents. (veg. *fig 9* de II.a., pàg. 154)

*Empiece hoy
a coleccionar los 24 cromos*

del SUPER CONCURSO *de los Chocolates* **NESTLÉ**

*Más de 1.000.000
de pesetas en premios*

Este super-concurso de los Chocolates Nestlé, consiste en reunir y pegar ordenadamente en el álbum, de acuerdo con su criterio, los 24 cromos de la colección, de manera que las ilustraciones sigan el orden del relato contenido en "La interesante historia del Chocolate que gusta mucho... mucho... mucho"

Sea usted uno de los primeros en poseer el Álbum, anticipándose a la distribución que, del mismo, harán oportunamente los señores Detallistas. ¡Adelante usted su suerte!

Solicite Vd. el Álbum directamente a cualquier Delegación de
COMERCIAL NESTLÉ, S. A.

ALICANTE: Alemania, 33
BARCELONA: Aragón, 246
BILBAO: Henao, 62
CEUTA: Calvo Sotelo, 24
CORUÑA: Teresa Herrera, 16

MADRID: Luchano, 29
MÁLAGA: Alameda de Colón, 6
SEVILLA: Cardenal Spínola, 1
VALENCIA: Martínez Cubells, 6
ZARAGOZA: Plaza J. Antonio, 18



LOS CHOCOLATES **NESTLÉ** GUSTAN MUCHO... MUCHO... MUCHO.

Fig. 5. Els concursos amb premis milionaris, els «cromos» col·leccionables, la xocolata, la quantitat de models de lletra,... Un anunci memorable.

(Destino nº 900, 6-XI-54)

Continuant amb l'adequació dels anuncis al públic fullejador de les revistes, Juan de Cusa, tècnic publicista, advertia:

«El anuncio ha de entrar por los ojos, y por eso, aún cuando ello no quiera decir que en ningún momento se descuiden los textos, ha de cobrar especialísima importancia el dibujo.»

«Las revistas emplean mejor papel y su impresión es más esmerada que la de los periódicos. Y es que la revista tiene mayor vida que el periódico, no suele tirársela después de leída, ni se la utiliza para envolver un paquete ni para encender el fuego.

«El público de revistas impresas suele dedicar más horas a la lectura, y ésta es más reposada.»

-veg. Bibl. Hist. CUSA(1960), pàg. 68-

Superant el desfassament temporal que ens separa d'aquell temps de trencament, una afirmació del publicista *Juan de Cusa* continua tenint idèntica validesa: *«No puede existir publicidad impresa sin intervención de la palabra escrita»* (pàg. 71). També ens parla l'autor de tres condicions indispensables i precises que deuran acomplir els tipus de lletra «inventats» pels dibuixants: legibilitat, plasticitat i rapidesa d'execució.

(vid. fig. 6)

Ens sorprén l'actualitat de moltes més frases de Cusa: *«En un anuncio se puede prescindir de la literatura y del dibujo, pero de un modo fatal e inexorable habrá que recurrir al rotulado para su resolución.»* Ara bé, discrepem totalment amb aquest autor (i amb tota la resta, excepció feta de Barthes) quan diu: *«el rotulado tendrá que ser la expresión gráfica de la palabra según las normas que en cada caso dicte la estética.»*

**siempre
en vanguardia
con una novedad
sensacional:**

¡El primer anuncio submarino!



PIRELLI hace extensivo a sus clientes, amigos y público en general, el saludo cordial dado a los submarinistas con los anuncios instalados durante este verano en aguas de la Costa Brava, en las playas de Lloret de Mar y Tossa de Mar.

El buceador Jorge Canals instalando los pitones de sujeción del anuncio.



En el fondo, los hombres-rana proceden a fijar el anuncio submarino en su lugar de emplazamiento.

Equipo de la "Empresa de Buceadores Autónomos" que efectuó la instalación:

Manuel Puig
Manuel Hernández
Jorge Canals
Eusebio Escardival
Benito Llauredar
Juan Gimenez

Actuó de Asesor Médico:

Dr. Dn. Juan Eugenio Sala Mata

Repórter gráfico submarino:

Amadeo Merin

Una sugestiva invitación al baño:

"Vea a 30 metros de distancia y 5 de profundidad el primer anuncio submarino".



PIRELLI

Fig. 6. En publicitat, qualsevol recurs pot esdevenir vàlid si aconseguix atreure l'atenció del públic. En tot cas, i per norma general, s'estableix el criteri preferent de legibilitat i originalitat.

(Destino nº 1051, 28-XI-1957)

No, evidentment. La «retolació» és una expressió gràfica que participa d'un alt contingut verbal.

En els exemples presentats, la referència «figurativa» acompanya al text en la composició . La severitat compositiva i la bellesa de la lletra supera en bona part dels casos els components de dibuix i il·lustració.

Per a més eficàcia del missatge publicitari, cal aconseguir destacar visualment el logotip de la marca, ja que la memòria visual actua molt eficaçment per accedir al desig de posseir el producte en qüestió.

La riquesa de caràcters, passa sovint desapercebuda als comentaristes dels reclams publicitaris. Nosaltres considerem erroni el fet d'estudiar el material tipogràfic com si tan sols es tractara de missatges verbals amb ornaments i decoració afegida. La funció plàstica de la lletra impresa sempre augmenta la informació de qualsevol missatge visual.

Molt lluny d'aquesta visió generalitzada, per a nosaltres existeix inicialment la imatge de conjunt, i posteriorment busquem les convencions establertes: la marca i els textos explicatius (referències verbals), després les formes i els colors que poden remetre'ns a un altre codi establert (el recipient, la presentació del producte, la persona que s'encarrega de promocionar-lo, la imatge de venda) i finalment tots aquells plantejaments residuals que configuren la resta de l'anunci (tipus de paper i d'impressió, espais i reserves, textures, contrast,...).

L'eficàcia del disseny amb el qual s'organitza el text d'una marca queda patentitzada per la còpia que n'hi faran uns altres productes.

(vid. figs. 7 i 8)

Ahora dormiré bien!

en mi casa
en mi propia cama
podré descansar y dormir
«a completa satisfacción» sobre

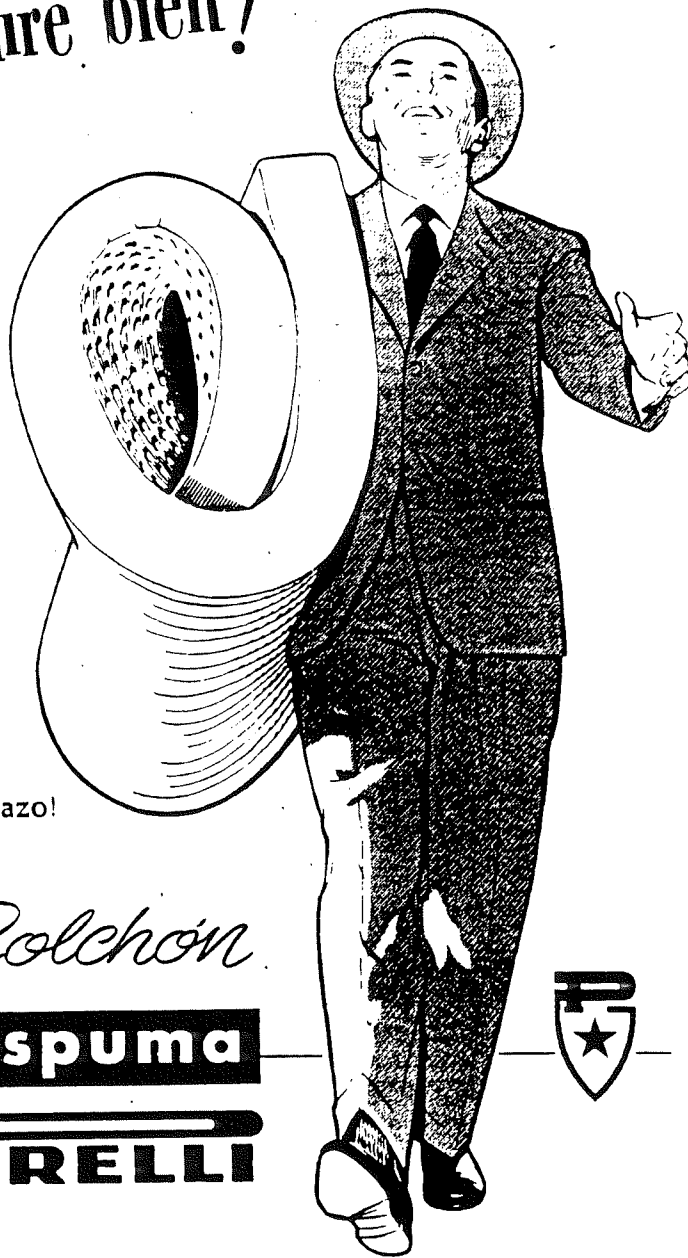
gomespuma **PIRELLI**

Y...lo que es más!
en mis desplazamientos
si descanso en un colchón

gomespuma **PIRELLI**

«no extrañaré mi cama»

¡Será como si llevara
mi colchón bajo el brazo!



Colchón

gomespuma

PIRELLI

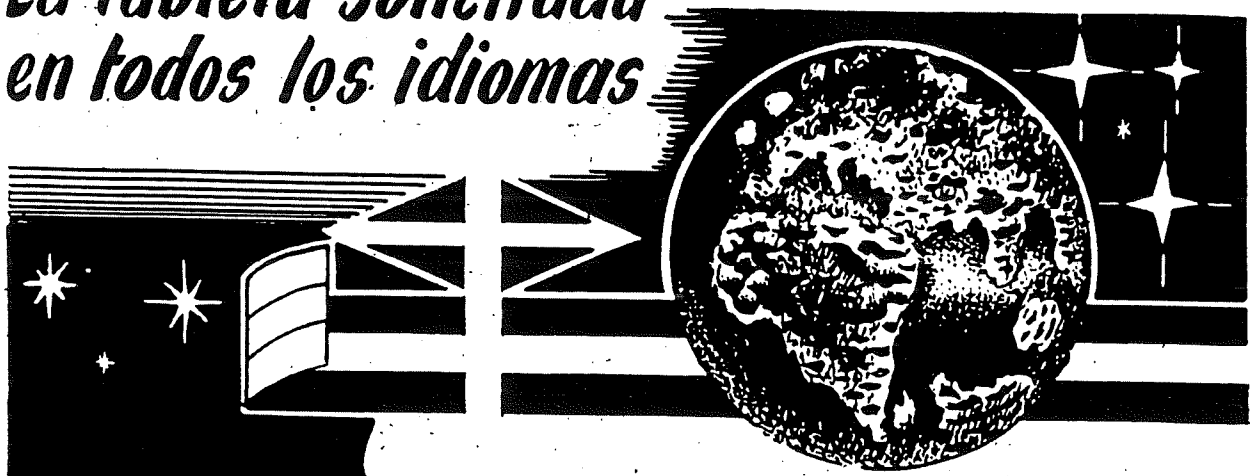


TODOS LOS PRODUCTOS **gomespuma** **PIRELLI** ...SON PARA SIEMPRE

Fig. 7. El conegudísim i convincent logotip de la marca Pirelli (amb una P estirada simulant l'elasticitat del cautxu) és obra d'autor anònim, i data de 1908.

(Destino n^o 1037, 22-VI-1957)

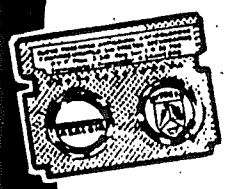
*La tableta solicitada
en todos los idiomas*



*... porque contiene
DIPHEMIN*



Tubo: 6'50 pesetas



Sobre: 2'50 pesetas

Un producto novísimo
para su saludable bienestar
ASALGIN
Fundamentado en el moderno descubri-
miento alemán llamado DIPHEMIN
ASALGIN
Produce un efecto
rápido y sostenido
Contra todo dolor
ABSOLUTA ATOXICIDAD

CS. 15704

El reciente
descubrimiento
de la
*ciencia farmacéutica
alemana*

ASALGIN
LA TABLETA SOLICITADA EN TODOS LOS IDIOMAS

Una colaboración hispano-alemana. LABORATORIOS UNIDOS HITREFA, S. A. - Madrid
Distribuidor para toda España: JORBA Y CIA., S. L. - Madrid

Fig. 8. Una imitació calcada del clàssic logotip de Pirelli. Es tracta d'un plagi visual, ja que el text canvia. Totsdos anuncis estan al mateix número de la revista! (Destino nº 1037, 22-VI-1957)

Els elements gràfics que solen entrar en la composició de l'anunci imprès, atenent-nos a la redacció del text inclòs, són els següents:

- El títol de l'anunci en capçalera.
- La marca, logotip, anagrama o nom comercial de l'article que s'ofereix.
- Un text que pot completar el títol inicial.
- L'explicació de les qualitats que presenta el producte.
- L'empresa, el fabricant o el distribuïdor d'aquell producte.

En l'opinió de Juan de Cusa (op. cit. pàgs 325-326):

«Hay que aceptar la realidad de que por muy persuasiva que sea la intención que anime los textos y por gruesas que se hayan trazado las letras, si la ilustración es atractiva y acertada captará más fácilmente el interés del lector y, por consiguiente, será más publicitaria la nota gráfica que la leyenda».

L'apreciació de *Cusa* no és encertada, ja que hem demostrat sobradament la quantitat de possibilitats gràfiques intrínseques al text i a la lletra com a figura.

(*vid. fig. 9*)

Per contra, allò que realment esdevé necessari en l'anunci és el text per identificar la marca, bé en forma de logotip, bé representada per l'anagrama.

El tamany i la visualització dels textos, així com els tipus de lletra utilitzats, aportaran varietat i qualitats plàstiques a la composició de l'anunci.

La legibilitat haurà de convertir-se en màxima preocupació del dissenyador, intentant afavorir una captació positiva del missatge per part de l'espectador.

MUCHAS MARRAS

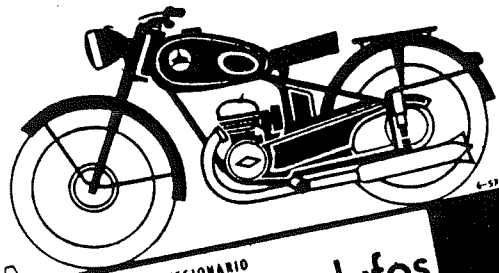
per... r... odas...
ocle... ltar...
par... españoles



resistente, segura, fácil
en su uso y en consumo y
de una eficiencia de servicio
inigualable, tanto para
la ciudad como para el agro
consulta al concesionario

Lube

LUBENSU, S.A.
FABRICAS EN LUCHANA (VIZCAYA)



CONCESIONARIO
talleres dufos
alicante, 33 - valencia

Gala

CONCESIONARIO EN GERONA Y SU PROVINCIA: JUAN CIURANA - RAMBLA VERDAGUER, 16 - TELEFONO 9395

Fig. 9. Una mostra evident de que el text pot erigir-se en figura atractiva de la pàgina publicitària. L'únic element il·lustratiu (el dibuix de la moto) resulta quasi anecdòtic.
(Destino nº 1031, 11-V-1957)

Als anys '50 s'afegeix un element novedós en la composició de pàgina de publicitat: la representació abstracta com a suport estilístic i configurador.

Aquest nou «ingredient» plàstic està directament relacionat amb la introducció de les trames de grisos, bé amb reproducció mecànica, bé amb transferibles. De les novetats tècniques en parlarem més acuradament al capítol següent, apartat IV c.

Degut al valor publicitari que aconsegueix adquirir la representació abstracta, la lletra deixa els estereotipats marges on havia estat ancorada durant dècades de publicitat i passa a transmetre directament missatges subliminals. En tenim un bell exemple a la *fig. 10*, on el text de la pàgina impresa es transforma en escenari d'anunci, amb un joc de simbologies digne dels millors cànons surrealistes, ja que ataca directament els registres dels possibles misteris ocults darrere de la fulla.

(*vid. fig. 10*)

Les normes «clàssiques» de la publicitat es van tornar caduques davant dels sistemàtics canvis i postulats aportats pels dissenyadors dels anys '50. Dins d'aquesta renovació, la lletra com a signe i com a figura pren un camí inescapable que l'aparta de l'ornamentació supèrflua.

Un element suposadament «negatiu» (ja que impedia i obstaculitzava la llibertat d'expressió dels dissenyadors) va resultar providencial. Parlem de la temuda censura.

Va ser l'habilitat dels dibuixants i retoladors d'anuncis l'única que podia evitar, a base d'astúcia i originalitat, les prohibicions i represàlies dels mecanismes censurs.

L'altre recurs, més utilitzat, consistia en recórrer al simbolisme. El dibuix i el text haurien de provocar el mateix entusiasme que produiria la possessió del producte en qüestió.

(vid. fig. 11)

En definitiva, el dibuixant publicitari als anys '50 havia de comptar amb un perfecte domini de la retolació, així com una actualització constant dels recursos culturals i de les tendències de moda.

Resulta impensable la publicitat impresa sense la intervenció de la paraula escrita i dibuixada. És lògic suposar que l'habilitat del projectista a l'hora de combinar diferents caràcters i afabets estaria en funció de les seues possibilitats professionals, culturals i tècniques, amb el condicionant afegit de la censura.

De tots els tipus utilitzats en publicitat durant aquells anys, els de major aplicació van ser els caràcters de «pal sec». Sobrietat de línies, desprovistes d'ornaments i peus, amb una grossària uniforme al seu traçat.

Les lletres de pal sec aporten, per la senzillesa que les caracteritza, un sentit de plasticitat i legibilitat que, a més, comptava amb el beneplàcit dels dibuixants ja que permetia una ràpida execució.

Com a exemple internacionalment conegut de lletra de pal sec aplicada a la publicitat, resulta contundent l'antològic treball de *Cassandre* per al licor «Dubonnet» (de l'any 1924!) on les lletres anaven progressivament augmentant de saturació de color a mesura que el personatge s'empassava més licor. A ca nostra, i als anys '50, l'anunci del dibuixant *Cesc* per a Netol (vid. fig. 8 de l'apartat II.f.) esdevé un exemple equivalent, inclús pel que respecta a la genialitat de la idea.

Per finalitzar l'apartat de publicitat, il·lustrem la preponderància dels caràcters de pal sec en els textos dels anys '50 amb l'anunci-enquesta que va llençar l'agència de servicis estadístics «Estudios S.P.».

(vid. fig. 12)



Fig. 11. La majestuositat imponent d'aquestes lletres inicials al sostre d'un edifici representatiu indica perfectament el tipus de client als quals va dirigit l'anunci.
(Cuadernos de Arquitectura nº 25, 1er trimestre 1956)



Ayúdenos por favor:
VOTE VD.

**sobre las grandes bebidas nacionales
Y GANE CINCO CAJAS DE BEBIDAS**

A fines estadísticos, deseáramos saber la preferencia que existe en el mercado sobre algunas primerísimas marcas. Marque, por favor, con una cruz, aquéllas que prefiera y envíenos este anuncio.

Grandes Marcas de Vermouth

¿Qué marca prefiere Ud.? **¿MARTINI?**... **¿CINZANO?**...

Grandes Marcas de Champán

¿Qué marca prefiere Ud.? **¿CODORNIU?**... **¿CASTELLBLANCH?**...

Grandes Marcas de Coñacs

¿Qué marca prefiere Ud.? **¿GONZALEZ BYASS?**...
¿TERRY?... **¿OSBORNE?**...

Nota. - Háganse por favor, las comparaciones en calidades iguales. Por ejemplo: **EXTRA CODORNIU, EXTRA CASTELLBLANCH...**

¡Hay premio!

Entre todas las contestaciones, sortearemos varios lotes de bebidas, consistentes, cada uno en CINCO CAJAS conteniendo todas las bebidas enumeradas aquí.

Envíe este cuestionario contestado a:

ESTUDIOS S. P. - Diputación, 331 - Barcelona

y automáticamente concursará al premio de los lotes.

¡Muchas gracias!

Nombre

Domicilio

107

Fig. 12. La família de la lletra de «pal sec» va dominar els espais publicitaris de la dècada estudiada. Amb les variacions de tamany, negreta, cursiva i comprimida, el present exemple inclou tan sols una excepció: la lletra manual de «Ayúdenos por favor».

(Destino nº 1141, 20-VI-1959)

La primera impressió que ens depara un text com el de l'exemple radica en la lectura d'uns noms que no ens són estranys a l'oïda, sinó a la vista.

Certament, els noms de productes tan coneguts com «Martini», «Cinzano», «Codorniu», «Castellblanch»,... Ens sonen coneguts, i no obstant, llegir-los sense el logotip corresponent oculta, en certa mesura, bona part del seu component comunicatiu.

És l'alquímia de la lletra com a figura, del text que es llegeix i s'admira com una veritable il.lustració

III.f.

Polifacètic i excepcional: Zen (Alexandre Cirici Pellicer)

Pàgina 3 del número de Juny del 1955 de la revista *Grafía Hispana*: apareixia en la secció «Galería de Personajes» un comentari biogràfic dedicat a una personalitat amb múltiples facetes creatives: *Alexandre Cirici Pellicer*.

L'article parlava d'un home jove i extraordinàriament actiu, relacionat amb activitats artístiques «*que van de la pintura a la literatura, pasando por el ballet, el teatro y el cine, la arquitectura, la decoración, la publicidad y , finalmente, todo ese mundo de infinitas posibilidades que se encierra bajo la etiqueta de las Artes Gráficas*».

El text aclamava entusiàsticament al nostre personatge, considerant-lo un autèntic artista: «*Cualquier cosa que reciba la caricia de su mano adquiere ese timbre original propio de toda gran creación artística*».

(*vid. fig. 1*)

Nascut a Barcelona l'any 1914, *Cirici Pellicer* esdevé un home artísticament cosmopolita, que estava dotat d'una visió universal i privilegiada d'allò que significava el moviment de l'art modern. Podem afirmar que va tindre una clarividència profètica en la majoria dels seus plantejaments.

Aquest home de caràcter afable i tracte gentil, bon conversador i humanista en tots els aspectes, va saber conjugar, en aquells anys de malson, una línia creativa cosmopolita i coherent per al seu temps, amb unes realitzacions que denotaven un accentuat caràcter autòcton, mediterrani, comprensible i profund tot a un temps.



*Fig. 1. Retrat d'Alexandre Cirici Pellicer. Ampliació d'una fotografia tramada apareguda al número de Juny del 1955 de la revista **Grafia Hispana**.*

La personalitat creadora i inquieta de *Cirici Pellicer* abarcava una gran quantitat d'activitats.

Com a pintor, havia realitzat una sèrie de murals: en la sala d'assaigs de l'Esbart Verdaguer (companyia de teatre), a l'Església de Santa Maria del Taulat, també a l'Església de Sant Faust de Campcentellas, al Restaurant Solé, i en un important nombre d'edificacions recentment construïdes.

En aquest punt volem recordar l'íntima relació que uneix els espais arquitectònics amb la composició tipogràfica.

També convendria, degut als parentescos, evocar a un muralista valencià, home de gran capacitat i vitalista impulsor del grup Parpalló a València: *Manolo Gil*. Comparant la trajectòria i les aspiracions observades en ambdós personalitats, pot deduir-se que, de no haver sigut per la mort prematura del jove pintor valencià, possiblement hauríem gaudit, entre nosaltres, d'un home entranyable i transcendental, figura necessària per organitzar i orientar els anhels d'un entorn artístic. En aqueix ordre de coses, potser sí que n'hem tingut un de coratjós: l'escultor *Andréu Alfaro*. Convé saber que *Alfaro* s'ha dedicat professionalment, i durant molts anys, a la pràctica publicitària, preferentment dels anuncis i dibuixos per a revistes.

(*vid. fig. 2*)

Després d'aquest parèntesi de relacions, suggerit per la biografia d'altres artistes nostrats que encetàven llur trajectòria als anys '50, continuem amb els treballs del nostre intrèpid i admirat protagonista.

Cirici Pellicer havia sigut director de l'Esbart Verdaguer, una agrupació folklòrica fundada a Barcelona l'any 1945 per *Manuel Cubells*, i que propugnava una renovació artística de les danses i els ballets populars. En el teatre va realitzar, així mateix, figurins i decorats per a diferents grups i companyies.



para los chicos y para los mayores. Paseo de Gracia, 32.

sastreria
camiseria
zapateria
Barcelona

Fig. 2. Composició d'anunci amb multituds impersonals tractades com a direccions del quadre. Aquesta idea plàstica seria decisòria per llençar internacionalment, una dècada després, a un pintor valencià.

(Destino nº 1154, 19-IX-1959)

Dins del món de l'arquitectura, *Cirici Pellicer* havia projectat importants edificacions a França, i en col.laboració amb distints arquitectes espanyols havia preparat algunes construccions i conjunts urbanístics en Espanya.

També al món del cinema s'havia introduït el nostre intrèpid heroi. Va dirigir la pel.lícula de dibuixos animats «Érase una vez ...», un llarg-metratge guardonat a la Biennal de Venècia de l'any 1950 amb el premi al millor film de dibuixos per a xiquets.

L'interiorisme i la decoració també van ser motiu de suggestives intervencions per part de l'artista. Els èxits en aquests camps van ser molt destacats. *Cirici Pellicer* va realitzar conjunts decoratius en habitatges, oficines, comerços, locals socials, etc. També va construir nombrosos estands per a exposicions en les successives Fires de Mostres de Barcelona (des de 1952), així com múltiples manifestacions individuals i col.lectives del F.A.D. (Foment de les Arts Decoratives), en la DRUPA i en l'Exposició Internacional de les Arts Gràfiques de Dusseldorff.

En la mateixa línia de treball, *Cirici Pellicer* havia projectat i realitzat nombrosos aparadors per a importants comerços de Barcelona, Madrid, Sevilla, Salamanca, València, Granada, Valladolid, Bilbao, Saragossa,...

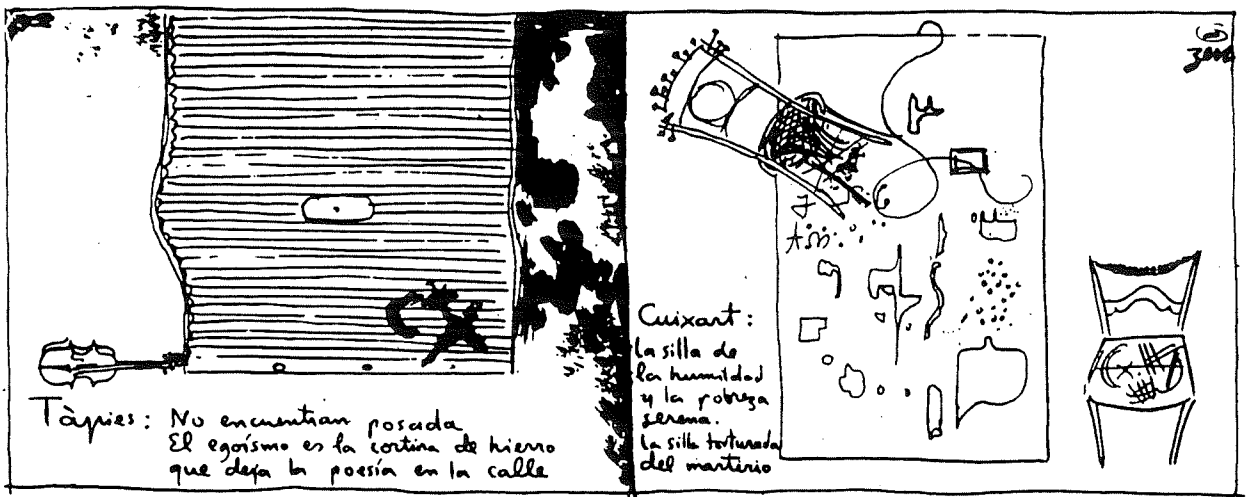
(vid fig. 3)

Ja havíem inclòs entre les il.lustracions d'aquesta tesi alguns treballs d'*Alexandre Cirici Pellicer* (fig. 4, II.a.).

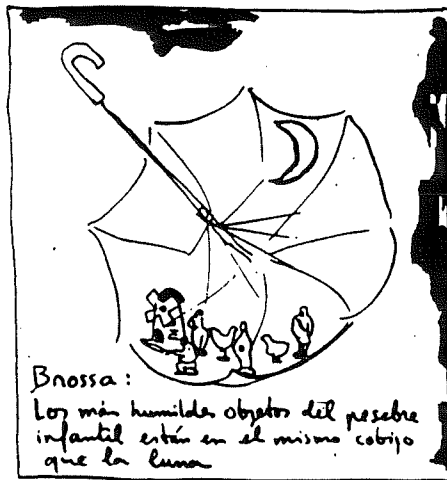
També a la Bibliografia podem trobar alguns textos publicats per ell sobre temes d'art i cultura.

Pels anys '50, els llibres publicats més coneguts del nostre autor eren: «Picaso antes de Picasso», «El arte modernista catalán», «Miró», «Surrealismo», «La Sagrada Familia de Gaudí» i una extensa sèrie de monografies al «Speculum Artis».

Un home tan profundament documentat en temes artístics i culturals esdevindria, a la



los 5 pesebres volantes de los escaparates de



Gales

SASTRERIA
CAMISERIA
ZAPATERIA

puerto de gracia, 32

presentan en Barcelona el Arte Nuevo

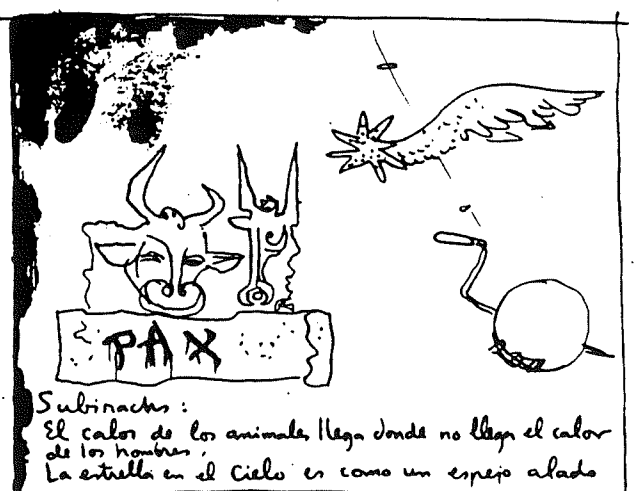
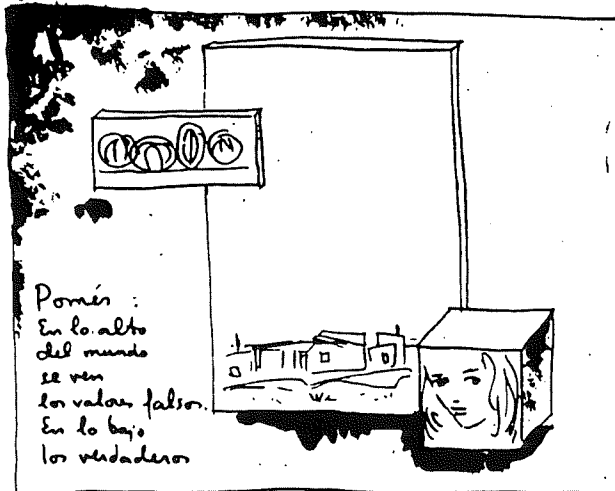


Fig. 3. Cinc artistes joves ditigits per Cirici Pellicer preparen els aparadors de la botiga barcelonesa «Gales». Era Nadal, i la susdita camiseria comptava amb uns aparadors de: Tàpies, Cuixart, Brossa, Pomés i Subirachs.

(Destino nº 1010, 15-XII-1956)

força, un magnífic exponent de la publicitat ben entesa, amb recursos gràfics i històrics que qualsevol altre no hauria ni tan sols imaginat.

Les seues intervencions a les publicacions periòdiques eren constants. En *Revista* apareixien uns breus epígrafs titolats «Los carteles seleccionados del mes», secció de la qual s'encarregava *Cirici Pellicer*.

(vid. fig. 4)

En qualsevol cas, allò que més ens interessa a nosaltres del treball d'aquest autor radica en el seu portentós enginy i talent per combinar la lletra com a imatge en els anuncis i la publicitat.

A l'agència de publicitat «Zen» es van realitzar nombrosos treballs en el terreny de la investigació sobre les arts gràfiques, dedicant-li una atenció especial a l'art de l'imprès. També es van aportar innovacions en el camp de la vinyeta, la compaginació, el plegat, la tipografia i l'enquadernació

En quant al bagatge cultural, *Cirici Pellicer* era tan eminent que podia arriscar-se a combinar els més estranys elements de text i imatge a la composició, aconseguint reeixides formes i conjunts.

Els anuncis publicats a la revista *Destino* per a la camiseria «Gales» de Barcelona van durar tota la dècada dels '50. Cada setmana apareixia un nou model, en funció de les novetats.

Sempre es mantenen uns textos senzills informatius:

- * El nom de l'establiment: «Gales»
- * L'adreça: «Paseo de Gracia, 32 Barcelona»
- * Un eslògan: «Para los mayores, Para los chicos»
- * El nom del grafista: «Zen»



Barcelona - Paseo de Gracia, 32

Fig. 4. Tractament de la premsa en un anunci de Zen. Tot i referir-se a una botiga de roba, les relacions demostren una estranya capacitat per combinar el recurs gràfic amb un missatge cultural.

(Destino nº 962, 14-I-1956)

La resta dels elements eren una aportació incessant d'idees i capricis molt adequats a la línia artística del nostre autor.

(vid fig. 5)

En el seu treball publicitari per a «Gales», *Alexandre Cirici Pellicer* trasllada a l'anunci tota una càrrega d'informació gràfica que exposa les novetats del món de l'art i les tendències més avançades d'aquella època.

La història del grup «Dau al Set» i la dels capdavanters de la intel·lectualitat catalana està íntimament enllaçada, i degut a la constatació d'aquest fet, no ens sorprèn trobar, entre els anuncis de «Zen» algunes referències directes a l'art informal.

Tàpies va evolucionar cap a postures informals i de potenciació intrínseca de la matèria a partir de les reflexions sobre la filosofia oriental. La passió per les temàtiques transcendents orientals arribava a Barcelona de la mà dels intel·lectuals més valents i decidits.

Ja ens informa d'aquestes relacions el mateix *Cirici Pellicer* al catàleg «R. Giralt Miracle. Cinquanta anys de creació gràfica». Hi podem llegir:

«La creació de la seva impremta pròpia, el 1947, amb un ambiciós propòsit cultural que revela el seu propi nom, de Filograf, Institut d' Art Gràfic, va representar una de les primeres clarors indicadores de la sortida del túnel cultural. Va ésser un any abans que aparegués el Dau al Set i quatre abans que es manifestés el Grup R.»

Tharrats i *Tàpies* sovintejaven la seu de Filograf, el taller gràfic de *Giralt-Miracle*, i gaudien de manera freqüent dels consells sempre beneficiosos d'aquest, així com dels suggeriments de *Cirici Pellicer*:

No hay nada como la lana

Нет заменителей для ШЕРСТИ

Ingen ting kan ersätta ull

ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΝΤΙΚΑΤΑΣΤΑΤΗΣ ΤΟΥ ΜΑΛΛΙΟΥ

ऊन का कोई भी बदला नहीं है।

沒有東西可以替代羊毛的

There is nothing like the wool

אין תמורה לצמר

Es gibt keinen Ersatz für Wolle

کون نهر عوض ان ہے۔

Neni nah rózky za vlnu



rien pareil à la laine



YÜNÜN YERİNİ TUTACAK HIÇ BİR ŞEY YOKTUR

Finnes det ingen erstatning for ull

zen

Paseo de Gracia, 32 Barcelona

Fig. 5. Poc menys que genial. Per anunciar «No hi ha res com la llana», Zen introdueix un ampli mostrari de traduccions d'aquesta frase, i naturalment dibuixa cadascun amb la grafia corresponent.

(Destino nº 955, 26-XI-1955)

(vid. fig. 6)

Al susdit catàleg segueix informant-nos *Cirici Pellicer*:

«Quan vaig iniciar la meva carrera professional de dissenyador gràfic, en la qual he treballat ininterrompudament des del 1951 fins al 1981, el meu model era ell (referint-se a Giralt-Miracle), l'únic creatiu -no conformista- d'aquest país. Per signar els meus treballs, vaig triar, llavors, la paraula zen, afirmació de la meva fidelitat a un tipus de pensament poètic japonès amb el qual em sentia tan compenetrat des dels catorze anys, i damunt d'aquest mot vaig posar-hi la somniada estrella solitària, dins d'una mena d'espiral guerxa com una que havia vist en un imprès de Giralt Miracle»

Ambdós personatges van ser entusiastes de la imatge impresa, i molt més decantat per la tipografia el cas de *Giralt Miracle*, el qual publicaria anys més tard un llibret sobre «La tipografia, un ikebana occidental». Aquest tema de l'Ikebana (segons Tofu Teshigahara) «remet als elements vivents, però també a la violència exercida al damunt d'ells, en torçar les tiges, retallar les fulles o tenyir les flors. L'Ikebana gràfic és molt més que el bell arranjament de les parts insòlitàment acoblades. És el plaer de prescindir de la sintaxi.»

-vid. Bibl. Gen. «Catàleg exposició» (1982)-

(vid. fig. 7)

Les opinions de *Cirici Pellicer* van ser premonitòries del que passaria posteriorment en la pràctica de l'art. I sembla que inaugurava les reflexions d'aquesta tesi. Ho podem comprovar a l'article «Un temps plàstic» (*Serra d'Or*, maig 1958):

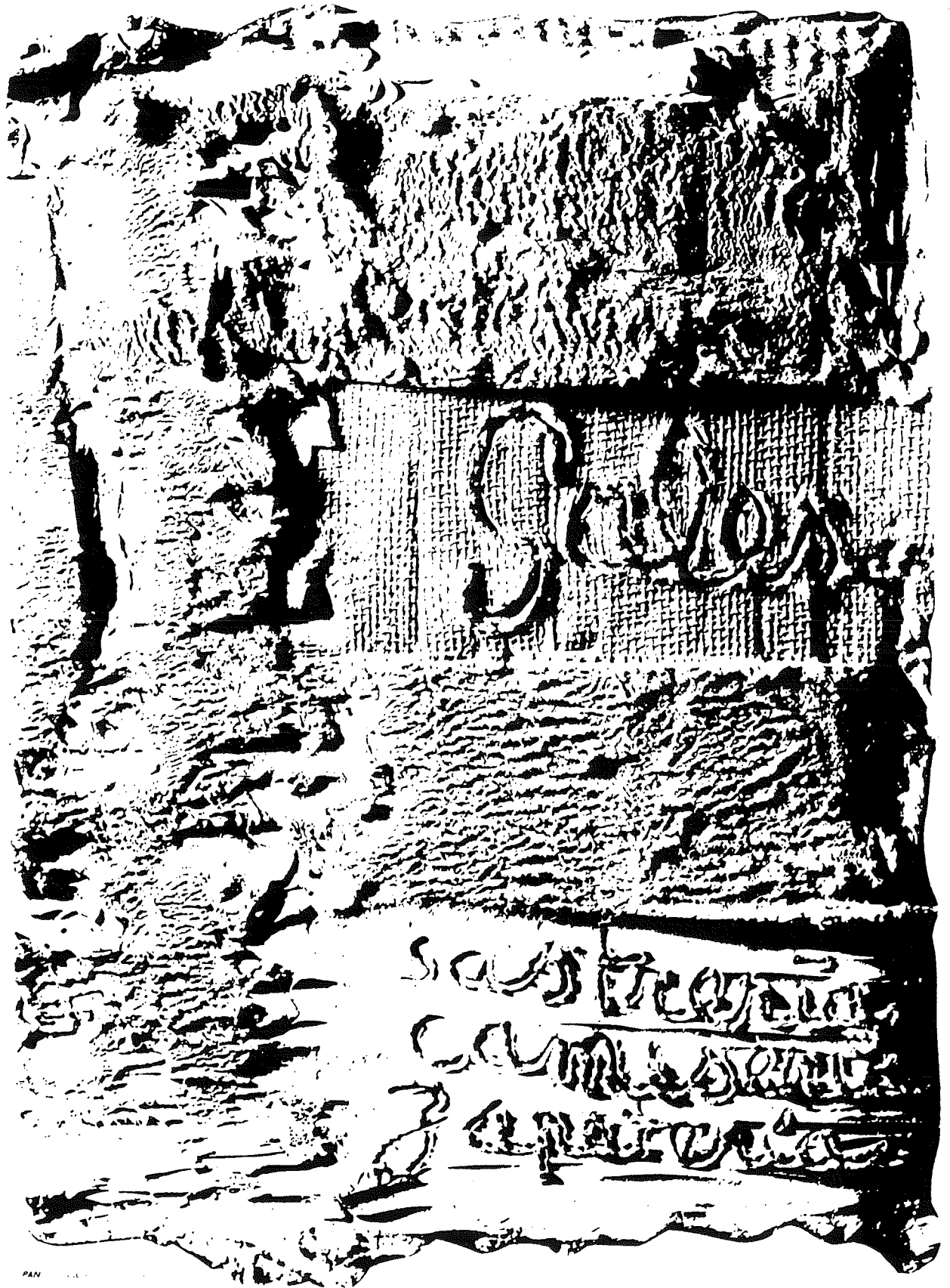


Fig. 6. En aquest anunci de Cirici Pellicer podem entreveure la passió per la textura matèrica pròpia dels artistes informals. També s'hi pot albirar una estretíssima relació entre les disposicions del text i la resta dels elements gràfics.

(Destino nº 1159, 24-X-1959)



para los mayores, y los chicos, para de gracia se



Camiseria, Sastreria, Zapateria



Fig. 7. La relació entre els companys era estreta i fecunda. Un treball de Cirici Pellicer que introdueix elements molt característics dels utilitzats per Ricard Giralt Miracle. La lletra anglesa i les espirals; el gravat decimonònic junt al gest gràfic modern.

(Destino nº 1143, 4-XI-1959)

«Un conjunt extremadament complex de circumstàncies fa que, des d'una gran quantitat d'angles diferents, convergeixin sobre el temps actual factors que condueixen a substituir les expressions verbals per expressions gràfiques, el camí intel·lectual de transmissió del pensament, pel camí sensible».

Els pronòstics eren quasi profètics, ja que no sols preveu la implantació de la cultura de la imatge, sinó que s'adelanta a les indagacions que farien mundialment famosos a *Marshall McLuhan*:

«La civilització de la paraula era massa individualitzada i matisada, i necessitava massa temps. Per això el llibre, com a factor social, passa cada vegada més a ésser substituït per la plàstica. L'art en totes les seves formes, el cinema, la publicitat gràfica, prenen el lloc progressivament a les expressions literàries»

(...) «Si aquest temps plàstic no pot arribar a la refinada matisació de les idees a què havia pogut arribar la cultura literària, aquesta limitació es veu compensada per una intensitat molt més gran en la seva acció.»

«L'expressió plàstica produeix una sensació allà on la literària produïa un pensament, i la sensació actua directament transformant l'home, suprimint les seves defenses, no permetent la distància i la crítica que la paraula escrita permetia.»

Evidentment, *Cirici Pellicer* no és «apocalíptic» (tal i com definia *Umberto Eco* als puritans contraris a la cultura de la imatge i enyoradissos del llibre imprès). Ben al contrari, el nostre personatge manté un incessant compromís amb els avantatges de la societat de consum. Ell analitza uns fets, i a més a més catapultava envers el futur tota una allau d'idees que després han sigut evidenciades pels avanços tècnics i els mitjans de comunicació de masses.

(vid. figs 8 i 9)

Cirici Pellicer observa el canvi que es produeix entre la psicologia individualista i les necessitats socials:

«Es comprèn que les formes d'expressió destinada a una societat que requereix un alt grau d'uniformització, no siguin les que tenen caràcter individual, sinó les generals, les més àmplies possibles.»

Possiblement degut al valor que el nostre artista gràfic li dóna als mitjans de comunicació de masses en la cultura moderna, eleva la categoria de les revistes al grau més alt de la cultura impresa envers la cultura de la imatge:

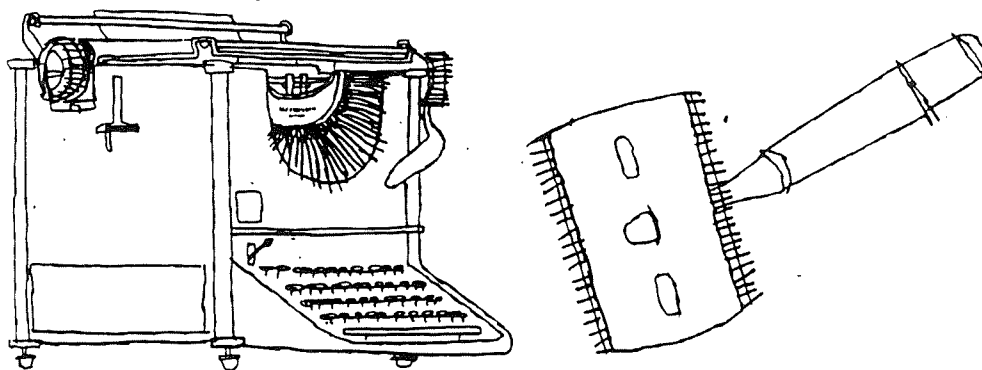
«Abans del 1830 les revistes eren simplement literàries, però cent anys més tard les revistes de més difusió donaven més extensió a les il·lustracions que al text. El 1939 Anatole de Monzie podia afirmar que el cop d'ull havia substituït la meditació.»

Hem pogut comprovar l'actualitat de les idees d'*Alexandre Cirici Pellicer*. Aquest home de lletres i d'imatges ens transmet una visió riquíssima dels anys '50, de l'estètica de l'època, i a més realitza suggerents composicions amb lletres i materials gràfics d'una vigència extraordinària.

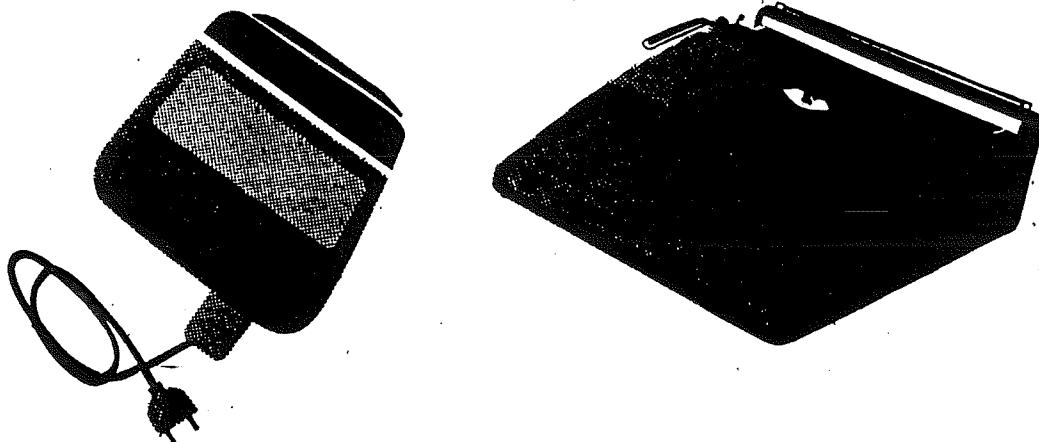
(vid. fig. 10)

El fet d'haver desenvolupat la seua tasca creativa en publicitat i amb el suport matèric d'eines de comunicació de masses (les revistes, els anuncis), decanta l'actitud de *Cirici Pellicer* cap a una defensa de l'art com a servei de la comunitat, de les necessitats socials:

una ley de la evolución actual



Los constructores de los primeros sólo se preocuparon de que funcionasen...



La técnica actual exige y logra la línea perfecta



**Antes
la confección
buscaba sólo
el rendimiento
utilitario...**

**Hoy
exige
y logra
la perfección**



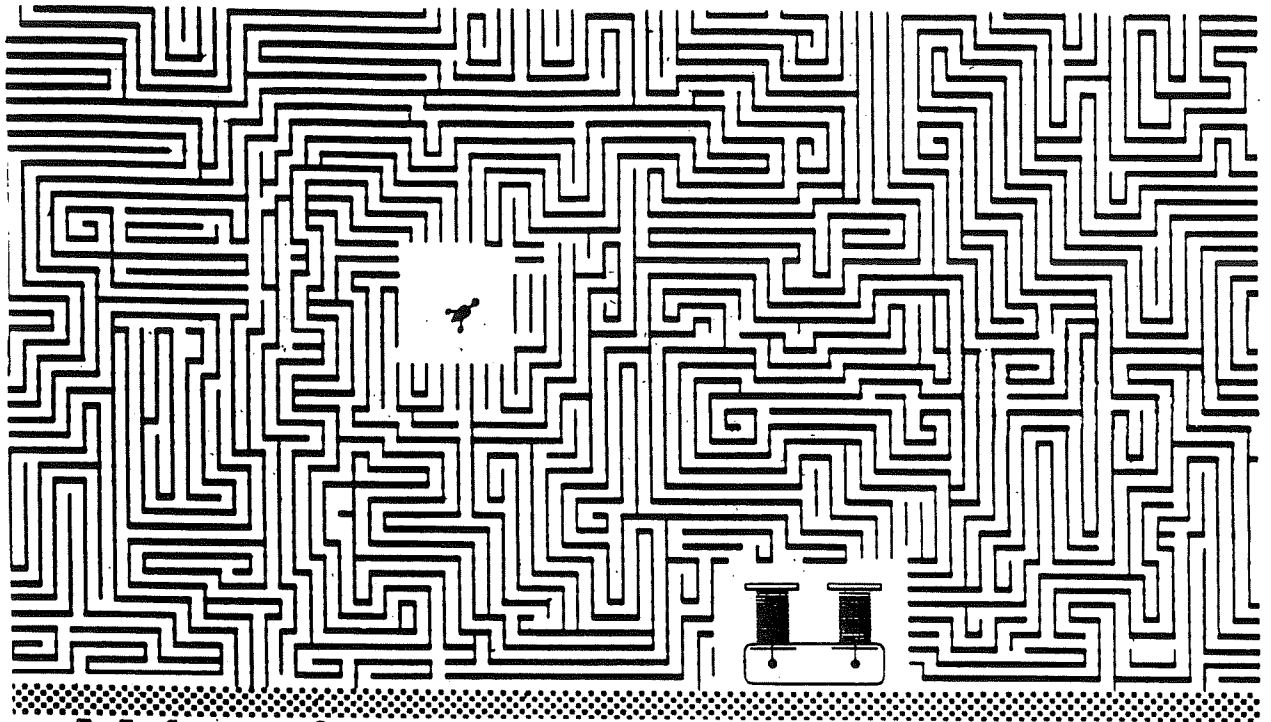
SASTRERIA
CAMISERIA
ZAPATERIA

Paseo de Gracia, 32 Barcelona

zen

Fig. 8. Alexandre Cirici Pellicer, compromès amb el seu temps, analitza els positius guanys propiciats pels avanços tecnològics. Com a referent gràfic, la trama representa la modernitat, mentre que el passat és dibuixat amb ploma.

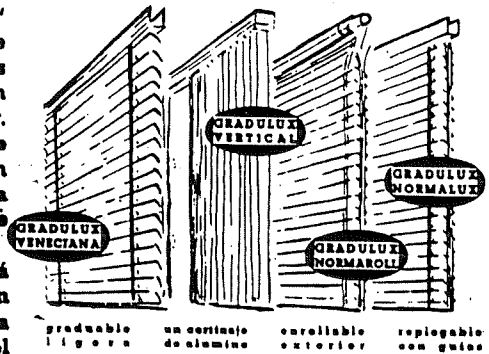
(Destino nº 978, 5-V-1956)



Máquinas con memoria

La facultad que tiene el cerebro humano de registrar los recuerdos y aprovecharse de la experiencia adquirida, también la poseen las "máquinas de pensar" construidas por la ingeniería moderna. Los recuerdos de esas calculadoras electrónicas se graban sobre cilindros magnéticos, bandas de film o pantallas catódicas. Un ejemplo notable es el aparato proyectado por el Dr. Shannon para los Laboratorios Telefónicos Bell. Consiste en una especie de ratón eléctrico que, colocado sobre un complicadísimo laberinto, se dirige sin vacilaciones a la meta, una vez se le ha permitido explorar previamente el camino.

La comodidad y solidez del mundo que se está construyendo, se deberá en gran parte a la perfección de los medios que proporciona la técnica moderna. Esta perfección técnica, en cuanto al acondicionamiento del aire y de la luz, se obtiene en el presente con



producción ligera un cerraje de aluminio enrollable exterior repliegable con guías

zen

Gradulux*

la persiana de calidad en aluminio y acabado plástico

Productor nacional n.º 6447

EXPOSICION:
Diputación, 237
Tel. 21 65 93
BARCELONA

DISTRIBUIDORES: BARCELONA

Pza. Urquinsena, 4 - Tel. 21 25 65
Vda. José Lledó Mas, S. A.
Venecia-Provenza, 90 - Tel. 37 59 51

TARRAGONA Juan F. Gallart Rbla. Generalísimo, 62 T. 2087
LERIDA José M.ª Merens Avda. Blended, 17, 2.º T. 2490
GERONA Cosme Domingo. Alvarez de Castro, 9 T. 177

Fig. 9. Estructurada composició gràfica molt avançada per al seu temps: els ordinadors i la informàtica als anys '50!. Una premonició més de Zen, el qual és capaç de combinar caràcters egipcis, cursives i lletra manuscrita de forma admirable.

(Destino n.º 988, 14-VII-1956)

«Tota direcció evolutiva de l'art amb possibilitat de supervivència i de creativitat serà aquella que s'insereixi dins l'acceptació de les noves condicions de la vida de massa, de les seves necessitats i dels mitjans d'actuar sobre ella»

-pàg. 226, vid. Bibl. Hist. CIRICI PELLICER (1964)-

El posicionament social del nostre autor no s'aventura, d'entrada, en la qüestió de l'abstracció o la figuració (ja havíem llegit abans que ell entén com a recurs del futur la validesa del signe).

En aquest sentit, hem d'oposar-nos als comentaris de *Gabriel Ureña*:

«Cirici Pellicer, sin alejarse un ápice del modernismo catalán, no disimuló -aunque guardó las discretas normas de cortesía- su rechazo a la Abstracción por la carencia de la «funcionalidad social»: «... la eficacia de estos instrumentos -abundaba- se ejercerá no sólo por el descanso o la excitación somática y espiritual que proporciona la obra que llega a su fin, sino aportando un contenido. Ningún arte es completo sin contenido».

-pàg. 114, vid. Bibl. Gen. UREÑA (1982)-

Entenem el «contenido» propugnat per *Cirici Pellicer* com un contingut realment «social», amb la possibilitat d'acoblar-lo tant a la figuració com a l'abstracció. Sembla que allò més irritant per al nostre autor consistia en donar-li un sentit a «l'art pour l'art», filosofia estètica que era incapaç d'assumir. I aquesta postura és ben comprensible en un home molt apassionat i immers en el seu entorn cultural, sobretot en un temps de prohibicions i coercions. Potser per aquest motiu ens diu que *«aquelles activitats artístiques vinculades als mass media tenen més possibilitat d'actuar d'una manera forta en el món futur»*

(vid. fig. 11)

Precoç defensor dels mitjans de comunicació de masses, afirma taxativament:

«El canal educador principal sobre l'art vivent són les revistes»

-pàg 205, vid. Bibl. Hist. CIRICI PELLICER (1964)-

I al mateix llibre esmentat, acostant-se a les aportacions de la semiòtica, ens diu:

«El ràpid fullejar revistes il·lustrades, la visió superficial del cinema, de la T.V., dels aparadors, de les manifestacions esportives, completen la fabulosa recepció de missatges plàstics, molt més rica, completa, variada, que no pas la que havien conegut les altres generacions».

L'interès per la cultura impresa el va fer desenvolupar tot un camp experimental al voltant dels elements de la tipografia.

Molt relacionat amb la Fundició Tipogràfica Nacional, va col·laborar en nombroses ocasions per a l'última de les entitats que va promocionar als creadors de lletres autòctons.

(vid. fig. 12)

Després de conèixer la fecunda relació entre la Fundició Tipogràfica Nacional i els artistes gràfics més innovadors dels anys '50, podem deduir que la desaparició d'aquesta entitat (quan va ser adquirida per l'empresa alemanya Hartmann) suposa el darrer dels moments àlgids del panorama artístic nostrat, almenys pel que respecta a la creació d'alfabets i d'altres elements tipogràfics.

el mundo en su hogar

La Sección de Televisión ha elegido para Vd. los mejores Televisores y le ofrece la garantía de un taller equipado con los mejores aparatos de comprobación y preparado para realizar toda clase de instalaciones y reparaciones

con



Fig. 11. Cirici Pellicer va defensar els mitjans de comunicació de masses per la component social que els identifica. Ell explota la frase «Tot és construcció o comunicació».

(Delfos, revista de l'Associació Cultural homònima)



FUNDICIÓN TIPOGRÁFICA NACIONAL, C. A.

Fig. 12. Composició de trames i elements prioritaris de lletres. «El Hispalis participa al mismo tiempo de la claridad de la escritura clásica y de la vivacidad de los rasgos manuales».

(Grafía Hispana, gener de 1955)

Directament implicats en aquesta fulminant castració creativa, pel que fa a la difusió del material imprès, estan els nostres benvolguts *Enric Crous-Vidal, Enric Miret, Joan Trochut, Ricard Giralt Miracle i Alexandre Cirici Pellicer.*

(vid. fig. 13)



la elección de un tipo adecuado

es la clave de una publicidad verdaderamente eficaz

Una gama completa de caracteres modernos, en Fundición Tipográfica Nacional, C. A.

MADRID, Tomás Bretón, 47
BARCELONA: Via Layetana, 36
VALENCIA: Colón 10

Fig. 13. El final de la «Fundición Tipográfica Nacional» suposa l'acabament de les aspiracions dels artistes gràfics espanyols en matèria tipogràfica.

IV.

Condicionants tècnics i novetats en el camp de la impremta.

IV.a.

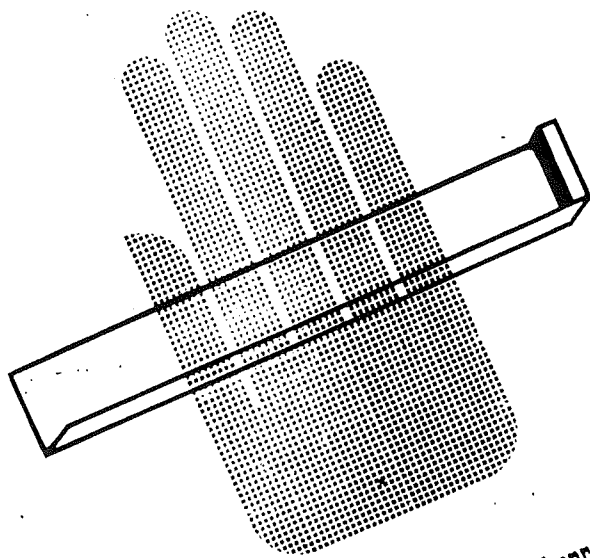
Implantació de l'offset, el paper couché, les noves tintes, el letraset, la fotocomposició.

En un principi, els fonadors de lletres confiaven en el talent artístic dels mestres cal·lígrafs per desenvolupar nous estils, convertint-los en tipus metàl·lics. Al llarg dels segles, els tipus han sigut el resultat de la combinació de l'art dels dissenyadors amb els recursos tècnics d'artesans i enginyers.

En la tècnica de la composició manual s'hi utilitzaven tipus solts fosos individualment en una aleació de plom, estany i antimoni. Els textos es composaven manualment línia per línia.

La composició a mà esdevenia un treball especialitzat que consistia en ajustar les línies de text una per una amb extremada precisió. En aquest sistema, les línies ja composades passen a un motlle que subjecta un plec de text complet. La separació entre lletres, paraules i línies depèn freqüentment més del judici òptic que de la medicació mecànica. Els blancs dels espais solen ser de tamany normalitzats, o bé han sigut fosos en mesures especials, prevenint així la possibilitat d'ajustar combinacions inusuals de lletres o de paraules.

(vid. fig. 1)



Tipos de Imprenta
modernos y
esmeradamente fundidos.
Maquinaria para
Artes Gráficas

FUNDICIÓN TIPOGRÁFICA
**G
RICHARD
N
S, S. A.**
MADRID
PRINCESA, 65

Fig. 1. Des que al segle XV es va introduir el sistema d'impressió de caràcters, la fòrmula de composició dels textos no havia canviat substancialment, fins que als anys '50 del nostre segle van aparèixer una sèrie de novetats. Tot i això, les foneries de tipus seguiran tenint vigència inclús als nostres dies.

(Gráficas nº 159, Setembre 1957)

En la composició manual els tipus es guarden en una caixa, organitzats per cossos i estils. La caixa està dividida en compartiments (caixotets). Cadascun conté els tipus d'una sola lletra.

Dins d'un cos determinat, la caixa superior solia estar reservada per a les majúscules, mentre que la inferior ho era per a les minúscules. És per aquest motiu que també es parla de lletres de caixa alta i baixa. Les caixes estan disposades verticalment en un comodí que serveix per classificar els diversos tipus.

(vid. fig. 2)

Com que el procés de la composició manual resultava lent i extremadament laboriós, ja des de l'inici de la implantació de la premsa escrita (primeries del s. XIX) es va intentar vèncer aquest obstacle. Es tractava d'aconseguir un mecanisme per distribuir les lletres automàticament.

La primera prova comercial d'una màquina de linotípia es va realitzar a Nova York l'any 1886. A partir d'aquest moment, l'evolució tècnica de la composició de textos per a rotatives no va restar en cap moment estancada, avançant a ritmes vertiginosos.

Al nostre entorn, i ja immersos en la dècada de trencament, la situació econòmica, social i política no va permetre d'actualitzar ni la maquinària que es necessitava ni la mentalitat dels empresaris que haurien d'haver iniciat la renovació.

En l'aspecte de les innovacions tècniques, la influència del capital administrat resulta fonamental, i per aquest motiu l'autèntica eclosió de la renovada indústria gràfica a Espanya estarà íntimament lligada als ajuts econòmics i l'apertura al capital estranger (període 1953-56). Aquesta apertura indica el final d'un fosc període d'autarquia, en el qual, segons les declaracions de l'impressor valencià *Pasqual Quiles*: «encara estàvem treballant amb les màquines d'abans de la guerra, i la riuada del 57 va significar el moment de demanar crèdits i nova maquinària».



LAS ALEACIONES **"NORMA"**

acreditadas por su pureza
extraordinaria, son produ-
cidas y garantizadas por:



REFINERIAS E INDUSTRIAS METALURGICAS C. A.

C. A. R. I. M.

Oficinas y Fábricas: Barcelona (S. A.), calle de San Adrián, 68, Teléfono 25 60 20 (3 líneas)
Delegación en Madrid: Calle de Ferraz, 51, Teléfono 37 46 14

Fig. 2. Com que les aleacions metàl·liques esdevenien el material base de la foneria de caràcters, fins a la dècada de trencament la impremta ha sigut un entorn, les activitats del qual han estat íntimament lligades a la metal·lúrgia.

(Gráficas nº 149-150, Nov.-Des. 1956)

(vid. fig. 3)

La gran novetat en quant a procediments gràfics que s'instaura als anys '50 és la tècnica de l'offset.

El canvi, pel que fa a la composició de textos i a la plasticitat de les figures de les lletres serà radical, ja que l'offset permetrà combinacions que haurien estat impensables abans.

En la indústria de la impressió, l'offset ha significat un trasllat dels interessos cap a les tècniques planogràfiques i litogràfiques, front a la preponderància que havia significat l'estampació en relleu, més pròpia e la tipografia.

La innovació va transformar els aspectes de la indústria i va generar noves intencions estètiques.

El sistema d'impressió offset està basat, com la litografia , de la qual prové, en la repulsió que existeix entre l'aigua i les matèries greixoses.

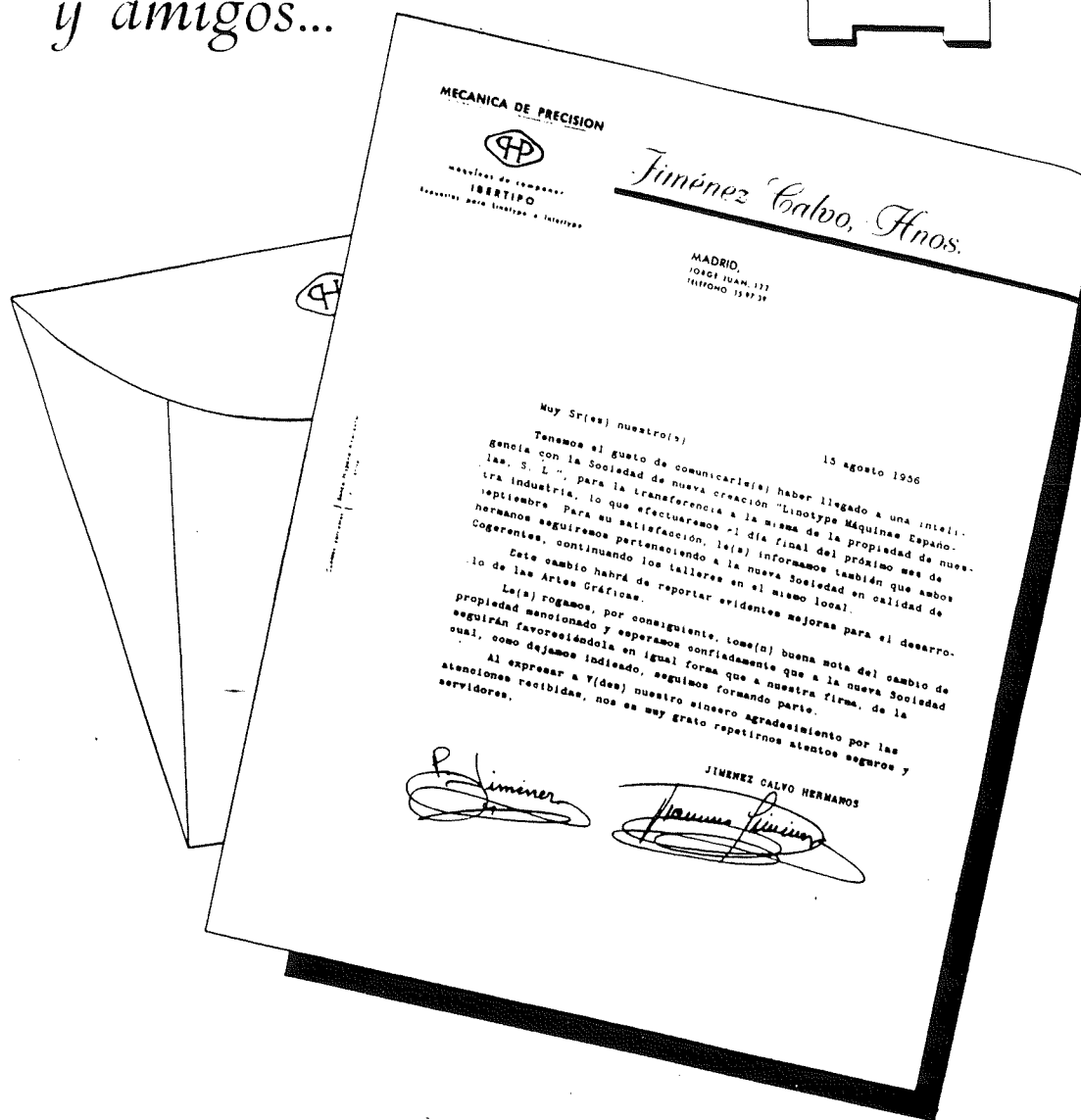
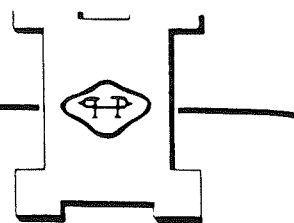
Aquest sistema, a base de cilindres i bateries de roleus per entintar, és anomenat «impressió indirecta», ja que contràriament als altres sistemes tradicionals d'impressió (tipografia, litografia, rotogravat), la planxa impressora no té contacte amb el paper.

L'offset havia sigut descobert, a les primeries del s. XX per l'impressor nord-americà *Ira Rubel*, i des dels anys de trencament s'ha imposat per diversos motius: el moviment rotatiu de les premses offset permet velocitats més grans que el moviment alternatiu de les premses litogràfiques i tipogràfiques, és més competitiu en els preus i també dona major qualitat.

(vid. fig. 4)

Les planxes impressores han d'estar sensibilitzades i a punt per a la insolació, concretament en la tècnica del fotogravat. La imatge podrà obtindre's de moltes

A nuestros clientes
y amigos...



JIMENEZ CALVO HNOS.

JORGE JUAN, 122

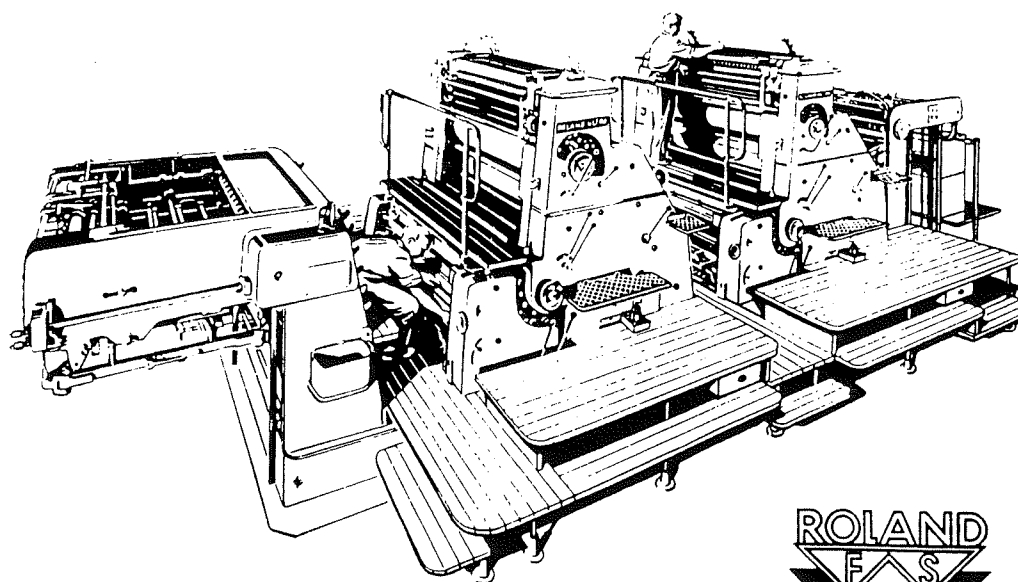
MADRID

TELEFONO 35 97 39

Fig. 3. Els fabricants nacionals de màquines de composició per a rotatives de publicacions periòdiques van ser els primers beneficiats per l'apertura al capital estranger del període 1953-56.

(Gráficas nº 147, Setembre 1956)

El gran éxito en la construcción de máquinas Offset



100

MÁQUINAS OFFSET ROLAND DE CUATRO COLORES VENDIDAS

1951 - Basado en nuestra gran experiencia en la construcción de máquinas Offset, ha sido desarrollada su construcción.

1952 - Después de haber verificado pruebas satisfactorias en todos los sentidos, se ha suministrado la primera máquina.

1957 - Se han vendido 100 máquinas ROLAND ULTRA de cuatro colores y de ellas hasta ahora ya se han entregado 60 unidades.

De las 100 máquinas ROLAND ULTRA de cuatro colores vendidas, corresponden 28 a Alemania y 72 están destinadas a la exportación.

Hasta ahora ya son quince las casas que han encargado dos y más máquinas.

La máquina Offset ROLAND de cuatro colores ofrece a todo impresor la posibilidad efectiva de producir, con una sola pasada del pliego, impresos en Offset a cuatro colores de inmejorable calidad y con una hasta ahora no conseguida exactitud de registro a la par de grandes ventajas en la técnica de imprimir y gran seguridad en cuanto al trabajo de la máquina. El empleo de la máquina Offset ROLAND ULTRA de cuatro colores es, por su mayor producción, su mejor aprovechamiento y la consiguiente reducción en los gastos, una necesidad para todos los talleres Offset.

FABER & SCHLEICHER A.G. · OFFENBACH AM MAIN

Representantes exclusivos para España: NEUFVILLE S.A. · Barcelona: Travesera, 183 · Madrid: Claudio Coello, 114

Fig. 4. Els avantatges que suposa la impressió offset (qualitat, economia, velocitat) han acabat per imposar-se enfront de les tècniques més tradicionals de la tipografia i la litografia.

(Gráficas nº 160, Oct. 1957)

maneres. I és en aquest punt que l'offset ens recolza, com a tècnica, en el nostre plantejament de que la lletra impresa pot manipular-se com una autèntica figura amb immenses possibilitats plàstiques.

Com que a la planxa offset se li pot introduir qualsevol element gràfic, la lletra i la resta dels dibuixos poden constituir elements compositius arriscats i de lliure configuració.

Així doncs, l'estret marge de possibilitats compositives que la tipografia tradicional li conferia a la lletra una vegada es traslladava a la pàgina composada, és superat pel factor «fotogràfic» de la fotomecànica a partir de les tècniques offset.

A diferència de la composició tipogràfica en la qual els tipus d'impremta es junten en línies de text, o de la composició en calent (linotípia) en la qual hom emmotlla amb metall fos una ratlla completa de text, en la «fotocomposició» (composició en fred) hom impressiona un material fotosensible amb la imatge d'un dels signes del text o de tot un fragment del text, a partir del qual hom realitza la corresponent impressió.

(vid. fig. 5)

En la fase de desenvolupament relativament curta de la fotocomposició, les màquines de fotomecànica possibiliten que la imatge d'enllaçament d'una lletra siga projectada sobre la pel·lícula a través d'una placa negativa. Aquesta tècnica pot ser comparada amb la projecció d'una pel·lícula en una sala de cinema.

Amb la tècnica de composició fotogràfica, la reproducció dels elements clàssics delicats amb línies i peus molt estrets resultava difícil. Degut a les grans velocitats d'exposició utilitzades en la fotocomposició, les parts fines dels caràcters es perdien fàcilment. A més a més, la impressió offset obliga a traslladar tota la composició a la placa offset, augmentant així les fases de traspàs fotogràfic.

**También el fotograbador
precisa de la fotografía...**

para obtener los clisés necesarios en la reproducción de ilustraciones en diarios, revistas, libros, carteles y otros impresos. Sin ella no serían posibles las diversas publicaciones que nos deleitan e instruyen.

Esto es sólo uno de los muchos campos en que KODAK pone la fotografía al servicio de las ciencias y las artes.

KODAK, S. A.
Puerta del Sol, 4 - MADRID - Av. José Antonio, 6
BARCELONA: P.º de Gracia, 22 Campana, 10 - SEVILLA

Kodak

A 11.50 "Kodak" es una marca registrada

Fig. 5. Els avanços de les tècniques fotogràfiques també han sigut decisius en la «dignificació» de les lletres i els textos com a imatges de ressonàncies artístiques. Les «il·lustracions» no seran solament les fotografies, ja que la lletra també podrà ser fotografiada, alterada i reproduïda com qualsevol altre element compositiu.

(Gráficas nº 92, febrer 1952)

El 1956 es va crear el primer caràcter específicament dissenyat per a la fotocomposició: l'Egyptienne F.

(vid. fig. 6)

La fotocomposició pot ser considerada com el sistema més revolucionari de la història de les arts gràfiques.

Les primeres unitats de fotocomposició, construïdes durant els anys '50, consistien en un teclat semblant al de les màquines d'escriure, que enregistrava d'una manera contínua sobre una cinta perforada o un disc magnètic la seqüència de codificacions corresponents al text i a les instruccions de composició gràfica.

En l'actualitat, els sistemes de composició desenvolupats incorporen impressores làser i també escàner, un aparell capaç de codificar digitalment qualsevol representació gràfica (lletres, signes, dibuixos, fotografies,...) tractant-la informàticament: ampliació, reducció, transformació, i tota la gamma de possibilitats oferides per la imatgeria electrònica.

(vid. fig. 7)

En la formació de qui subscriu el present treball d'investigació s'han enllaçat contínuament les activitats de la gràfica, tant pel que fa al nivell artístic professional com pel que respecta a la vessant pedagògica.

Aquest contacte amb el món de la reproducció gràfica ha suposat un enriquiment de les idees amb les quals he pogut estructurar els meus propis sistemes de valors.

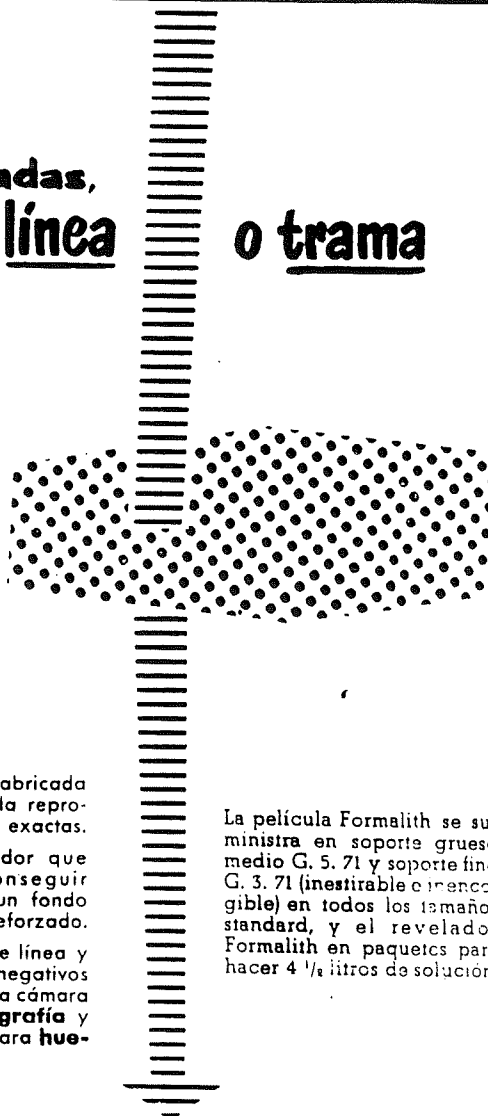
En veritat, sempre m'ha resultat estrany el fet de separar la tasca d'un tipògraf amb el treball d'un gravador-estampador. Potser siga un dels motius que m'han llençat a inves-

ILFORD

IMÁGENES

más limpias,
más densas,
más recortadas,
de línea

o trama



FORMALITH es el nombre de la película Ilford fabricada para conseguir con toda facilidad la reproducción de originales con calidades exactas.

FORMALITH significa una película y un revelador que trabajan conjuntamente para conseguir líneas o puntos bien definidos y un fondo denso sin necesidad de rebajado o reforzado.

FORMALITH es el material ideal para negativos de línea y con trama para **fotograbado**, para negativos y positivos de línea y con trama, en la cámara o por contacto para **offset** y **serigrafía** y para negativos y positivos de línea para **huecograbado**.

La película Formalith se suministra en soporte grueso medio G. 5. 71 y soporte fino G. 3. 71 (inestirable e inencogible) en todos los tamaños standard, y el revelador Formalith en paquetes para hacer 4 1/2 litros de solución.

FORMALITH

FABRICADO POR ILFORD LIMITED, ILFORD, LONDON, INGLATERRA.

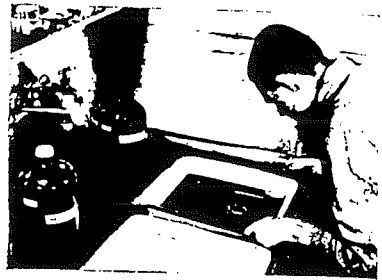
Representantes exclusivos para España: Dugopa, S. L. Alcalá, 18. Madrid.

Fig. 6. Les possibilitats que aporten els avanços tècnics i la intenció innovadora del creatiu s'hauran de complementar en la consecució de formes i entitats novedoses. Alguns models de lletra comporten dificultats tècniques que podran resoldre's disposant dels mitjans escaients.

(Gráficas nº 151, Gener 1957)

FOTOSERIGRAFIA

*...miembro de
la familia
fotomecánica*



CON el método Kodak Ektagraph, el procedimiento de imprimir con trama de seda es fotográfico; de ahí el término *fotoserigrafía*, miembro de la familia fotomecánica, como el fotograbado y la fotolitografía. El método Kodak Ektagraph produce las matrices *fotográficamente*, con equipo mínimo, en unos 20 minutos, asegurando la nitidez del detalle fino y la exactitud absoluta.

La película Kodak Ektagraph contiene su propio revelador en la emulsión y no necesita revelarse en un cuarto oscuro. Tampoco es requisito instalar equipo de aire acondicionado porque la película rendirá matrices uniformes de excelente calidad, no importa la temperatura ni la humedad relativa del ambiente. Y las matrices son buenas para imprimir más de 20.000 ejemplares.

Pida un ejemplar del folleto «Materiales fotográficos Kodak para fotoserigrafía». Se distribuye gratis.



KODAK, S. A.
IRUN, 15 - MADRID

Kodak

Fig. 7. L'entusiasme i el desig de conèixer les novetats han sigut una constant dels impressors més reeixits. Amb les aplicacions de la fotografia, el text s'incorpora a la composició unitària i pren carta d'identitat entre les preocupacions compositives unitàries del conjunt.

(Gráficas nº 149-150, Nov.-Des. 1956)

tigar la forma de la lletra com a figura plàstica. Considere que sempre és la intenció de l'artista la que compta (tal i com ens diu molt encertadament *Joan Fuster*), més que les convencions establertes al voltant de qualsevol medi expressiu.

Va ser precisament als anys '50 quan es va celebrar a Ginebra el Congrés Internacional de l'Obra Gràfica Original ; entre les conclusions d'aquell Congrés es va determinar quines serien les característiques de l'Obra Gràfica Original (més entesa com a matèria artística): tiratge, numeració signada pel propi autor, intervenció de l'artista en la fase mecànica,... S'hi van aprovar una sèrie de requisits per inventariar el que s'hauria de considerar «autèntica» obra artística seriada.

Evidentment, ni les revistes il·lustrades ni les publicacions periòdiques en general poden qualificar-se com una manifestació «artística», però no obstant, els creadors que possibiliten la vessant estètica d'aquestes obres impreses coincideixen sovint en alguns dels esquemes que motiven als veritables artistes plàstics.

(*vid. fig. 8*)

Reprenem els aspectes tècnics de les innovacions estilístiques amb un estudi del material que uneix indefectiblement a tots els artistes gràfics: el paper.

Els sistemes offset permetien l'ús de papers no satinats, la qual cosa els feia atractius per als clients impressors, ja que resultaven econòmics i eficaços. Els papers més utilitzats en la impressió tipogràfica amb mitges tintes, tant en negre com en colors, resultava més costós ja que la superfície havia de romandre homogènia i satinada, qualitats indispensables per obtenir reproduccions de qualitat, nítides i detallades.

La impressió tipogràfica d'un clixé de fotogravat de trama tancada (de 150 a 400 línies per polzada) reproduïa fidelment tots els detalls de la imatge mitjançant un bon paper couché. Tanmateix, aquest tipus de paper tenia els seus inconvenients:



Fig. 8. Disseny, publicitat, arts gràfiques, publicacions periòdiques, estampació, gravats,... Els camps de la indústria i de l'art es mantenen tan estretament units pel que fa a les compensacions econòmiques com discretament separats en quant a l'escala de valors establerts.

(Eco nº 3, gener 1952)

- La superfície brillant molestava a l'hora de llegir, sobretot amb llum artificial.
- Requeria un tractament molt acurat de la impressió, ja que es trencava, es tacava i s'embrutava amb molta facilitat.

Al nº 149-150 (Nov.-Des. 1956) de la revista **Gráficas** llegim:

«El gusto del momento actual, influído especialmente por el huecograbado, ha dado lugar a que se prefieran los impresos con aspecto difuso, con carácter de diseño, y los artistas, aceptando, se inclinan a la nueva modalidad, con lo que obligan a los impresores tipográficos al empleo de papeles naturales, con el propósito de obtener los mismos resultados con el fotograbado y resultando así un verdadero problema, tanto para el impresor como para el fotograbador».

(article *«Huecograbado y offset contra tipografía»*, pàg. 572)

Els aventatges tècniques que continuava mantenint, als anys '50, la tipografia respecte a l'offset consistien en:

- L'estabilitat dels seus elements bàsics: tipus i gravat.
- La consistència de les tintes, ja que passen directament del gravat al paper, conservant així llur intensitat.
- Per a la impressió en colors el registre era més fàcil d'obtindre, ja que no existia el factor humitat, necessari per al paper al mètode d'impressió indirecta (offset).
- Podia admetre correccions durant la tirada.

(vid fig. 9)

La firma «Monotype Corporation» va presentar a l'edició de 1955 de la Fira Internacional de Londres «IPEX» el projecte «Monophoto» (màquines de fotocomposició), un



Fig. 9. Quatre mostres del paper original, on podem comprovar la veritable fesomia del paper i l'aspecte de la impressió. De dalt a baix:

- Brisas Levantinas nº 20, Febrer 1954
- Sissi nº 95, 28 de Desembre de 1959
- Momento nº 38, 6-XII-1951
- Glosa nº 55, Gener 1959

sistema de composició sobre pel·lícula que podia resoldre les correccions. El mecanisme consistia en un paper perforat que es desenrotllava sobre una filera de llums.

L'inter-lineat es simplificava amb una regulació que possibilitava unes variacions de 1/2 punt.

El quadratinat s'aconseguia fent avançar la línia amb múltiples del cos utilitzat.

La «Monophoto» actuava com una autèntica càmera obscura, superant així la fonedora-composadora «Monotype».

Els diferents cossos dels «tipus» podien així barrejar-se.

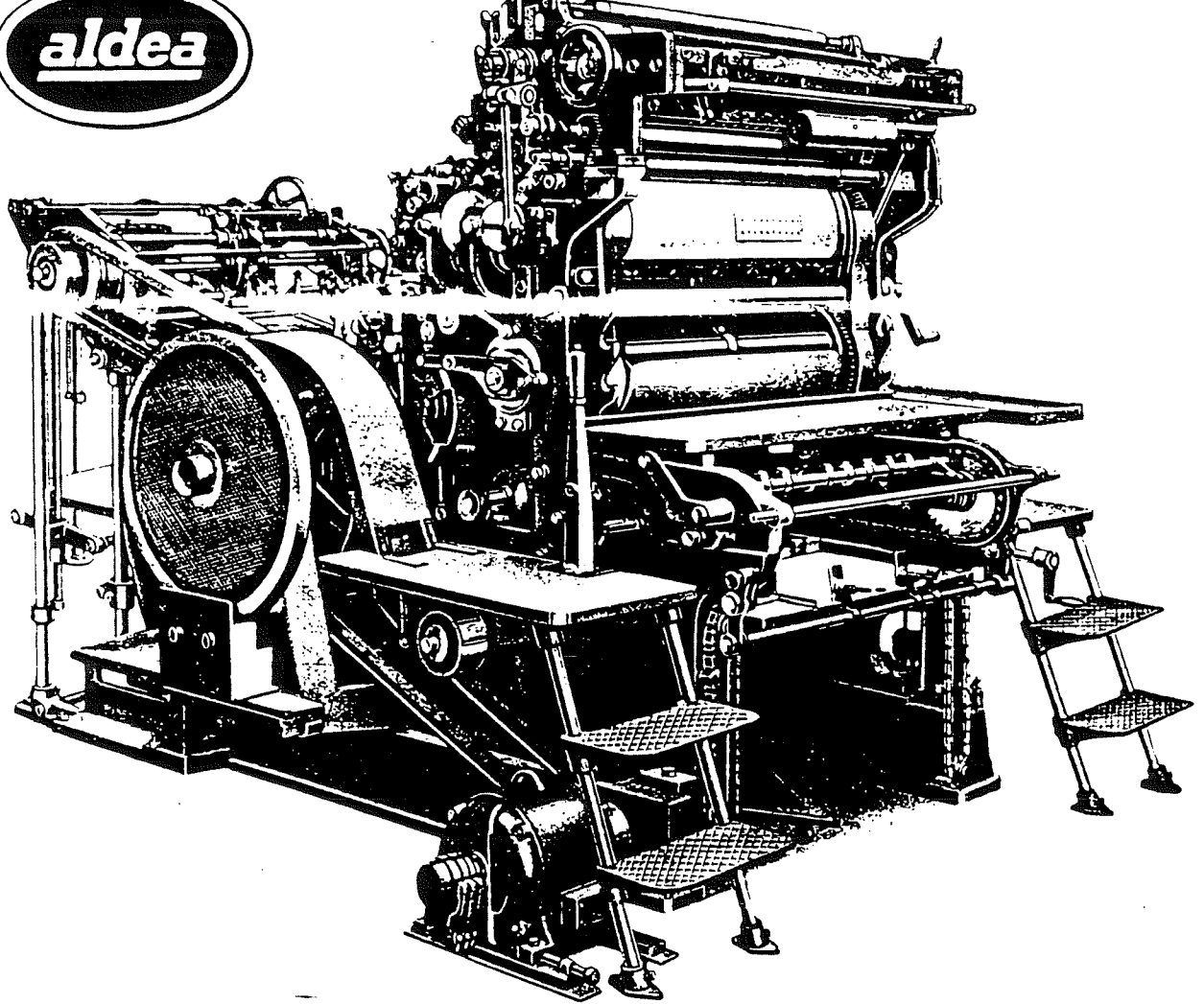
A títol experimental, les primeres màquines disposaven de les següents famílies tipogràfiques: «Bembo», «Gill Sans», «Times New Roman», «Plantin», «Garamond», «Bodoni», «Imprint» i «Baskerville».

El propòsit de la firma «Monotype» no consistia en transferir pura i simplement uns caràcters sobre un negatiu, sinó d'interpretar cadascun d'ells de manera que, en el resultat final, la fulla impresa que el lector tenia davant seu fóra un reflexe exacte de les característiques essencials de l'original, i no una simple reproducció fotogràfica.

La impressió a partir del metall reforça la imatge a causa del «rebatat» de la tinta. El poder de resolució dels sistemes fotogràfics i la posterior impressió indirecta permetia la creació de caràcters molt més estilitzats.

(vid. fig. 10)

Tot i les dificultats amb les quals es trobava la tècnica d'impressió offset als inicis de la seua implantació, els entrebancs han sigut superats per les incessants solucions aportades per la tecnologia, arribant en l'actualitat a convertir-se en el mitjà de reproducció gràfica amb més implantació als països desenvolupats.



MAQUINA OFFSET AUTOMATICA "ALDEA"

Modelo ELVI III, 58 x 83

CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS:

Superficie de impresión	56 X 81 cms.
Máximo de papel	58 X 83 »
Dimensiones del caucho	73,5 X 83,5 cms.
Velocidad en impresiones por hora, hasta	3000
Peso neto aproximado	7500 kgs.
» de plato	9000 »
Motor de máquina	5 HP.
» de compresor	1,5 HP.

Federico de la Aldea

FABRICA DE MAQUINARIA GRAFICA

Fig. 10. Els enginys més avançats de la tecnologia no arribaven a les modestes impremtes de l'Espanya del trencament, no obstant, la tècnica de l'offset comença a imposar-se, i les màquines ocupen a poc a poc l'espai dels tallers.

(Anunci de la revista *Grafia Hispana*)

IV.b.

La lletra del segle: el model «Univers».

Recopilem en aquest apartat algunes apreciacions del mateix *Adrian Frutiger*, així com clarificadores suggerències indicades per altres investigadors, i una sèrie de conclusions a partir de l'observació detinguda del treball realitzat per aquest geni del nostre segle XX.

Deia *Stanley Morison* al seu llibre «First Principles of Typography» que un bon creador de caràcters «sap pertinentment que un nou tipus d'escriptura déu ser de tal gènere que la seua novetat ha de passar quasi desapercebuda»: «*The good type-designer knows that, for a new fount to be successful, it has to be so good that only very few recognise its novelty*».

Probablement aquesta ha sigut la recerca d'*Adrian Frutiger*, un creador tipògraf suís que ha interpretat la cultura del nostre segle i ens l'ha transmesa mitjançant les famílies de caràcters més reproduïdes de la història.

La dècada dels anys '50 resulta francament transcendental per a *Frutiger*. Acaba els estudis a la *Kunstgewerbe-schule* (Escola d'arts i oficis) de Zurich. Durant l'època d'estudiant, *Frutiger* havia gravat en fusta una sèrie de planxes matrius amb textos dibuixats. Cadascuna d'aquestes planxes (treball meticulós) contenia un model diferent dels diversos tipus de lletra que al llarg de la història ha donat l'alfabet llatí.

La severa i disciplinada formació d'*Adrien Frutiger* va sempre acompanyada d'una ferma voluntat d'expressió personal i un coneixement incessant dels avanços en els mitjans tècnics de reproducció.

Adrian Frutiger desenvolupa la primera sèrie de la família de caràcters «Univers» l'any 1954. El model «Univers» esdevé una actualització de la grotesca, dels caràcters lineals.

El llençament internacional dels nous tipus va constituir tot un esdeveniment, ja que per primera vegada en la història de la impremta, la fundició de caràcters Deberny et Peignot (París), sota la direcció de *Charles Peignot*, va concebre una vasta família de caràcters amb múltiples ramificacions, fosa i construïda directament des de l'inici, sense esperar l'èxit de les primeres sèries.

L'elegància de la forma, els assenyats canvis de grossària, els enllaços estrets amb el desenvolupament tradicional de l'escriptura i la perfecta confecció fins i tot en els més petits cossos, constituïran la garantia d'una bona llegibilitat del tipus «Univers».

La mitjana de grandària de les lletres permet obtenir un ull (espai intern) netíssim, inclús en els cossos menuts. Les capitals no són ni massa grans ni massa grosses, i no trenquen l'harmonia de la línia. Aquesta reeixida proporció permet de compondre en llengües diferents, sense cap modificació notable de la impressió visual.

Fins al moment de la creació de l'Univers, l'impressor o compositor que desitjava executar un treball d'envergadura es veïa forçat a recórrer a tipus de caràcters procedents d'èpoques i de creadors diferents. A partir d'aquesta nova cojuntura ja cap la possibilitat de respondre a totes les exigències utilitzant els caràcters de les sèries d'una sola família.

A les dareries del segle XIX havien sigut foses bona part de les grotesques d'edició. Aquestes escriptures de tarannà litogràfic van ser gravades com a caràcters d'impremta tipogràfica i generalment utilitzades als medis de comunicació social impresos (diaris, fulls solts, pamflets). Algunes d'aquelles grotesques establiran les bases d'un veritable renaixement als anys '50, una vegada superada la reacció del «funcionalisme» (amb els seus principis de construcció geomètrica).

Centrant-nos en la dinàmica estructural de l'alfabet, algunes característiques formals del tipus «Univers» ens sorprenen pel que suposen d'ajut perceptiu a la visibilitat i legibilitat de les lletres:

- Els bastons dels extrems són de forma lleugerament cònica.
- L'extremitat lliure del bastó està un poc reforçada.
- La resta de les extremitats es contreuen i debiliten quan enllacen, evitant així l'acumulació de superfícies negres i també l'efecte de brutícia.
- L'altura de les majúscules és lleugerament diferenciada.
- Les majúscules en les quals l'altura està limitada pel lateral estret dels bastons (H) són més grans que aquelles on l'altura està determinada pel costat llarg (E).
- L'espessor del traç és òpticament idèntica d'una lletra a l'altra; tanmateix, però, ha sigut reduïda als signes compactes (B,R,M) per evitar que certs traços no destaquen excessivament sobre la resta de la línia.
- El dibuix de caràcters destinats a la fotocomposició exigeix un tractament específic.

La fotocomposició imposa el respecte de certs criteris ben específics. L'exposició dels caràcters es realitza mitjançant un flash d'algunes milionèssimes de segons. La intensitat lumínica ha d'ésser, per tant, molt forta. És per això que es fa indispensable engrandir els punts situats sobre les «i» així com els signes de puntuació. Per contra, cal obrir les particions blanques dels caràcters (com per exemple «w»).

Akzidenz-Grotesk 1898	physiognomie	a b c n o s
Mono 215 1926	physiognomie	a b c n o s
Futura 1927	physiognomie	a b c n o s
Gill 1927	physiognomie	a a b c n o s
Univers 1957	physiognomie	a b c n o s
Helvetica 1957	physiognomie	a b c n o s
Folio 1957	physiognomie	a b c n o s

GESTALTUNG	Gestaltung	EHmgh 12	6 Akzidenz-Grotesk
GESTALTUNG	Gestaltung	EHmgh 12	7 Futura
GESTALTUNG	Gestaltung	EHmgh 12	8 Univers
GESTALTUNG	Gestaltung	EHmgh 12	9 Folio
GESTALTUNG	Gestaltung	EHmgh 12	10 Akzidenz-Grotesk Halbf.
GESTALTUNG	Gestaltung	EHmgh 12	11 Futura Halbf.
GESTALTUNG	Gestaltung	EHmgh 12	12 Univers Halbf.
GESTALTUNG	Gestaltung	EHmgh 12	13 Folio Halbf.

4-5
 Tavole comparative tra caratteri "bastoni" disegnatu tra la fine del secolo scorso e gli anni cinquanta

Fig. 1. Al llarg de la dècada de trencament es desenvolupen alguns caràcters ambientats en la «grotesca» («Akzidenz Grotesk», 1898) i que ja havien sigut interpretats als anys 20 («Futura» i «Gill»). El tipus més destacat és sens dubte la «Univers» d'Adrian Frutiger.

En paraules del mateix *Frutiger*:

«Das Schriftgestalten ist nicht ausschliesslich ein ästhetisches Problem, sondern zum grossen Teil ein Verstehen der technischen Gegebenheiten, auf welchen die Formen aufgebaut werden. Und die Schrift ist dann gelungen, wenn sie richtig im Dienste einer strengen Gesetzmässigkeit des Materials und der fortschreitenden Technik steht»

(«El traç de l'escriptura no constitueix en realitat un problema exclusivament estètic, sinó que implica una gran comprensió dels aspectes tècnics que intervenen en la construcció de les formes. Una escriptura resultarà encertada si és adequada a les rigoroses exigències del material i del progrés tècnic»).

En aquest punt, no podem evitar la comparació dels referents apuntats per *Frutiger* i la situació dels creadors a l'Espanya dels anys '50. Els problemes de coherència indicats pel tipògraf suís, en base a l'adequació entre la idea prèvia i les possibilitats tècniques, resultaven d'una exquisitat que ratllava la ciència ficció pel que fa a les tecnologies i la possibilitat d'edició i/o fundició dels caràcters creats a ca nostra.

No obstant, com que les revistes són un material divulgatiu de ràpida introducció i expansió, inclús a l'Espanya dels anys '50 van arribar les mostres impreses d'aquell novedós alfabet.

Del que sí que n'estaven assabentats i «al dia» els nostres creadors (ho hem apuntat en els casos de *Giralt-Miracle* i *Cirici Pellicer*) és de la filosofia provinent de l'extrem orient, la qual reforçava moralment l'empresa de renovació estètica que activaran els grups d'artistes («Dau al Set», «Grup R», inclús «Parpalló» en certa mesura).

Existeix una bella i providencial relació entre *Adrian Frutiger*, el model «*Univers*» i els nostres artistes (tipògrafs o no) dels anys '50. Aquesta consideració està basada en

la comprovació de «l'amor al buit» (al blanc del paper com a part negativa de les lletres) que resulta evident en totstres casos.

Emil Ruder ho exposa en aquests termes:

«Al contrari del que passava al Renaixement, on es relegava la part no impresa de l'obra tipogràfica a un darrer terme, la tipografia moderna li reconeix a l'espai buit que forma la superfície sense imprimir un autèntic valor d'element de creació»

-veg. Bibl. Gen. RUDER (1982), pàg. 18-

El valor estètic de l'espai buit és la característica de les escultures que als anys '50 realitza *Henry Moore*.

El silenci serà la gran aventura dels compositors de vanguardia que enceten noves formes musicals pels anys '50.

El representant més genuí de la tendència anti-artística dels anys '50, *Yves Klein*, exposa «el buit» a una prestigiosa galeria, espaventant així a tots aquells que havien sentenciat l'avantguarda.

El blanc dels espais interiors i entre les lletres pren carta d'identitat amb les innovacions dels anys '50, enllaçat així amb una tendència internacional de passió pel buit, inculcada per la moda de les filosofies orientals.

Cal no oblidar, dins d'aquests paranys, l'alfabet «Gaudí» creat per *Ricard Giralt-Miracle*, exponent privilegiat de la tendència comentada.

Degut al paper privilegiat que comencen a ostentar els espais de contrast positiu-negatiu, a la tipografia (junt a la resta de les arts) s'enceta una introspecció dels valors rítmics, i s'enllestirà una tendència que conduirà a la meditació, allunyant-se cada vegada més dels esquemes rígids per evitar la monotonia de les repeticions.

La tipografia confereix a la paraula no solament perennitat, sinó que li adjudica la seua forma visible. La més senzilla de les composicions adquireix, amb els caràcters «Univers», el grau de sobrietat formal més representativa de la tendència «centre-europea» dels anys '50. L'intercanvi de relacions entre el blanc i el negre en l'ensamblatge dels caràcters ha sigut analitzat inicialment pel creador d'aquells tipus. També els espais entre les paraules i les línies seran determinants per a la lectura, adquirint així el valor formal que déu d'ésser establert i harmonitzat en l'obra tipogràfica.

Tècnica, funció i forma són aspectes inseparables en la composició tipogràfica.

Les relacions internacionals cada vegada més òbvies (ja hem insistit en l'aproximació a la «universalitat» que aporten les idees generades als anys '50) exigiran també una escriptura comuna en la qual les llengües podran expressar-se gràficament sense perdre l'estètica pròpia.

El model «Univers» d'*Adrien Frutiger* harmonitza amb totes les llengües. La característica de les majúscules més curtes que les minúscules llargues d'altura funciona bé en la majoria dels textos.

El mateix *Frutiger* va completar la seua aportació a la cultura visual occidental (i sempre durant la dècada de trencament) amb uns altres caràcters que també són coneguts per llur capacitat d'adaptació a qualsevol llengua. Com a exemples més reeixits tenim els models «Helvètica», «Meridien» i «Serifa».

En aquest sentit, la tendència «internacionalista» que provoquen els caràcters dels anys '50 creats per *Frutiger* (i els tipògrafs centre-europeus en general) confronta radicalment amb les idees de potenciar la «Grafia Llatina» que propugnava *Enric Crous-Vidal*. Mentre que la tendència imperant va resultar «unificadora», el nostre creador lluitava per mantindre una diferència entre els valors autòctons. Aquest contrast esdevé, una vegada més, la marca d'identitat de la dècada de trencament: el respecte a les contradiccions.

Com a nota anecdòtica, o no tant, hem observat que tots dos mestres tipògrafs, *Crous-Vidal* i *Frutiger*, exponents destacats de les tendències més distants, van coincidir en l'activitat desenvolupada al'Ecole Estienne de París. Aquesta institució va recolzar les idees de *Crous-Vidal*, i en les seues aules també hi va desenvolupar la seua tasca docent *Adrian Frutiger* durant quasi tota la dècada (1952-60), amb una activitat pedagògica ancorada a les antípodes dels ideals exposats per la «Grafia Llatina».

Després de la Segona Guerra Mundial es verifica entre els dissenyadors una necessitat d'ordre i de claredat, la qual cosa es manifesta en la recerca i la recuperació dels valors formals sense estridències. La Tipografia elabora de nou i proposa caràcters clàssics, seleccionant-los i eliminant tot allò que podria resultar particularment lligat a una època o estil concrets, en base al principi de que tot allò que és clàssic és així mateix modern.

A Suïssa, país que s'havia mantingut al marge de les guerres, s'hi verifica la recuperació dels caràcters sense trets. Molt dissenyadors i projectistes alemanys s'havien instal·lat a Suïssa fugint del nazisme i acolliran entusiàsticament el predomini de la «grotesca» degut a la tradició imperant (l'*Akzidenz Grotesk* havia estat fosa per la *Berthold* a Berlin, i a la *Bauhaus* predominava la simplicitat de la «Futura»).

(*vid. fig. 2*)

A Suïssa s'inicia la idea del «projectista gràfic», que serà exportada immediatament als U.S.A., inaugurant així una etapa gloriosa per a les revistes americanes, ja que la figura del «projectista gràfic» serà responsable de la imatge visual del producte imprès. Anteriorment resultava difícil definir la figura d'aquest professional, ja que existien el gràfic tipògraf, el gràfic editor, el gràfic dibuixant,... Tots ells deixaran d'existir en favor d'un responsable únic, coordinant així totes les imatges de la composició, tant pel que fa als textos com a les fotografies i la resta d'il·lustracions.

Com que els dissenyadors suïssos adopten posicions d'extremat rigor i excelsa netedat, la gràfica d'aquest país esdevé sinònim de racionalitat i comunicació amb senzillesa.

L'any 1957 no sols apareixen els caràcters «Helvètica» i «Univers», també a Frankfurt la foneria Bauer llençarà el «Folio».

En aquest període de trencament van nàixer una sèrie de revistes i publicacions especialitzades que documenten l'activitat prodigiosa dels dissenyadors gràfics. Elements de divulgació i sensibilització, podem destacar els següents títols:

- **Neue Grafik** (Otto Walter Verlag, Zurich)
- **Graphis** (Walter Herdeg, Zurich)
- **Gebrauchsgraphik** (F. Bruckmann Verlag, Munich)
- **Print** (Kaye-Cadel Publishing Corp., New York)
- **Crée** (Jean François Bentz, París)
- **Design and Art Direction** (Studio Visa, Londres)
- **Linea Grafica** (Ufficio Moderno, Milà)

Així com tots els anuaris i butlletins de les associacions de gràfics i tipògrafs, de les quals tenim entre osaltres les ja esmentades **Grafia Hispana** i **Gráficas**.

En definitiva, una dècada farcida d'esdeveniments gràfics importants, que va veure el naixement dels caràcters més reproduïts al llarg de la història: la família «Univers».

IV.c.

Imbricació i trasbals d'influències entre els camps de l'art, la publicitat i les revistes il.lustrades.

Economia i mercat: barems essencials de les possibilitats d'edició.

Si atenem als mecanismes de producció i distribució que en són utilitzats, ens adonarem que la diferència que rau entre l'obra gràfica original i la resta del material imprès no és tan aclaparadora com podria parèixer en principi.

Degut a que el present estudi s'ha plantejat com una anàlisi plàstica d'elements gràfics (les lletres com a figures impreses a les revistes), hem de suggerir una possibilitat novedosa en la catalogació dels professionals del material imprès: Aquesta nova idea suposa el fet de considerar als autors de la imatge dels mass-media com uns autèntics creadors.

L'argument de considerar als dissenyadors gràfics com a veritables «artistes» no és actual. A la dècada de trencament, als U.S.A. ja s'entenia que l'ofici de l'encarregat de la imatge d'una publicació il.lustrada era un «Art Director». La traducció literal com «director artístic» no tindria entre nosaltres el mateix significat. En qualsevol cas, la responsabilitat del faedor de la imatge l'obligarà a introduir aportacions personals, incloent-hi els seus millors coneixements.

Per tal de poder publicar una revista, pagar l'edició i la distribució, i també d'assegurar la seua periodicitat, els promotors hauran de comptar amb el suport econòmic de la publicitat. El patrocini d'aquesta activitat convertirà a la publicitat un autèntic «mecenes» de l'edició de revistes.

Els anuncis publicitaris generen tot un complexe mecanisme de producció.

L'Art Director haurà de donar així mateix el vist-i-plau en la inclusió d'aquestes pàgines i espais de propaganda per tal d'uniformar els criteris estètics del conjunt de la revista. Amb aquests supòsits, el món de la gràfica, del periodisme, de la fotografia i de la publicitat quedaran íntimament enllaçats en el resultat imprès de les publicacions periòdiques il·lustrades.

Una característica que relaciona íntimament l'obra gràfica amb el periodisme imprès radica en el material i els mecanismes d'estampació, que en ambdós casos són molt similars. La base de les tècniques d'estampació consisteix en transmetre unes formes sobre una superfície, utilitzant una matriu que serà l'encarregada de repetir en successives ocasions aquella mateixa imatge.

Els inicis de l'obra impresa, en la cultura occidental, van ser les reproduccions xilogràfiques. Aquest sistema de reproducció va generar el descobriment de la impremta, dels tipus mòbils i intercanviables (les lletres, els signes de l'escriptura). El tractament plàstic i gràfic de l'escriptura, en la tècnica de la xilografia, equipara a les lletres amb qualsevol altre element icònic. Traslladant aquesta observació a l'època actual, podem constatar que per a un ordinador, el tractament dels textos és tan susceptible de jocs gràfics com qualsevol altra figura.

Aquesta possibilitat de transformar plàsticament els textos i les lletres en l'espai de la pàgina s'havia vist condicionada per la mecànica de la tipografia amb tipus mòbils, ja que aquest sistema imposava una distribució molt concreta: la caixa dels tipus.

Als anys '50, amb la novetat de la fotocomposició, es recupera la possibilitat que ja donava la xilografia (a l'època medieval) de poder manipular els textos. Les noves tècniques informatitzades encara ens oferiran un camp d'acció creativa molt més ampli.

L'evolució històrica dels diferents mitjans d'impressió ha generat successivament obres de qualitat artística. La constant aparició de novetats tècniques i la posterior superació assolida en el terreny industrial hauran de contemplar-se com una lògica adquisició humana.

Actualment, ningú no dubta de qualificar d'obres d'art (tot i haver sigut reproduïdes mecànicament): els gravats de *Josep de Ribera*, les litografies de *Goya*, els fotomuntatges de *Josep Renau* o les serigrafies de l'*Equip Crònica*.

En qüestió d'anys, tampoc no ens resultarà gens estrany qualificar d'artístiques les realitzacions plàstiques dels dissenyadors de revistes, tot i tractar-se d'una producció industrial de caire periodístic.

(*vid. fig. 1*)

La base del material imprès és el paper.

El suport per excel·lència de la cultura impresa és aquesta substància que en la producció està sotmesa als criteris industrials, excepció feta d'alguns molins artesanals com els de Capellades o Cuenca.

Als anys '50, les principals subministradores de paper «premsa», en l'Espanya de trencament, eren les següents fàbriques:

- «La Papelera Española, S.A.» de Renteria.
- «La Papelera Española, S.A.» d'Aranguren.
- «La Papelera Española, S.A.» de Prat de Llobregat.
- «Mendia, S.A.» d'Hernani.
- «Papelera Peninsular, S.A.» de Madrid.

Les intervencions sobre el paper poden ser múltiples i variades, ja que és un suport de gran receptibilitat. En el cas de les tècniques d'impressió, la tinta serà l'agent de contrast.



Fig. 1. Si la producció d'un artista és oferida al públic mitjançant un medi industrial com són les revistes il·lustrades, haurem de superar els prejudicis i gaudir plàsticament d'aquest material multitudinari. Els inconvenients i les contradiccions de qualsevol classificació de l'obra d'art van ser raonats molt encertadament per Walter Benjamin. (Temas Españoles, darreries de 1953)

Les fàbriques de tintes d'impremta (tipo-litogràfiques) que abastien a les rotatives espanyoles en la dècada de trencament eren les següents:

- «Falk Roussel», «Ficis, S.A.», «Grafilux», «Tipolit», «Industrias Titán», «Intertintas», «Tintas Litograf», «Colorificio» i «Industrias S. Alberto Magno» de Barcelona.
- «José Pujol Rivera», «Graficolor Harttman», «Francisco Bosch Mora», «Dámaso Zúñiga» i «Prensa Española» de Madrid.
- «Muñuzuri, Lefranc Ripolin, S.A.» de Basauri.
- «Seftil de Urruzola, S.A.» de Renteria.
- «Emilio Hunolt e hijos» de Beasain.
- «Tintas Onix» de Sevilla.
- «Ignacio Vega Gorostogui» de Santander.
- «Ch. Lorilleux y Cía., S.A.E.» de diverses capitals.

En el cas de les lletres, la petjada de la tinta sobre el paper ha sigut provocada durant segles pels caràcters mòbils fosos en metall.

Les foneries autòctones eren:

- «Richard Gans», «José Iranzo» i la «Fundición Tipográfica Nacional» de Madrid.
- «Fundición Tipográfica Neufville» de Barcelona.

Per a les rotatives de revistes, les màquines de composició eren proveïdes per:

- «Sociedad Linotype Española», «Jiménez Calvo Hnos.», «The Monotype Co.» i «Italtype, S.A.» de Madrid.
- «Francotype» de Donostia.

(*vid. fig. 2*)

La dècada de trencament aportaria la novetat de poder dissenyar les lletres amb procediments com la foto-mecànica. Els aparells d'aquest procés eren subministrats per:

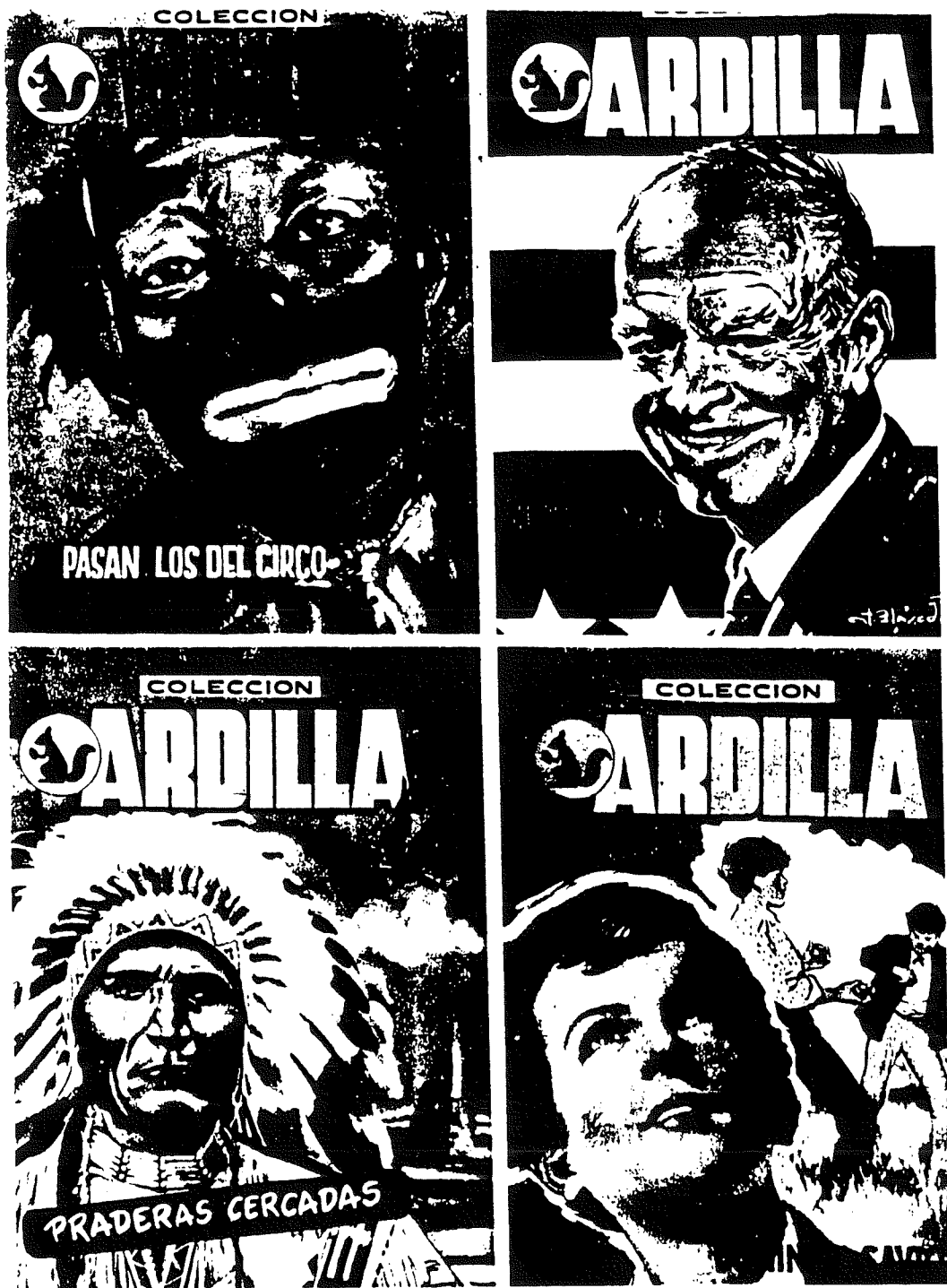


Fig. 2. Les publicacions infantils han de comptar amb portades atractives i en color. Els procediments mecànics i les possibilitats tècniques seran un factor a considerar per part dels dissenyadors.

(Portades de la publicació juvenil Colección Ardilla)

- «Hunter-Penrose» de Londres, amb distribució des de Madrid.
- «Carlos Velten» de Madrid.

Aquesta novetat de poder dissenyar les lletres resultaria idònia per als creatius més innovadors:

«Hoy día, salvo un reducidísimo grupo de dibujantes que militan en filas de extrema vanguardia y que, en su afán de destacarse y dar una nota de originalidad, han decidido resucitar los arabescos románticos y acaramelados del siglo XIX, nadie se atrevería a cambiar la elegante y sencilla sobriedad de los modernos alfabetos por la rebuscada interpretación del grupo de alfabetos adornados y de fantasía».

-vid. Bibl. Hist. CUSA (1960), pàg. 136-

Un darrer nexa que uneix als artistes amb les publicacions periòdiques és la mateixa promoció com a professionals, relació que pot donar-se de diverses maneres:

- Com a mera referència publicitària: entrevista a un pintor que exposa en galeria.
- Pot tractar-se d'una col.laboració gràfica:

Salvador Dalí va pintar les primeres lletres la capçalera de **Revista**.

Andreu Alfaro va il.lustrar nombrosos articles de *Joan Fuster* per a **Jornada**.

- O bé, tal i com venim insistint, el paper del dissenyador («art director») serà fonamental en la idea de conjunt gràfic del producte.

En definitiva, els camps d'influència que són abarcats per les publicacions periòdiques són tan amplis que no poden quedar reduïts exclusivament al paper periodístic de qualsevol revista.

(vid. fig. 3)

REAL MADRID

BOLETIN INFORMATIVO

Redacción y Administración:
Valenzuela, 2 (Oficinas del Real Madrid C. de F.)

Moda y Línea

Revista Española de Calzado

Editada
por Estudios Trobat

Directores Propietarios de
la Academia Técnica Trobat.
De Modelaje y Patronaje
para Calzado

Cursos por correspondencia
para países
iberoamericanos

Escultor Galmés, 14 Tel. 23674
PALMA DE MALLORCA (ESPAÑA)



RAYON Y FIBRAS SINTETICAS

ORGANO OFICIAL DEL COMITE INTERNACIONAL
DEL RAYON Y FIBRAS SINTETICAS

Servicio de propaganda
de las Hilaturas Españolas

Vía Layetana, 158

BARCELONA

Dos grandes éxitos de EDITORIAL BRUGUERA, S. A.

PULGARCITO

LA REVISTA ESPAÑOLA DE HUMOR DE MAYOR DIFUSION

EL MAS SELECTO Y DIVERTIDO SEMANARIO INFANTIL

LA REVISTA ESPAÑOLA DE HUMOR DE MAYOR DIFUSION

Fig. 3. La diversitat temàtica de les publicacions periòdiques permet el tractament de temes específics o bé aportar una informació general a un públic concret. Serà la funció del dissenyador gràfic dotar a cada títol d'una identitat arrelada en el sector del públic al qual anirà adreçada la revista en concret.

El gran repte d'un dissenyador gràfic en el treball de creació d'una revista comptarà, això si, amb el gratificant component de la repercussió social, ja que el medi de les publicacions periòdiques aconsegueix que la informació arribi a un elevat nombre de «lectors».

V.

Conclusions i possibles aplicacions pedagògiques en una virtual actualització de la temàtica i els conceptes analitzats.

V.a.

La vitalitat del material imprès en l'actual context de la imatge i la visió.

Tenim la certesa de que les imatges continuaran dominant el panorama general de la percepció en un món de comunicació, informació i entreteniment com el nostre.

També és cert que en les noves tecnologies les imatges van sovint acompanyades pel so. Els mitjans àudio-visuals senyorejaran el futur de les relacions més quotidianes entre els humans.

La preponderància dels ordinadors personals i la tirania de la informàtica en qualsevol estament no ens ha de suggestionar fins a l'extrem de suposar que poden desaparèixer i extingir-se uns altres mitjans de comunicació. Ben al contrari. Qualsevol novetat, i en general tots els canvis per millorar, han de ser rebuts amb esperances.

El naixement del mite de la televisió com a medi informatiu i de difusió de les imatges i les idees va fer que molts presagiaren l'acabament del text imprès. Es van succeir a partir d'aquell moment els senyals apocalíptics.

La identificació de la imatge en la pantalla com a suplantador del material imprès ens ha transmès una herència ben substancial, tal i com indiquen els següents títols i referències:

«1984» de *Georges Orwell*, «Fahrenheit 451» (novel·la que va versionar en cinema *François Truffaut*), i l'entretinguda saga de *Marshall McLuhan* (quasi un «culebrón»), així com l'arsenal d'artistes que alentats pels vents d'actualitat i «rebel·lió» utilitzen el suport vídeo per a les seues instal·lacions en galeries d'art.

Tot aquest entramat d'exaltació de la imatge àudio-visual i insistència en la caducitat del paper imprès poden ésser descartats immediatament, degut a que ara ja no ens interessen els mitjans per ells mateixos. La corpulenta i repetida frase de *McLuhan*, màxima dels «integrats», que preconitza «el medi és el missatge», ha aconseguit confondre'ns durant dècades de tanteig. En conseqüència la rebutgem, i exposem aquells punts bàsics d'enllaç que per a nosaltres suposen un veritable contacte de la informació amb els sistemes de comunicació:

- El medi és inherent al missatge.
- La lletra és la imatge del missatge.
- La lletra és el medi i calibra el missatge.
- La imatge col.labora en la transmissió de la idea.

I recuperant a Plató: el missatge és la Idea.

L'única evidència és que, davant d'un procediment que s'estableix i supera als anteriors, les tècniques caduques es transformen en experiències minoritàries de caire artístic. Probablement aquest és el futur que li espera, a llarg termini, a les publicacions impreses.

En qualsevol cas, també als anys '50 molts especialistes vaticinaven el final del llibre i dels periòdics davant de la introducció fulminant d'un medi nou com la televisió. No ha sigut així, inclús el periòdic imprès ha guanyat un espai en el món de les notícies que l'ha determinat en la seua evolució, guanyant en riquesa gràfica i icònica.

Dins del nostre tractament -quasi fetitxista- de la lletra com a objecte de transformacions plàstiques, aportem el postulat d'una seguretat infalible per al futur del codi lingüístic escrit, la qual li depara molts segles de prestigi i superioritat. Aquesta certesa la podem vaticinar en base als mil.lenis de cultura escrita que ens precedeixen.

A nivell de manifest imprès (llibre, periòdic, revista, catàleg, publicitat), el text s'engalana actualment amb tot un extens mostrari d'iconografies simbòliques, convertint-se en missatge predominantment visual.

En Peltzer (1991) -pàg. 53-, l'autor ens explica la participació dels nous codis iconogràfics en la confecció de les publicacions periòdiques il·lustrades actuals:

«Es preciso incluir dentro de los lenguajes escritos a lo visual no lingüístico, o iconográfico.»

(...) La diferencia entre lenguaje visual y verbal o lingüístico radica en la previsibilidad de los códigos».

En Peltzer (1991) es perfila un intent d'aproximar-nos a la idea de que el missatge periodístic imprès haurà de comptar en el futur amb el suport dels gràfics i de les imatges explicatives per ajudar als lectors/fullejadors en la recerca de la notícia. Però Peltzer confon alguns termes purament gràfics, possiblement a causa de la seua formació periodística:

«Lo visual implica siempre abstracción, esencialidad. Las imágenes están -a su modo, y en muchos casos- más cerca de las ideas que de las palabras.»

(pàg. 13, op. cit.)

Amb aquesta afirmació, Peltzer parteix del supòsit de que les lletres i el text imprès són imatges i dibuixos, i són «abstracción, esencialidad» així com una entitat corpòria en substància de tinta sobre un suport de paper.

Per descriure les suposades categories i concepcions de la iconicitat, Peltzer fa referència explícita als autors més significatius: *Donis A. Dondis, Umberto Eco, Char-*

les Morris, Ernst H. Gombrich, Peirce, Santos Zunzunegui, Lorenzo Vilches, Erwin Panofsky, Marshall McLuhan, ... Tanmateix, no convoca un autèntic postulat límit fins que recorda la realitat expressada per *Roland Barthes*:

«A pesar de la invasión de las imágenes, la nuestra es más que nunca la civilización de la escritura.»

-veg. *Bibl. Gen. Barthes* (1971), pàg. 51-

S'aproxima Peltzer als nostres plantejaments quan exposa la següent apreciació:

«Para los sistemas digitales lo gráfico es un tipo de información tan maleable como lo textual o lo literario. Letra y dibujo son la misma cosa: mapas binarios puntos negros o vacíos en una pantalla o en una página; señales positivas o negativas en la transmisión»

-op. cit. pàg. 10-

En qualsevol dels casos, nosaltres tampoc considerem que en aquest aspecte els «sistemes digitals» hagen pogut afegir res essencialment novedós a tot el que ja s'havia conquistat amb la fotocomposició.

L'única diferència apreciable entre els sistemes digitalitzats i la tradicional revista impresa radica en el coneixement dels codis.

Actualment els lectors-fullejadors són capaços (per motius educacionals i excés d'informació gràfica) de comprendre molts més codis gràfics que no abans, fa tan sols trenta anys.

Això significa que la gran novetat no l'han aportada en tot cas les noves tecnologies, sinó la formació més variada dels observadors, del públic que consumeix la informació. Aquest públic més format i millor informat també ha sublimat inconscientment la imatge de les lletres de l'alfabet.

Aquesta veneració pel text com a element plàstic la comprovem diàriament quan llegim els títols i els crèdits d'una sèrie de televisió o d'una pel·lícula de cinema. També es fa patent en la lectura de les marques dels productes i dels anuncis d'aqueixos reclams de consum. No solament pronunciem el nom de la marca, sinó que recordem visualment el logotip, els tipus de lletra i els colors amb els quals estava compostat.

També és cert que l'efecte estètic de la forma de les lletres sol anar assimilat a un tipus de connotació. Aquestes serien les diverses utilitzacions connotatives de la lletra:

- Basant-se en la mateixa tipografia utilitzada (diversitat d'opcions de caràcters i combinacions).
- A partir de la noció de «logotip», funcionant com una unitat connotativa, on el mot es constitueix un estimulant joc de significats visuals i verbals.
- També hi ha allò que Gérard Blanchard qualifica de «Textimages», on certes parts del text mantenen un paper privilegiat, un rol d'imatges.
- I finalment l'adequació d'un caràcter, d'un tipus de lletra a un text concret.

L'estudi de l'estètica i de les funcions de les lletres als medis impresos encara ens ocuparà durant molts anys. Es tracta de descobrir el misteri dels elements senzills que conformen una realitat complexa. Als països més avançats del nostre entorn ja han acumulat dècades d'experiència en aquesta matèria. Nosaltres comencem en un bon moment, ja que els mecanismes de difusió de la lletra impresa (llibre, revista, catàleg, affiche, cartell) continuaran ocupant l'entorn quotidià, inclús potenciats pels medis àudio-visuals. La societat de consum, tecnificada i informatitzada, necessita dels materials impresos, i els grans avanços en tecnologia per a la impremta ho demostren.

Després de l'anàlisi que hem realitzat sobre la vigència del material imprès, s'imposa, a mena de cloenda, una valoració esperançada de que la pàgina impresa no ha esgotat tots els seus recursos. Més encara, se li preveu un òptim futur com a material vàlid per a la comunicació.

L'altre repte que se'ns presenta, com a dissenyadors, consisteix en crear els caràcters dels '90, de les darreries del segle. Si els nostres mestres del moviment de la «Grafia Llatina» van ser capaços, en condicions hostils, de representar fidelment el seu temps als anys '50, no podem permetre'ns de deixar passar l'oportunitat de crear les nostres pròpies lletres a les acaballes d'un segle d'avantguardes.

V.b.

Repercussions didàctiques dels mitjans de comunicació impresos.

Una societat com la nostra, en la qual la manipulació de la informació visual ha adquirit el màxim grau d'importància pel que respecta a la comunicació, no pot romandre insensible en un tema com el de l'educació visual en els diferents nivells de l'ensenyament.

Tot i existir una forta implantació de les tele-comunicacions i dels mitjans àudio-visuals, no podem imaginar-nos, almenys a curt termini, una total desaparició dels missatges impresos. Ben al contrari, la cultura de la imatge àudio-visual reforça l'establiment dels mitjans amb suport imprès.

En aquest sentit, les publicacions periòdiques il·lustrades agruparien els mèrits més adients per convertir-se en punt d'enllaç intermedi entre la cultura escrita més tradicional (el llibre) i les noves tecnologies de la comunicació (imatge àudio-visual, informàtica, robòtica).

Evidentment, el primer graó del procés educatiu sempre és l'escola, el lloc on els xiquets i xiquetes enceten llur contacte social i inauguren les seues possibilitats de comunicació. Ja des d'aquesta etapa inicial, tal i com diuen les autores del text «L'educació visual a l'Escola»:

«L'educació visual ens prepara per a tots els aprenentatges basats en l'observació, tant la directa com la indirecta i la d'associació (...) Té la propietat d'afavorir la comprensió dels missatges (tant els informatius com els estètics). Va des de la lectura sensible de

l'entorn fins a les formes d'art tradicionals (dibuix, pintura, escultura ...) i fins a tota la cultura dels mass-media».

-JUANOLA, Roser i BALADA, Marta (1984), pàg 21-

La formació global i la preparació de l'individu, sobretot en el temps de la infantesa, haurà de comptar forçosament amb una pedagogia solidària amb els actuals medis tècnics, per tant no podrà quedar-se en convencionals i caducs tractaments de dubtosa utilitat. El procés educatiu, que pretén integrar l'individu en la societat, déu de dotar-lo de recursos creatius directament relacionats amb la realitat quotidiana.

Precisament als anys '50 es va encetar un debat (sobretot als U.S.A.), en el qual *Guilford* -defensor de la teoria de la creativitat- propugnava la formació d'autèntics homes creatius.

Centrant aquest discurs en el criteri estètic, *Víctor Lowenfeld* va aplicar als camps de l'educació visual i plàstica tot un novedós procés de desenvolupament perceptiu i d'experiències sensibles.

La forma més interessant i pràctica d'introduir els valors pedagògics de la imatge en les escoles consisteix en formar adequadament als professionals docents. Aquesta actualització pot produir-se per vàries direccions d'actuació: bé mitjançant Cursos de Formació Permanent del Professorat, bé amb la preparació adequada des de les mateixes Escoles Universitàries de Formació del Professorat d'E.G.B.

Dissortadament, l'àrea de coneixement de plàstica en aquests centres no compta, a hores d'ara, amb la suficient implantació, dotació i reconeixement com per abarcar un ambiciós projecte de globalització de la matèria. No obstant, ja s'han encetat algunes línies d'investigació tendents a configurar un autèntic programa d'estudi de la informació visual i l'adequada utilització en la docència.

El tema ens ha semblat suficientment important com per dedicar-li complet l'apartat V.d., el darrer d'aquesta tesi.

Val a dir que dins del conjunt dels mitjans de comunicació de masses, les revistes il·lustrades compten amb un estímul important: l'al·licient de l'atractiu. Un còmic o un noticiari amb fotografies sempre resulta més gratificant per a un estudiant que no un text sense acompanyament d'imatges. Es tracta de la cultura de la imatge, evidentment, impresa però.

Comprovada l'eficàcia d'introduir imatges i figuracions per «animar» visualment el text, la nostra tesi pretén constatar la importància de dotar al material escrit (les lletres, el text) d'un atractiu intrínsec, ja que les lletres no són una altra cosa que imatges, susceptibles d'ésser tractades plàsticament, i aquest pot ser el camí d'instaurar un amor a la lletra-imatge, idea que està present en la majoria dels països civilitzats.

Les revistes il·lustrades aporten igualment, a les aplicacions didàctiques, un important valor sòcio-cultural, un contingut cultural i plàstic que resol la informació, aproximant-la als fets objectius de la quotidianitat. Sense interposar-nos en el camp de coneixement de la Història de l'Art (que considerem més adequat per als historiadors), les imatges de les revistes il·lustrades, material d'ús habitual i quotidià, serviran per aproximar als alumnes de plàstica a les tècniques d'impressió. I a partir d'aquest nexa ja podem incloure entre els sistemes d'impressió les tècniques d'estampació, el gravat, que ja pot ésser considerat com una autèntica matèria «artística».

Ja ho analitzava el text «Las funciones de la imagen en la enseñanza»:

«La cantidad de información que lleva el libro de texto supone una mayor variedad de objetivos, mientras que el componente icónico («presentación/asociación») y el verbal en su dimensión abierta provocan una mayor definición por su exclusividad

intencional. Otra razón de esta posible contradicción, expresa en la relativa equivalencia connotativa entre lo verbal y lo icónico en el anuncio y la oposición verbal-icónica en el texto escolar, puede ser explicada como consecuencia de la diferencia de proceso seguido para la realización de la ilustración de un anuncio y de un texto».

RODRIGUEZ DIEGUEZ, J.L. (1977), pàg. 195-

A més dels indubtables valors gràfics, compositius i socio-culturals, les publicacions periòdiques il·lustrades disposen d'un ampli camp d'atractius didàctics. Els referim en la següent relació:

- Possibiliten una permanent educació visual, ja que estan configurats per un material que s'actualitza d'una manera quasi vertiginosa.
- Són objectes educatius diacrònicament eficaços.
- La relació entre ensenyament i comunicació (mass-media) suposa una mútua implicació d'ambdós conceptes.
- Les revistes transmeten una informació estimulada per una sèrie d'elements estètics que afecten també al format i la maquetació.
- El codi icònic de les imatges situades a les revistes és un concepte clau, capaç de codificar tot un llenguatge que no finalitza en el missatge verbal (oral o escrit). L'exclusivitat verbal no és convenient per a l'aprenentatge. La co-existència de codis icònics i verbals a les revistes esdevé de gran poder didàctic.
- El coneixement i la pràctica amb les textures del material imprès (trames, contrast, color) permeten enriquir considerablement els valors perceptuals dels estudiants.
- Els signes verbals i els símbols abstractes són elements habituals en el material imprès. La familiarització amb aquesta situació dels signes, més plàstica que verbal, permetrà als alumnes la possibilitat de dotar-los d'un autèntic valor gràfic.

Tenint en compte que el signe arbitrari i artificial constitueix la zona d'interès primordial com a instrument formal de l'acte didàctic (les lletres, els números), aquests punts referits deuran d'ésser analitzats correctament i aplicats de la manera més convenient a la pràctica docent.

La forma habitual d'utilitzar les revistes i el material imprès en general de cara als exercicis de l'aula de plàstica consisteix en confeccionar un collage apegant les zones ocupades pels retalls de paper de premsa. Aquesta idea de reciclatge de material resulta molt eficaç per inculcar entre els alumnes una idea nova: substituir els materials convencionals (falsament considerats «tècniques artístiques») per un element de reciclatge que, a més, té un fort component ecològic, idea de gran implantació entre els joves actuals.

Presentem a continuació cinc exemples del resultat d'un exercici inèdit realitzat pels alumnes de qui subscriu aquesta Tesi. Es tracta de cinc mostres d'utilització de textures impreses amb resultats molt distants, tal i com podem comprovar en les il·lustracions.

(vid. fig. 1)

Aquests treballs que reproduïm han sigut executats pels alumnes de l'assignatura de «Dibuix», matèria obligatòria corresponent als estudis de primer curs de Magisteri.

La proposta de treball correspon al segon dels plantejaments realitzats pel Grup de l'Especialitat de Pre-escolar, durant el mes de desembre de 1991.

El títol de la proposta és «Ampliació d'Estructures Compositives», i consisteix en desenvolupar cinc exercicis amb tècniques diferents. La constant dels cinc passos del procés esdevé l'unificació del format de tots cinc: paper de dimensions DIN A3 on s'inscriu un quadrat central de 28x28 cm.



Fig. 1. Exercici de l'alumna M. Josep Perona Muñoz. L'estructura perfectament llegible de l'anagrama del diari «El País» ha deixat de tindre significat verbal per convertir-se en textura gràfica amb una silueta corba que determina la diagonal. Les masses de text diferencien perfectament quatre espais texturals sense recórrer a línies de separació.

En el primer exercici, amb tinta negra, es realitzen un total de 64 requadres (3'5x3'5 cm. cadascun), exclusivament amb punt i línies, dels quals es triarà un per ampliar-lo al següent 28x28 cm.

Successives ampliacions de requadres seleccionats permeten a l'alumne conèixer les tècniques de la tèmpera, el collage, les ceres i la descomposició mitjançant la reprografia.

(vid. fig. 2)

En la tercera fase del treball (després de la tinta xinesa i la tèmpera), el material per construir l'ampliació corresponent seran els retalls de revistes il·lustrades en color. L'alumne aprèn a obviar la informació dels signes que apareixen a les pàgines (fotografies, textos), i els únics elements que li serviran són els colors i les formes retallades que adoptaran els fragments del paper, relacionant-los així amb l'estructura compositiva que s'haurà d'ampliar.-

Durant el procés que comporten les diferents fases del treball, l'alumne aprèn a considerar l'element «paper imprès» com un material apte per a compondre, i tan vàlid com poden ser els demés utensilis i materials convencionals, inclús més susceptible d'ésser transformat. Quan és capaç de comprendre aquesta circumstància textural dels signes impresos, el valor verbal de les paraules ha sigut eliminat, passant a convertir-se en elements texturals, de contrast i de color.

Amb aquesta disposició de l'alumne a evadir-se del significat verbal de les lletres i el text, estarà en condicions de poder construir composicions amb les quals podrà comprovar els diferents sistemes de categories perceptuals abstractes de les quals han parlat *Robert Paterson* -en «Abstract Concepts of Drawing» (1983)- i també *Johannes Itten* -a «Gestaltungs und Formenlehre; Vorkurs am Bauhaus und Später»(1975)-, les quals

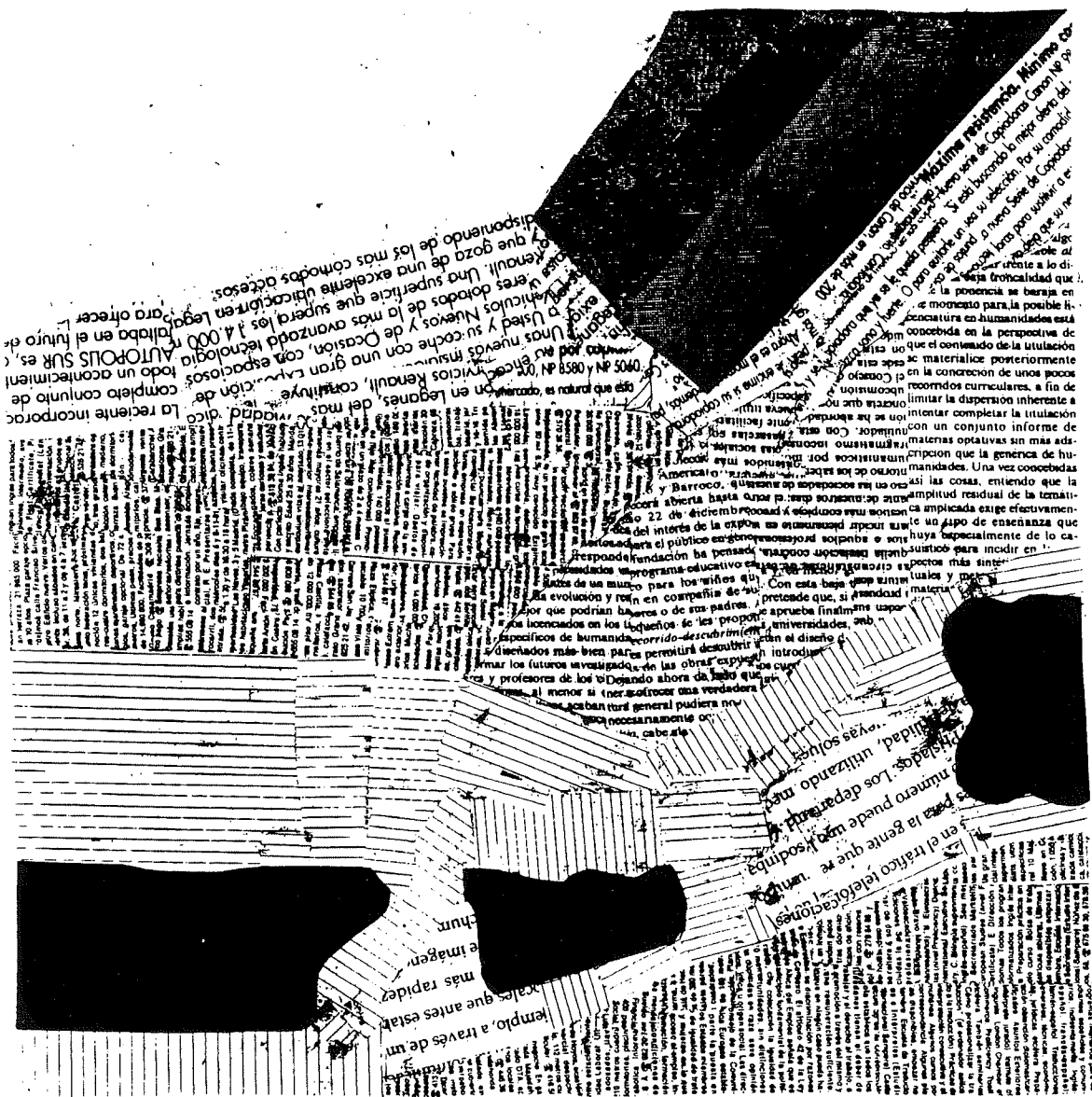


Fig. 2. Exercici presentat per Josep Maria Lozano Pérez. En la composició, l'alumne ha sabut conjugar les disposicions de les línies del text per ordenar masses amb una direccionalitat variada. Les tres taques de negre massís situades a la part inferior accentuen la diagonal predominant, en la qual resulta decisiva la intenció de la tipografia.

quals podríem ordenar de la següent manera (citades per *Bayo Margalef*):

- Categories de Disseny:

línia, silueta, figura, forma, color, textura, «pattern».

- Categories naturals:

claredat, obscuritat, verticalitat, horitzontalitat, ubicació dels objectes, emplaçament de les zones, profunditat.

- Categories relacionals:

contrast, direcció, moviment, temps, equilibri, varietat i unitat.

(*vid. fig. 3*)

La utilització de la revista en color serveix per executar la tercera fase del treball. En la següent ampliació compositiva cal reprendre el contrast de blanc i negre (que ja s'havia utilitzat en la tinta xinesa de l'inici), però aquesta vegada amb paper de diari, fulla impresa amb una sola tinta.

És precisament aquesta fase la que representen les cinc il·lustracions que aportem. El tamany original dels treballs (28x28 cm) permet als estudiants de compondre sense massa dificultats.

(*vid. fig. 4*)

Els objectius previstos en la utilització de l'element imprès són d'aquesta manera alcançats. I serà en la següent -i última- fase de la proposta on finalment els alumnes superaran l'entrebanc de veure en els textos una component literària i/o verbal.

Per acabar el treball «Ampliació d'Estructures Compositives», cada alumne reproduceix aquesta quarta fase. La còpia 'serà en fotocòpia, i de les mateixes dimensions que l'original. Aquesta utilització de la reprografia intenta evidenciar, de cara als alumnes,

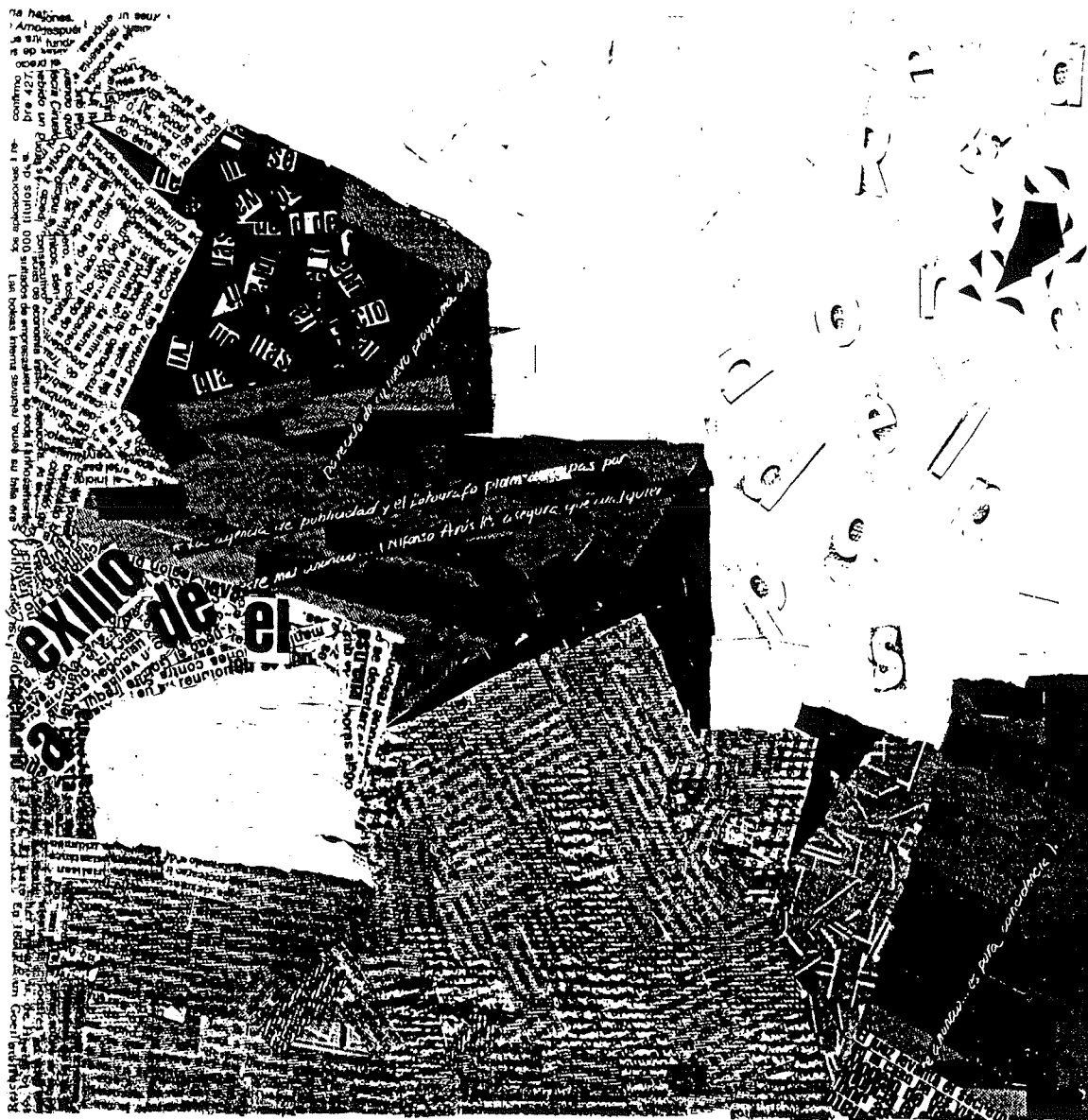


Fig. 4. Disseny d'Eva Martí Giménez. Les lletres han sigut utilitzades per descriure una sèrie d'espais i ritmes que aporten vitalitat a la diagonal que separa les dues zones triangulars de la composició. A més de les lletres, s'ha introduït l'element tipogràfic de les trames, que ja servien per diferenciar els grisos a la pàgina originària.

que la utilització de la tècnica és perfectament compatible amb els procediments «creatius» i «artístics».

Amb la fotocòpia del seu propi treball deurà de retallar quatre quadrats de 14x14 cm. cadascun. L'estructura de la composició serà modelada de bellnou a partir dels quatre fragments.

En aquesta darrera fase, l'espai en blanc i negre procedent del periòdic i que la reprografia ha respectat, serà ocupat pel color mitjançant les ceres, que poden aplicar-se adequadament a la superfície de la fotocòpia.

(vid. fig. 5)

En un altre tipus de propostes s'explica als alumnes les característiques visuals inherents als caràcters així com els diversos models de lletra. D'aquesta manera podran evidenciar-se, mitjançant un treball pràctic, tots els factors analitzats en la present tesi:

- l'adequació de la lletra a l'origen i l'època que la determina
- la capacitat del text imprès per dotar d'estètica a la pàgina
- els valors plàstics i gràfics que podem extreure d'una suposada matèria «lingüística» o «verbal».

Totes les intencions exposades poden ser perfectament executades amb exemples de revistes dels anys '50, ja que ens trobem en una època de «revival» de l'estètica dels anys de trencament. Aquesta circumstància ens facilitarà l'atenció i l'interès de l'alumnat.

V.C.

Conclusions.

- **V**eritables paradigmes visuals, les revistes il.lustrades contenen la suficient informació gràfica com per analitzar, a partir del seu estudi, l'estètica d'una època determinada.
- Degut a la constant actualització del material que ocupa les pàgines impreses de les revistes il.lustrades, estem en condicions d'afirmar que aquestes reflexen espontàniament i encertada els gustos i comportaments del sector social al qual estan dirigides.
- Existeix una completa bibliografia que afecta a l'estudi del cartell com a fenomen divulgatiu de les imatges, però dissortadament mai no s'ha verificat un interès semblant per les revistes il.lustrades. El parentesc i les múltiples similituds que enllacen el cartell amb les pàgines de les publicacions periòdiques il.lustrades ens repton a interessar-nos per aquest medi de comunicació de masses tan popular.
- El procediment industrial de fabricació, el treball en equip i pràcticament anònim, la conjugació incessant del text i les imatges, les grans tirades, ... Són elements importants, però no definitius ni decissors, que diferencien la revista il.lustrada de l'obra gràfica original.
- En la revista il.lustrada, la lletra deixa de contenir majorment un sentit verbal (tal i com ocorre amb el llibre) per passar a incloure molta més informació gràfica i visual.
- La lletra configura un element significatiu i important de la cultura visual. Els signes dibuixats esdevenen un valuós paràmetre estilístic basat en la petjada gràfica.

- A les revistes il·lustrades espanyoles dels anys '50 (tal i com venim argumentant i il·lustrant al llarg de la Tesi) apareix, premonitòriament, tot l'univers d'experiments artístics i visuals significatius que ens ha aportat la segona meitat del segle XX.

- Per a la nostra cultura actual, la dècada dels anys '50 resulta particularment providencial, inclús «revolucionària» en certs paranyes.

Els anys '50 determinen les característiques del comportament i actituds de la societat actual, ja que introduiran els registres més explícits de la societat de consum.

- Considerem els anys '50 una «dècada de trencament» degut als canvis substancials que s'hi experimenten:

- Universalització de la societat de consum.

- Les comunicacions i la informació es generalitzen a nivell mundial.

- S'inicia el predomini de l'entreteniment com a material essencial dels «mass-media».

- S'imposen el món de la imatge i els mitjans àudio-visuals.

- Els grans teòrics de la semiologia (ciència que dominarà bona part de la visió crítica dels moviments artístics de la resta del segle) afiançaran llurs posicionaments.

- La Xina adopta l'alfabet llatí com a codi i sistema d'escriptura.

- Apareixen amb força fenòmens com el «rock-and-roll» i el «prêt-à-porter».

- Adrian Frutiger crea la família de tipus més reproduïts de la història: els caràcters «Univers».

- Les aportacions a la tècnica de la impressió són transcendents en aquesta dècada de trencament, ja que s'estableix el predomini de l'offset, s'introdueix la fotocomposició i el letrasser, i perden hegemonia les fundicions tipogràfiques. Totes aquestes novetats signifiquen un majot tractament del text i la lletra com a veritables imatges.

- Tenim la intenció de recuperar i divulgar els noms dels creadors que, als anys '50 van protagonitzar l'última gran aventura creativa de les lletres-dibuixades nostrades. Enric Crous-Vidal, Joan Trochut Blanchard, Enric Miret i Ricard Giralt-Miracle van ser els artífex del moviment «Renaixement de la Grafia Llatina».
- Una altra figura del disseny gràfic a recuperar, i que coneixem més pel seu treball com a escriptor i teòric de l'art, és la d'Alexandre Cirici Pellicer. Va ser fundador de la suggestiva «boutique de publicitat Zen» i creador dels meravellosos anuncis per a «Camisera Gales» durant tota la dècada, apareguts a la revista **Destino**.
- La nostra condició de docents ens anima a introduir totes les deduccions sobre el comportament plàstic del text en la dinàmica dels exercicis de classe i la pràctica del taller.
- Les aplicacions pedagògiques de la nostra investigació consistiran en crear entre els futurs mestres un conscienciament i una passió per la cultura visual de la lletra (tant al medi imprès com àudio-visual), vocació que podria transformar-se en la futura aparició d'un grup de creadors que transformen i animen el minso panorama actual tipogràfic.

V.d.

Apèndix.

**Valors pedagògics del text i l'escriptura
en la formació estètica dels alumnes
de les Escoles Universitàries
del Professorat d'E.G.B.**

Venim insistint en la importància que adquireix per a la nostra societat la multiplicació i transmissió de comunicacions visuals intencionades.

El gest escrit compta amb milers d'anys d'història. D'aquesta experiència mil·lenària, tan sols cinc-cents anys ens separen de la invenció dels tipus mòbils i de la impremta. No obstant, l'aparició del text imprès no va significar el final de l'escriptura manual i de la cal·ligrafia, en tot cas suposava una transformació d'aquesta, que passava a convertir-se en l'art d'escriure bellament.

(vid. fig. 1)

Les connexions entre cal·ligrafies i tipografies han sigut i seran constants. Existeix, a més, una relació estreta que depara un fluxe d'influències mútues i que sembla que es fa més estreta a mesura que ens introduïm en el món de la composició amb ordinadors, ja que permet una llibertat extraordinària de transformar l'aspecte del text i de la lletra, cosa impossible d'aconseguir amb els mètodes de tipus mòbils, linotípia o màquines d'escriure convencionals.

En aqueix sentit, potser estem tornant a l'Edat Mèdia, ja que els monjos cal·lígrafs recluits en els convents en són la imatge més semblant a la d'un investigador actual,

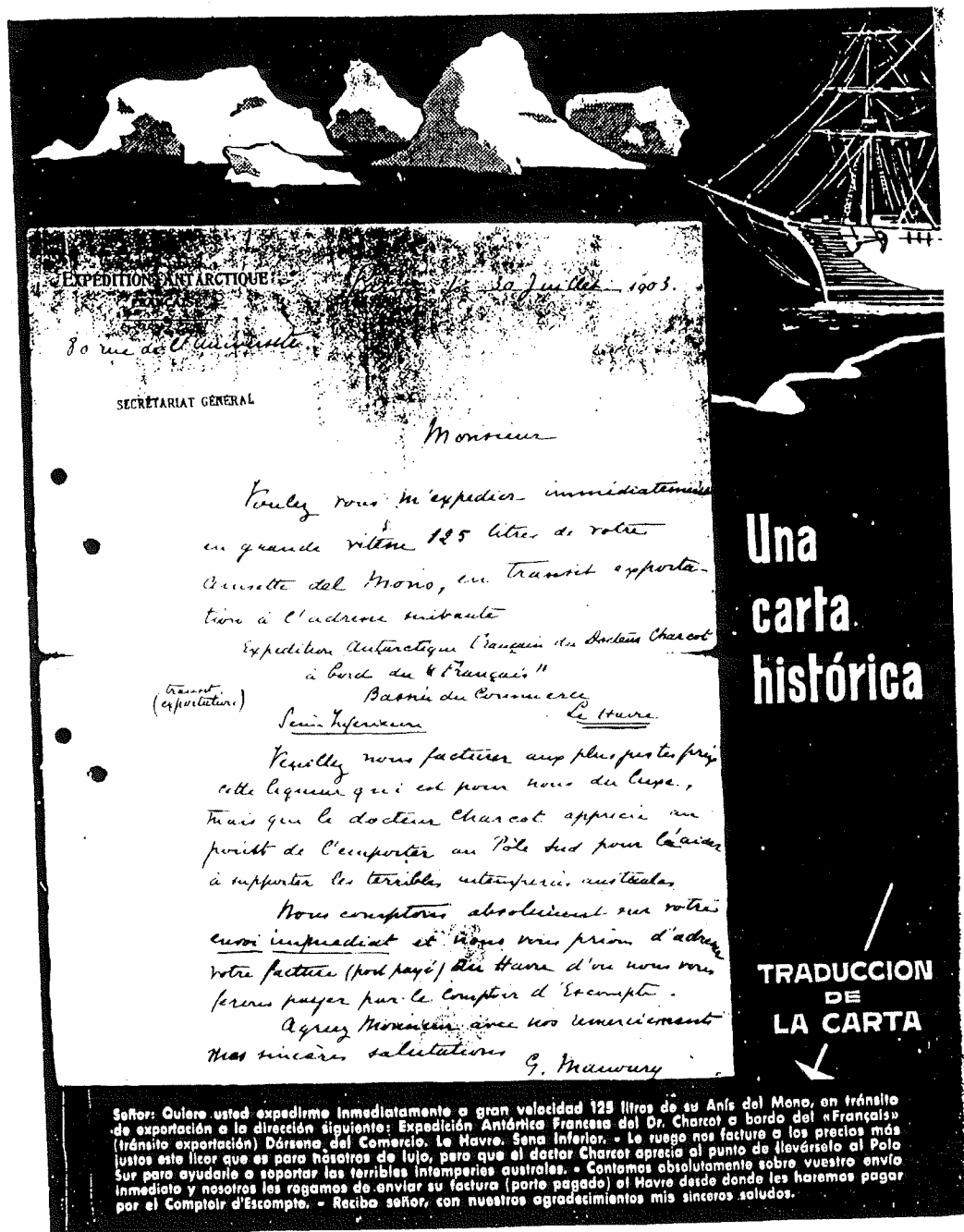


Fig. 1. La cal·ligrafia, la lletra manual, està emparentada amb una noció de grafisme personal i propi de cada individu, que adjudica una excludivitat a la seua escriptura identificativa. El gest cal·ligràfic ha donat peu als estudis de grafologia. En el cas de l'exemple, sorprén veure de cop un manuscrit enmig del text imprès.

(anunci a la revista Alta Costura nº 150, maig 1956)

amb una base de dades a l'abast, i tots els utensilis necessaris per desenvolupar la tasca d'escriure, inclús una impressora per comprovar els resultats immediatament.

La idea que es desprèn del terme «cal·ligrafia» quan ens referim a l'ensenyament dels xiquets està, dissortadament emparentada amb un model que podria estar reflexat en el següent text:

«El tipo inglés, para poder aceptar con dignidad tal denominación tiene que hallarse sometido a unas reglas de trazo rígidas que no admiten concesión alguna al peculiar estilo -o sello característico- del dibujante. (...) A primera vista pudiera parecer que se trata de un tipo de letra de fácil resolución. En mayor o menor cuantía, todos han comenzado a escribir aprendiendo palotes en esas breves nociones de caligrafía inglesa de los primeros años escolares: finos y gruesos, finos y gruesos, finos y gruesos. No existe otra base para llegar al dominio de tales alfabetos, que a pesar de su aparente simplicidad requieren un exquisito cuidado en su trazado, a fin de que las curvas resulten uniformes y graciosas, los trazos finos se consigan por una línea de espesor inapreciable, y los gruesos se hallen bien perfilados, con el vientre en el centro y la degradación o disminución de grosor efectuada poco a poco».

-vid. Bibl. Hist. CUSA (1960), pàg. 114-

No està en el nostre ànim retornar als temps de «la letra con sangre entra». Mai més lluny de les nostres intencions. Pensem que cal potenciar un ensenyament que estimule la creativitat. I en la línia d'aprofitament didàctic dels recursos de la cal·ligrafia com a tècnica de composició plàstica va encaminat el nostre propòsit.

L'any 1988, el director de la present Tesi Doctoral (Doctor D. *Juan José Tornero Alvarez*, professor del Departament de Didàctica de l'Expressió Musical, Plàstica i Corporal de la Universitat de València) va encetar una línia d'investigació basada en la recuperació de la cal·ligrafia com a element plàstic amb possibles aplicacions didàctiques en l'univers de l'ensenyament.

Aquesta línia d'investigació ha donat ja uns resultats molt positius:

- Una exposició itinerant sobre la cal·ligrafia i els mestres cal·lígrafs dels segles XVI-XVIII titulada «L'art de l'Escriptura».
- Una publicació divulgativa sobre el tema de l'escriptura bella: «L'art d'escriure».

Les susdites experiències han tingut sempre una forta component pedagògica, i han sigut promogudes per la Universitat de València dins d'un ambiciós projecte de repercussions en àmbits massius i populars.

Tal i com dèiem, el terme «cal·ligrafia» dirimeix ressonàncies negatives, ja que l'associem normalment a l'ensenyament de l'escriptura amb els consegüents exercicis rutinaris de repeticions, fidel representació d'un model educatiu desferrat i al qual ningú no pretén retornar.

En aquesta vessant pedagògica de recuperació de la cal·ligrafia com a valor plàstic, la idea didàctica consisteix en aprofitar una capacitat manual i compositiva que tothom posseeix: l'escriptura.

Tot i existir una preponderància dels mitjans àudio-visuals en el nostre entorn quotidià, la capacitat d'escriure a mà no l'hem perduda, i continuem exercint-la quan escrivim, bé una carta personal, bé uns apunts, bé un esborrany de treball.

Els teclats de la màquina d'escriure i l'ordinador personal s'han introduït força en totes les activitats i a tots els nivells. No obstant, les llapisseres, les plomes estilogràfiques i els bolígrafs continuen tenint un mercat i una utilitat omnipresent.

El motiu de la constant actualitat dels utensilis per a l'escriptura manual rau en un basament psicològic: la fluïdesa de les idees i la percepció en cada persona, continua expressant-se mitjançant l'escriptura manual, apresada a l'infantesa.

Tot i haver introduït els medis àudio-visuals, considerem que l'activitat manual de l'escriptura pot constituir, en una societat tecnificada com la nostra, un bon argument per potenciar l'expressió i ajudar al desenvolupament personal.

El caràcter lineal de l'escriptura manual i la disposició dels elements en la pàgina potencien així mateix una major perspicàcia perceptual.

L'exercici de les habilitats amb eines d'escriptura manual afavoreixen un comportament i una activitat que confluiran en la creació d'un pensament basat en l'experiència sensorial manual i visual. Aquest «pensament manual» està basat en la producció generadora d'idees encadenades a partir del seguiment lineal dels trets escrits.

L'escriptura, gest de caire lineal, s'erigeix d'aquesta manera en màxim exponent de les possibilitats creatives de la majoria de les persones.

Dins d'aquesta idea global que inscriu al text i la lletra com a elements propicis per potenciar la creativitat de les persones adultes, la tipografia seria un complement de la cal·ligrafia en l'univers de l'escriptura.

La Reforma dels Plans d'Estudi a la Universitat contempla la positiva intenció de millorar, i adequar a l'àmbit actual, la formació global dels futurs mestres de primària i secundària obligatòria, els quals hauran d'enllestir en llur futur professional la Reforma Educativa als respectius nivells.

Es per aquest motiu (actualització i re-vitalització dels programes) que a l'Àrea de Plàstica del Departament de Didàctica de l'Expressió Musical, Plàstica i Corporal de la Universitat de València hem encetat una investigació que intenta clarificar i coordinar les possibles aplicacions didàctiques que tindrien matèries com la cal·ligrafia i la tipografia, enteses com a elements potenciadors dels valors pedagògics i artístics de l'alumnat.

Convé recordar que, a les Escoles Universitàries de Magisteri, una de les intencions primordials consisteix en formar als futurs mestres, preparant-los per a l'exercici de la docència. Però també és necessari, en aquest contacte amb els estudis universitaris, afavorir la plena realització personal de cada alumne, introduint la satisfacció que suposa enllestir tasques de caire artístic, la qual cosa estimularà el seu plantejament pedagògic en el posterior contacte amb l'escola com a docents, professionals de l'ensenyament.

Dins dels paràmetres de l'ensenyament universitari institucional en organismes públics, l'aplicació didàctica de la tipografia entraria dins de la formació no professionalitzada en matèria d'educació plàstica.

Com que a les escoles de mestres no pretenem la formació professional d'artistes, cal aconseguir una formació d'adults en el camp de la plàstica.

Aquesta matèria de caire creatiu, molt gratificant a instàncies personals, podria abarcar a tot l'alumnat de la Universitat, entrant a formar part del nou sistema de crèdits, configurant una de les possibilitats de «mòduls» a les quals podrà accedir l'alumne de forma optativa, ja que cadascun dels alumnes disposarà del 10% del total dels seus crèdits per accedir a una d'aquestes matèries de lliure elecció.

Aportem la idea de valorar al signe gràfic com a potenciació de la creativitat de l'alumnat de tota la Universitat, sense caure en el fals intent de professionalització, ja

que existeix un altre tipus específic de centre per abarcar aquest camp de la formació de professionals: les Facultats de Belles Arts.

En l'aplicació didàctica de la tipografia entraria la matèria del coneixement del gravat com a modalitat inductora de la reproducció mecànica de textos.

Les tècniques d'estampació a l'escola sempre han gaudit d'una gran acceptació entre el col·lectiu dels mestres com a activitat de taller de plàstica.

La xilografia, el gravat calcogràfic i la serigrafia deuriem de constituir un camp de coneixement familiar per als ensenyants. D'aquesta manera cabria la possibilitat d'obtindre, a mig plaç o a curt termini inclús, una generació de professionals molt capacitats per a la creació gràfica, ja que els xiquets i xiquetes entrarien en contacte amb els mitjans de reproducció gràfica des de ben menuts.

Pensem que l'estudi i la pràctica a partir del signe gràfic pot induir a potenciar la creativitat de l'alumnat universitari adult i no professional.

En una enquesta realitzada als alumnes de 1er curs de Magisteri, al mes de Novembre de 1991, qui subscriu aquesta Tesi Doctoral va preguntar als alumnes si estaven contents amb la seua «cal·ligrafia».

Més del 90% de l'alumnat va contestar afirmativament, adduint motius com que es sentien identificats amb el propi model d'escriptura i que, a nivell visual, s'hi trobaven representats en els seus textos escrits a mà.

Amb aquest pressupòsit, cal aprofitar la satisfacció personal que sent l'alumnat envers la seua pròpia cal·ligrafia, ja que si estan còmodes i els sembla gratificant, la seua capacitat de generar composicions amb signes escrits serà una plataforma ideal per introduir-los en el món de la plàstica, i possibilitarà l'augment de les idees i comportaments artístics particulars de cadascú.

Aquest potencial motivador del signe gràfic s'ha pogut comprovar en l'experiència docent que vaig titular «Alfabet Didàctics», un exercici d'aprofitament dels signes traslladant-los a l'àmbit tridimensional.

Durant el curs 1990-91, els alumnes de l'assignatura de «Tècniques de Manualitzacions» de l'E.U. «Ausiàs March» van participar d'una activitat que tenia com a fonament els signes de l'alfabet.

Els resultats van ser gratificants i molt positius, ja que els alumnes van comprendre que la proposta podia configurar un important element de dinamització expressiva.

No és factible, per no allargar-nos, explicar l'experiència. En tot cas podeu consultar les «Actas del VI Congreso Internacional Educación por el Arte I.N.C.I.E.» celebrades a Badajoz en Octubre de 1991, on va ser exposat el tema dels «Alfabet Didàctics».

En l'actual curs 1991-92, els signes de l'escriptura -les lletres- també han sigut motiu d'una interpretació gràfica per part dels alumnes de «Dibuix» de 1er curs. Però en aquesta ocasió s'han estudiat i investigat en la pràctica del taller les relacions topològiques i el caràcter irreal de les lletres com a signes abstractes.

Les possibilitats d'èxit que comporten aquestes experiències docents estan particularment afavorides per les característiques dels alumnes:

- Espontaneïtat, fruit de la falta d'experiència i de domini tècnic.
- Desimboltura per falta de condicionaments i poc coneixement de corrents artístics, tot i estar dominats pels mitjans de comunicació.

Aquest conjunt d'experiències didàctiques innovadores que potencien el caràcter motivador dels signes de l'escriptura ens han estimulat a continuar en la investigació d'aquest element plàstic amb ressonàncies verbals.

El signe gràfic en la didàctica, les relacions topològiques entre les lletres, i l'excusa de l'Alfabet com un sistema creatiu, seran el motor d'una investigació que pensem en-

riquir amb una xarxa d'intercanvis internacionals entre professionals universitaris, relació que ja comença a albirar amb el «Departamento de Arte y Medios de Representación de la Universidad de Medellín (Colombia)» i amb l'École de Beaux Arts de Basilea (Suïssa).

L'experiència docent i el futur esperançador d'aquest projecte ens anima a continuar en una línia d'investigació a la qual esperem que la present Tesi Doctoral aporte una reflexió i resultats ben substanciosos.

VI.

Fitxes de Revistes Consultades

VI.

Fitxes de revistes consultades.

Zones d'investigació múltiples, les Biblioteques, Hemeroteques i les Llibreries de Vell han suposat un ampli camp d'estudi per arribar a conèixer el màxim de publicacions existents en aquells anys, almenys les documentades.

Després de quatre anys de rastrejar hem assolit un complet arxiu de les revistes espanyoles dels anys '50.

Cadascuna de les fitxes elaborades conté una profusa informació:

- Títol (i sub-títol en cas d'haver-ne)
- Periodicitat.
- Temàtica.
- Tipus de publicació.
- Anys en vigència i èpoques.
- Dimensions.
- Nombre de pàgines.
- Tintes (B/N o bé color) i característiques de la impressió.
- Qualitat del paper.
- Tipus d'il·lustracions.
- Editorial.
- Adreces de la redacció i l'administració.
- Director durant la dècada dels '50.
- Col·laboradors literaris i gràfics.
- Seccions habituals.
- Tipus de lletres dominants.
- Procedència dels exemplars consultats, i signatura en cas de ser una Hemeroteca.
- Data de la investigació.
- Alguns comentaris.

Com que resulta impossible, i ho considerem innecessari, el fet d'incloure tota aquesta informació en la present Tesi, hem optat per enllestir una relació de títols, indicant en cada cas la periodicitat d'aparició, la temàtica de la publicació i la ciutat on s'editava.

• **A las mujeres de Acción Católica**

Mensual. Temàtica religiosa. Zaragoza

• **Abside**

Periodicitat irregular. Temes culturals i religió. Oña (Burgos)

• **ACCI**

«Semnario Informativo Gráfico Literario». Guadix (Granada)

• **Acción**

Setmanari. Butlletí de sindicats de vàries capitals: Córdoba, Sevilla, Málaga, Balaguer,...

• **Acción Antoniana**

Setmanari. Informació general i religiosa. València

• **Acción Educativa**

Setmanari. Ensenyament. Madrid

• **Acción Social Navarra**

Revista Católica-Agrícola-Social. Pamplona

• **Acción Taquigráfica**

Bimestral. Taquigrafia. València

• **Aceñal**

Quinzenal. Informació general. San Clemente (Cuenca)

• **Acero y Energía**

Bimestral. Tecnologia i indústria metal·lúrgica. Barcelona

• **A.C.I.**

Trimestral. Esclavas del Sagrado Corazón de Jesús. Barcelona

• **Acies**

Setmanari. «Orientación y propaganda religiosa». Logroño.

• **A.C.N. de P.**

Irregular. «Asociación Católica de Propagandistas». Madrid

- **Actividad Sindical**
Mensual. Informatiu de Sindicat. Palma de Mallorca
- **ADFECSA**
Agrupación Deportiva de las Fuerzas Eléctricas de Catalunya. Barcelona
- **Adoración Nocturna Española**
Butlletí religiós editat en Avila, La Corunya, Granada, Salamanca, etc.
- **A.F. Arte Fotográfico**
Mensual. «Revista al servicio de la fotografía». Madrid
- **Afal Foto-Cine**
Bimestral. Fotografía i Cinema. Almeria
- **Afinidad**
Trimestral. Revista Química Teórica aplicada. Madrid
- **Africa**
Mensual. Instituto de Estudios Africanos. Madrid
- **Aguilucho**
Setmanari. Aventures ambientades a l'Edat Mèdia. València
- **Aguiluchos**
Revista misional infantil y juvenil. Madrid
- **¡Alarma!**
Asociación Cultural Deportiva del Cuerpo de Bomberos. Barcelona
- **Alba**
Mensual. Informació de col.legi. Madrid
- **Alba de Juventud**
Quinzenal. Revista femenina. Madrid
- **Alcántara**
Mensual. Art, literatura i història. Cáceres
- **Alegres**
Anual. Colegio Salesiano. Madrid
- **Alhambra**
Mensual. Revista filatèlica Internacional. Granada

- **Alta Costura**
Mensual. Revista de la moda. Barcelona
- **Altamira**
Quatrimestral. Revista del «Centro de Estudios Montañeses». Santander
- **Alverna**
Periodicitat irregular. Temes culturals. Vic
- **Ama**
Quinzenal. Revista femenina de «caire rosa». Madrid
- **Amanecer Manchego**
Mensual. Informació general. Alcazar de San Juan
- **Ambiente**
Setmanari. Revista femenina. Madrid
- **América**
Mensual. Informació general d'Hispano-Amèrica. Madrid
- **Ampurdán**
Setmanari. Informació comarcal. F.E.T. de las J.O.N.S. Figueres
- **Ana María**
Setmanari. «Revista para la mujer». Madrid
- **Ancora**
Setmanari. Temes de la Costa Brava. Sant Feliu de Guíxols
- **Andraitx**
Setmanari. Actualitat local. Andraitx (Balears)
- **Anhelos**
Mensual. Instructiva per a nens de 6 a 12 anys. Alacant
- **Anhelos**
Mensual. Alumnas de la Casa de la Consolación. Barcelona
- **Ansí**
Bimestral. Creació literària amb dibuixos originals. Zaragoza
- **Antoniano**
Mensual. Religiosa. Orcasitas (Múrcia)

- **Anuario Musical**
Anual. «Instituto Español de Musicología». C.S.I.C. Madrid
- **A.O.E.**
Setmanari. Africa Occidental Española. Sidi Ifni
- **Apache**
Setmanari. Aventures infantils de l'oest. Còmic. València
- **Aragón**
Trimestral. Cultura i Història d'Aragó. Zaragoza
- **Aragoneses**
Mensual. Temes de les comarques d'Aragó. Madrid
- **Arbor**
Mensual. Científica. Madrid
- **Archivo de Prehistoria Levantina**
Anual. Pre-història. Diputació Provincial. València
- **Archivo Español de Arqueología**
Semestral. Arqueologia. C.S.I.C. Madrid
- **Archivo Español de Arte**
Trimestral. Instituto Diego Velázquez. C.S.I.F. Madrid
- **Archivos del Instituto de Estudios Africanos**
Trimestral. Informatiu del C.S.I.C. Madrid
- **Arévalo**
Mensual. Informació general. Madrid.
- **Aria**
Mensual. Temes Musicals. Madrid
- **Arpa**
Quadrimestral. Escuela de Artes y Oficios. Barcelona
- **Arriba**
Setmanari. Informació general. F.E.T. de las J.O.N.S., Manacor (Balears)
- **Arriba España**
Setmanari. Informació comarcal. F.E.T. de las J.O.N.S. Olot

- **A.R.S.**
Trimestral. «Religiosas amantes de Jesús». Plasencia
- **Arte Español**
Cuadrimestral. Especialment dedicada a l'art antic espanyol. Madrid
- **Arte y Hogar**
Mensual. Decoració i arquitectura. Madrid
- **Artífice**
Mensual. «Revista de las Artes Manuales». Oficis. Madrid
- **As de Espadas**
Quinzenal. Temàtica Infantil. València
- **Asociación de ex-libristas de Barcelona**
Semestral. Intercanvis i informació edicions ex-libris. Barcelona
- **Aster**
Mensual. «Boletín de la Agrupación Astronómica Aster». Barcelona
- **Astra**
Mensual. Informació general per a les dones. Madrid
- **Astronáutica**
Trimestral. «Sociedad Astronómica de España y América». Barcelona
- **Atenas**
Mensual. Revista de col.legi. Barcelona
- **Ateneo**
Quinzenal. Literatura i art. Madrid.
- **Auras de Colegio**
Bimestral. Informatiu de col.legi PP. Salesians. València
- **Ausa**
Trimestral. Butlletí cultural del «Patronato de Estudios Ausonenses». Vic
- **Ausona**
Setmanari. Informació general. F.E.T. de las J.O.N.S. Vic
- **Automoto**
Quinzenal. Motor i automoció. Barcelona

- **Aventurero**
Quinzenal. Temàtica infantil. Barcelona

- **Barcelona**
Bimestral. Butlletí promocional de la ciutat editat per l'Ajuntament

- **Bayarri Informa**
Setmanari. Cartellera d'espectacles i atraccions. València

- **Bazar**
Mensual. «Revista infantil». Madrid

- **Béjar en Madrid**
Setmanari. Informació general d'actualitat. Béjar (Salamanca)

- **Bella**
Mensual. Revista femenina. Donostia

- **Benicarló**
Mensual. Informació local. Benicarló

- **Berceo**
Trimestral. «Instituto de Estudios Riojanos». Cultural. Logroño

- **Betania**
Mensual. Butlletí de col·legi femení. Barcelona

- **Blanco y Negro**
Setmanari. Informació general d'actualitat. Madrid

- **Boletín Centrofil**
Mensual. Col·leccionisme. Filatèlia. Madrid

- **Boletín de la Asociación Española de Amigos de los Castillos**
Trimestral. Arqueologia i Història. Madrid

- **Boletín Comisión Provincial de Monumentos Históricos y Artísticos**
Semestral. Filologia, Història i Art. Lugo

- **Boletín de la Institución Fernán González**
Trimestral. Monuments, Història i Art. Burgos

- **Boletín de la Moda**
Bimestral. Revista femenina i de modes. Barcelona

- Boletín de la Real Sociedad Vascongada de Amigos del País**
Trimestral. Cultural. Donostia
- Boletín del Centro de Estudios y Asesoramiento Metalúrgico**
Mensual. Economía, higiene i formació industrial. Barcelona
- Boletín del Colegio Oficial de Directores de Banda de Música Civiles**
Mensual. Qüestions professionals i legals. Madrid
- Boletín del Gremio Sindical de Maestros Impresores**
Trimestral. Arts Gràfiques. Barcelona
- Boletín Informativo del Colegio Oficial de Ingenieros Industriales**
Mensual. Activitats del Col·legi i dels professionals. Madrid
- Boletín Informativo del Sindicato Nacional de la Construcción, Vidrio y Cerámica**
Mensual. Organ del Sindicat. Madrid
- Boletín Informativo del Sindicato Nacional del Papel prensa y Artes Gráficas**
Mensual. Temes de la indústria de les arts gràfiques. Madrid
- Boletín Kodak de Artes Gráficas**
Periodicitat irregular. Tècniques de fotomecànica i reproducció. Madrid
- Boy**
Setmanari. «Grandes Aventuras». Infantil. Madrid
- Brisas**
Trimestral. Informació general. Cádiz
- Búfalo**
Trimestral. Informatiu empresa productes tint. Barcelona
- Buris-ana**
Mensual. Informatiu de l'Associació Cultural homònima. Borriana.
- Butlletí de la Societat Castellonense de Cultura**
Trimestral. Arqueologia, literatura, història i art. Castelló de la Plana
- Cambio y Correspondencia Internacional**
Bimestral. Col·leccionisme en general. Zaragoza
- Caduceo**
Mensual. Economia. Madrid

- Candilejas**
Quinzenal. «Revista de Espectáculos y Turismo». Madrid
- Canigó**
Mensual. Poesia i art. Santa Cruz de Tenerife
- Capitán Trueno**
Setmanari. Aventures heroï. Barcelona
- Carmelo Teresiano**
Mensual. Temes de religió. Madrid
- Cartel**
Setmanari. Informació general d'actualitat. Pamplona
- Cartel**
Setmanari. Guia d'espectacles. Madrid
- Cartelera**
Setmanari. Programació d'espectacles. Madrid
- Carteros y subalternos**
Mensual. Temes de correus i postals. Madrid
- Celtiberia**
Semestral. «Centro de Estudios Sorianos. Cultural. Soria
- Céltico**
Setmanari. Informació d'actualitat. Vigo
- Chicas**
Setmanari. «La revista de los 17 años. Femenina juvenil. Madrid
- Chicos**
Setmanari. Joventut. Madrid
- Chispita**
Setmanari. Infantil. Barcelona
- C.I.B.**
(Versió espanyola del **Conseil International du Batiment**)
Trimestral. Edificació i Construcció. Madrid
- C.I.C.E.**
Mensual. Centro Superior Cinematográfico Español. Madrid

- Cicerone**
Setmanari. Guia d'espectacles i viatges. Barcelona
- Cidacos**
Mensual. Informació comarcal. Arnedo (Rioja)
- Cinearte**
Quinzenal. «Revista del Cine Español». Madrid
- Cine-Autógrafo**
Mensual. «Síntesis de la Actualidad Cinematográfica Mundial». Madrid
- Cine Radio Letras**
Setmanari. Crítica d'espectacles i literatura. Madrid
- Cine Mundo**
Setmanari. Cinema. Madrid
- Circo**
Mensual. L'espectacle del circ. Barcelona
- Ciudad**
Setmanari. Informatiu local. Alcoi
- Clarín (successor de Flechas y Pelayos)**
Setmanari. Infantil. Historietes de còmics. València
- Clásicos**
Mensual. «Literatura Universal Ilustrada». Madrid
- Clavileño**
Bimestral. «Asociación Internacional de Hispanismo». Madrid
- Clima**
Setmanari. Informació general i espectacles. València
- Club CCC**
Mensual. Organ del centre d'ensenyament per correspondència. Donostia
- Colección Comandos**
Quinzenal Infantil Historietes en comics. València
- Coleccionismo**
Bimestral. Col.leccionisme en general. Madrid

- Coliseo**
Setmanari. Cinema i espectacles. Madrid
- Constelación**
Mensual. Informació d'actualitat. Madrid
- Construc**
Trimestral. Construcció i Edificació. Barcelona
- Convivir**
Quinzenal. Juventudes Femeninas de Acción Católica. Barcelona
- Coral**
Trimestral. Música i corals. Madrid
- Cordada**
Mensual. Excursionisme. Barcelona
- Correo de las Artes**
Quinzenal. Cultura i Art. Barcelona
- Correo Literario**
Quinzenal. «Arte y letras hispano-americanas». Madrid
- Cort**
Quinzenal. Noticiari d'actualitat. Palma de Mallorca
- Cortijos y Rascacielos**
Bimestral. Arquitectura. Madrid
- Covadonga**
Bimestral. Informació religiosa. Covadonga (Astúries)
- Crítica**
Setmanari. Informació d'actualitat. Madrid
- Crónica de Andalucía**
Mensual. Reportatges d'actualitat. Sevilla
- Cruzada del Rosario**
Mensual. Temàtica religiosa. València
- Cuadernos de Arquitectura**
Trimestral. Col·legi Oficial d'Arquitectes de Catalunya i Balears. Urbanisme, Arquitectura, Decoració, Disseny Industrial. Barcelona

- Cuadernos de Música Folklórica Valenciana**
Trimestral. Institució Alfons el Magnànim. Manuel Palau. València
- Cuadernos de Relojería**
Trimestral. Rellogeria (gran qualitat d'impressió). Madrid
- Cuadernos Hispanoamericanos**
Mensual. «Revista de Cultura Hispana». Madrid
- Cuentos Gráficos Infantiles**
Quinzenal. Infantil. Historietes seleccionades. València
- Cuentos Nuevos**
Setmanari. Històries il·lustrades. Madrid
- Cultura Bíblica**
Mensual. «Fomento de los estudios bíblicos». Madrid-Segovia
- Cúpula**
Mensual. Construcció, Decoració i Arquitectura. Barcelona
- Cúspide**
Setmanari. Esports, bous, cinema i teatre. València
- Dan Barry el Temerario (abans Juan Bravo y sus chicos)**
Quinzenal. Còmics per a joves i adults. València
- De Broma y de Veras**
Mensual. Lectures il·lustrades amb dibuixos originals. Bilbao
- Decor Carmeli**
Trimestral. HH. Carmelitas de la Caridad. Barcelona
- Delfos**
Mensual. Noticiari de l'Agrupació Artística homònima. Barcelona
- Destino**
Setmanari. Informació general, sobretot política i art. Barcelona
- Dicen...**
Setmanari. Revista esportiva. Barcelona
- Diez Minutos**
Setmanari. Informació de caire rosa i actualitat. Madrid

- **Dígame**
Setmanari. Notícies i temes generals. Madrid
- **Dobra**
Mensual. Informació general. Torrelavega
- **Domingo**
Setmanari. Informació general nacional. Madrid
- **Don Bosco en España**
Mensual. Temes dels col·legis salesians. Madrid
- **Don José**
Setmanari. Humor. Tánger-Madrid
- **Don Z**
Setmanari. Aventures infantils. València
- **Dumbo**
Quinzenal. Infantil. «Historietas cómicas por Walt Disney». Madrid
- **Dyna**
Mensual. Associació Nacional d'Enginyers Industrials. Bilbao
- **E.A.E.**
Anual. Escuela Aprendices Empresa Nacional Motores Aviación. Barcelona
- **Eco**
Mensual. Literatura, cultura i art. Barcelona
- **Eco de Luarca**
Setmanari. Informació general. Luarca (Astúries)
- **Ecós de la Papelera San Jorge**
Mensual. Butlletí d'empresa paperera. Xàtiva
- **Ecós de Sóller**
Setmanari. Informació general. Sóller
- **Enfermeras**
Mensual. «Revista de las enfermeras hispanoamericanas». Barcelona
- **Ejército**
Mensual. «Revista de las armas y servicios». Madrid

- **El Acordeonista**
Mensual. Acordió, Guitarra i Harmònica. Barcelona
- **El Adalid Seráfico**
Setmanari. Revista para la familia cristiana. Sevilla
- **El Automovilismo en España**
Mensual. Automoció. Madrid
- **El Auxiliar Técnico Sanitario**
Mensual. Medicina i sanitat. Barcelona
- **El Benjamín**
Mensual. Infantil «bendecido por su Santidad». Barcelona
- **El Caimán**
Setmanari. Humor. «El más pequeño escrito por los más grandes». Madrid
- **El Carmelo**
Mensual. Religiosa. València
- **El Carmen**
Mensual. Temàtica religiosa. Pamplona
- **El Caso**
Setmanari. Sensacionalista. Successos. Madrid
- **El Chofer Español**
Mensual. Transports per carretera. Madrid
- **El Ciervo**
Mensual. Informació general i religiosa. Barcelona
- **El Clarín**
Setmanari. Festa dels bous. València
- **El Cruzado Aragonés**
Setmanari. Actualitat. Barbastro (Huesca)
- **El DDT (contra las penas)**
Setmanari «cómico para grandullones». Barcelona
- **El Eco Filatélico**
Quinzenal. Col.leccionisme filatèlic. Pamplona

- **El Economista**
Setmanari. Economia. Madrid
- **El Espadachín Enmascarado**
Setmanari. Historietes per a joves. València
- **El Español**
Setmanari. En general «De los españoles para los españoles». Madrid
- **El Faro**
Setmanari. Notícies d'actualitat. Motril
- **El Gorrión**
Quinzenal. Historietes per a joves. Barcelona
- **El Gráfico**
Mensual. Informació general. Suplement de **Diez Minutos**. Madrid
- **El Guerrero del Antifaz**
Quinzenal. Aventures d'heroi. Còmic. València
- **El Hogar y la Moda**
Mensual. Revista femenina i de moda. Barcelona
- **El Hombre de Piedra**
Quinzenal. Historietes d'heroi. Còmic. València
- **El Iris**
Setmanari. Informatiu general i cultural. Ciutadella (Illes Balears)
- **El Maestro**
Mensual. Ensenyament. Madrid
- **El Magisterio Español**
Quinzenal. Ensenyament. Madrid
- **El Mensajero Seráfico**
Mensual. Temàtica religiosa. Madrid
- **El Monasterio de Guadalupe**
Mensual. Temàtica religiosa. Guadalupe
- **El Mundo Financiero**
Mensual. Economia i Finances. Madrid

- **El Mundo Gallego**
Mensual. Informació de temes per als gallecs. Madrid
- **El Najerilla**
Mensual. Informatiu local. Mansilla de la Sierra (Logroño)
- **El Once**
Setmanari. Futbol. Barcelona
- **El Pan de los Pobres**
Mensual. Temàtica religiosa. Bilbao
- **El Pasionario**
Mensual. Temàtica religiosa. Santander
- **El Pecas**
Bimestral. Infantil. Zaragoza
- **El Pilar**
Setmanari. Temàtica religiosa. Zaragoza
- **El Promotor de la Devoción a la Sagrada Familia**
Mensual. Informació religiosa. Palencia
- **El Propagador de las Tres Avemarías**
Mensual. Temàtica religiosa. València
- **El Recorte**
Setmanari. Espectacles i entreteniment. Madrid
- **El Ruedo**
Setmanari. Informació taurina. Madrid
- **El Santísimo Rosario**
Mensual. Religió. Madrid
- **El Sol de Antequera**
Setmanari. Informació general i de la comarca. Antequera
- **El Viaje (anteriorment El Viajero)**
Mensual. Guia dels ferrocarrils i autobusos de Catalunya. Barcelona
- **El Volante Guipuzcoano**
Trimestral. Transports per carretera. Donostia

- Elegances Pratiques**
Semestral. Moda. Revista femenina. Barcelona
- Embalajes**
Bimestral. Tecnologia i mercat de recipients i envasaments. Madrid
- En mi Colegio**
Anual. «Colegio de Nuestra Señora del Rosario». Barcelona
- Escenarios**
Setmanari. Cinema i entreteniment. València
- Escuela y Profesión**
Mensual. Ensenyament. Madrid
- España y América**
Bimestral. Col.leccionisme en general. Barcelona
- Espectáculo**
Mensual. «Revista del Sindicato Nacional». Madrid
- Espigando**
Trimestral. Temes de col.legi. Madrid
- Espigas y Azucenas**
Mensual. Temàtica religiosa. Múrcia
- Estilo**
Mensual. Temes artístics. Madrid
- Esto Vir**
Trimestral. Temàtica religiosa. València
- Estrellas**
Mensual. Teatre. Madrid
- Estrofa**
Mensual. Literatura. «Cuaderno de los artistas burgaleses». Burgos
- Euclides**
Mensual. Científica. Madrid
- Ex-Libris**
Semestral. Intercanvis i notícies d'ex-libristes. Madrid

- Ex-Libris**
Irregular. Annex de la revista universitària **Saitabi**. València
- Exposiciones**
Mensual. «Revista de Arte». Madrid
- Faro**
Quinzenal. Orientació cultural. Barcelona
- Farolito**
Mensual. Historietes per a joves. Málaga
- Felanitx**
Setmanari. Informació de les Illes Balears. Felanitx
- Feriario**
Irregular. Fira Mostrari Internacional. València
- Fichas técnicas**
Mensual. Extractes d'articles tècnics. Madrid
- Filigrana**
Quinzenal. Filatèlia internacional. València
- Film Ideal**
Mensual. Cinema, formació i informació. Madrid
- Firmas**
Quinzenal. Revista femenina. Barcelona
- Firmes**
Bimestral. Medicina. Madrid
- Florita**
Setmanari. «Revista para niñas». Barcelona
- Foco**
Setmanari. Cinema. Madrid
- Fontilles**
Mensual. Donatius internat leprosos. València
- Formación**
Mensual. Orientació de la família Castrense. Madrid

- Fotogramas**
Setmanari. Cinema. Barcelona

- Fotos**
Setmanari. Informació general. Madrid

- Fuensanta**
Mensual. Temàtica religiosa. Murcia

- Funcionarias**
Mensual. «Revista para la Mujer». Madrid

- Gaceta de la Prensa Española**
Mensual. Recull de notícies generals. Madrid

- Gaceta Financiera**
Mensual. Economia. Madrid
Gaceta Ilustrada Setmanari. Informació General. Madrid-Barcelona

- Galatea**
Mensual. Delegació Provincial d'Educació. Alacant

- Garbí**
Mensual. Activitats de l'Escola del Mar. Barcelona

- Garbo**
Setmanari. Revista femenina d'informació general. Barcelona

- Gavillas**
Trimestral. Educació i temes de pedagogia. València

- Germinábit**
Mensual. Unió Escolania de Montserrat. Monestir de Montserrat

- Giralda**
Mensual. Informació local. Sevilla

- Glorieta**
Mensual. «Páginas volantes de Valencia Atracción». València

- Glosa**
Mensual. Informació general per a la classe mèdica. Barcelona

- Goya**
Bimestral. «Revista de Arte». Madrid

- Grafía Hispana**
Mensual. Arts Gràfiques. «Al servicio del impresor». Barcelona
- Gráficas**
Mensual. «Revista técnica de las artes del libro». Madrid
- Gran Mundo**
Setmanari. «Album del gran Mundo». General. Madrid
- Guía del Transporte Marítimo**
Setmanari. Informatiu del Port de Cádiz. Cádiz
- Guión**
Mensual. Temàtica militar. «Mandos Subalternos». Madrid
- Guipúzcoa Industrial**
Mensual. Informació tècnico-professional per a industrials. Donostia
- Hazañas Bélicas**
Quinzenal. Historietes bèl·liques. Barcelona
- Hinor**
Mensual. Economía. Oviedo
- Hipo, Monito y Fifi**
Setmanari. «Revista para la gente menuda. Barcelona
- Hispania**
Trimestral. «Revista Española de Historia». C.S.I.C. Madrid
- Hispanidad**
Setmanari. Informació dels països hispano-parlants. Madrid
- Història i Llegenda**
Setmanari. Còmic infantil en català. Barcelona
- Hogar y Arquitectura**
Bimestral. Organo de la Obra Sindical del Hogar. Madrid
- ¡Hola!**
Setmanari. Noticiari de caire rosa. Barcelona
- Hombres Intrépidos**
Quinzenal. Historietes. Barcelona

- **Hosanna**
Mensual. Temàtica religiosa. Bilbao

- **Humorismo Mundial**
Mensual. Humor. Madrid

- **Ibérica**
Quinzenal. Científica. Barcelona

- **Icaria**
Mensual. Butlletí «Casal Icària». Excursionisme. Barcelona

- **Igualada**
Setmanari. Informatiu local. Igualada

- **Ilerda**
Anual. «Instituto de Estudios Ilerdenses». Cultural. Lleida

- **Ilusionismo**
Mensual. «Sociedad Española de Ilusionismo. Barcelona

- **Imágenes** -
Mensual. «Revista de la Cinematografía». Barcelona

- **Índice de las Artes y de las Letras**
Mensual. Cultural. Madrid

- **Índice Histórico Español**
Cuadrimestral. Facultat de Filosofia i Lletres. Barcelona

- **Infants**
Mensual. Temàtica infantil. Barcelona

- **Información sobre coste de obras**
Trimestral. Preus de materials, mà d'obra,... Madrid

- **Informes de la Construcción**
Mensual. Tècniques d'arquitectura i enginyeria. Madrid

- **Inquietud**
Mensual. Literatura i art. Cultural. Vic

- **Inspector Dan**
Quinzenal. Historietes. Infantil. Barcelona

- **Instituto del Hierro y del Acero**
Trimestral. Estudis universitaris de metal·lúrgia. Madrid
- **Insula**
Mensual. «Revista Bibliogràfica de Ciències y Letras». Madrid
- **Ixbiliah**
Trimestral. Literatura i art. Sevilla
- **Jaimito**
Setmanari. Còmic. Infantil. València
- **Jornal**
Setmanari. Informació econòmica internacional. Madrid
- **Jóvenes**
Mensual. «Instituto salesiano Martí Codolar». Barcelona
- **Juperina**
Trimestral. Informatiu empresa perfums «Juper». Barcelona
- **La Actualidad Española**
Setmanari. Informació general d'actualitat. Madrid
- **La Ballena Alegre**
Quinzenal. «Revista de artes, ciències y letras». Barcelona
- **La Codorniz**
Setmanari. Humor. Madrid-Barcelona
- **La Comarca**
Setmanari. Informatiu comarcal. Ribadeo (Lugo)
- **La Escuela en Acción**
Mensual. Educació. Madrid
- **La Familia**
Mensual. Temes d'actualitat amb un rerafons moral i religiós. Barcelona
- **La Fiesta de los Toros**
Setmanari. Informació Taurina. Sevilla
- **La Jirafa**
Setmanari. Cultural. Barcelona

- **La Merced**
Mensual. Temàtica religiosa. Madrid

- **La Moda Elegante**
Trimestral. Ensenyament tècnic per a modistes. Barcelona

- **La Moda en España**
Mensual. Moda. Madrid

- **La Sagrada Familia**
Mensual. Temàtica religiosa. Barcelona

- **La Tienta**
Quinzenal. «Revista de los Toros». Salamanca

- **La Vida Sobrenatural**
Bimestral. Temàtica religiosa. Salamanca

- **La Voz de San Antonio**
Mensual. Temàtica Religiosa. Sevilla

- **La Zuda**
Bimestral.»Letras y Artes del Círculo Artístico». Tortosa

- **Labor**
Setmanari. Portantveu de Ràdio Lleida. Lleida

- **Labores Alfa**
Trimestral. Moda. Eibar

- **Labores del Hogar**
Bimestral. Revista femenina. Barcelona

- **Lecturas**
Mensual. Revista femenina amb històries narrades. Barcelona

- **Letras**
Mensual. «Revista del Hogar». Madrid

- **León**
Mensual. Organ de la «Casa de León». Madrid

- **Liceo**
Mensual. Música i art. Opera. Barcelona

- Linares**
Mensual. Informació general. Linares (Jaén)
- L'Infantil**
Mensual. Seminari Conciliar. Solsona
- Lluvia de Rosas**
Mensual Temàtica religiosa. Lleida
- Ling-Ling**
Mensual. «Revista misional ilustrada para niños». Madrid-Barcelona
- Litoral**
Setmanari. Informació regional i de la mar. Pontevedra
- Loty**
Anual. Usos i costums. Barcelona
- Luna y Sol**
Mensual. Revista femenina d'informació general. Madrid
- Lux**
Mensual. «Revista de Arte y Fotografía. . Barcelona
- Magda**
Trimestral. Bellesa, moda, perfums. Barcelona
- Madera y Corcho (abans Bosques)**
Mensual. Sindicato Nacional de la Madera. Madrid
- Madrid Filatélico**
Mensual. Col.leccionisme filatèlic. Madrid
- Mando Intermedio**
Trimestral. Butlletí Tècnic de l'Associació de Mestres Industrials. Madrid
- Maravillas**
Setmanari. Temàtica infantil. Madrid
- Marca**
Setmanari. Esports. Madrid
- Mariló**
Quinzenal. Revista para niñas. València

- **Mascletà**
Setmanari. Junta Central Fallera. València

- **Mater Purísima**
Bimestral. Temàtica religiosa. Palma de Mallorca

- **Matices**
Bimestral. Revista d'informació filatèlica. Badalona

- **Menaje (després Ilustración Femenina)**
Mensual. Revista femenina. Barcelona-Madrid

- **Mensaje**
Mensual. Literatura i art. Madrid

- **Mensajero del Corazón de Jesús**
Mensual. «Apostolado de la oración, bendecida por su Santidad.

- **Meridiano**
Mensual. «Síntesis de la prensa mundial». Madrid

- **Meridiano Femenino**
Mensual. Temàtica femenina. Madrid

- **Metalurgia y Electricidad**
Mensual. Revista tècnica. Madrid

- **Mi Apostolado**
Mensual. Temàtica religiosa. Madrid

- **Minería y Metalurgia**
Mensual. Tècnica i economia de mines i d'altres. Madrid

- **Moda y Línea**
Bimestral. Revista de calçat. Palma de Mallorca

- **Modas de la Academia Bosch**
Trimestral. Tècniques de «Corte y Confección». Barcelona

- **Modas y Labores**
Mensual. Moda. Barcelona

- **Momento**
Setmanari. Política i altres. Barcelona

- Moncloa**
Irregular. Temes universitaris. Residència Estudiants. Madrid
- Motorama**
Trimestral. «Real Automóvil Club». Barcelona
- Mujer**
Mensual. Temàtica femenina. Barcelona
- Mujer**
Mensual. Moda. Donostia
- Mundo**
Setmanari. Política exterior i economia. Madrid
- Mundo Hispánico**
Mensual. Informació general per a Hispano-Amèrica. Madrid
- Mundo Musical**
Setmanari. Música (Joaquín Rodrigo). Madrid
- Murta**
Trimestral. «Ventanal de la Cultura Ribereña». Institut Laboral. Alzira
- Nicolás**
Setmanari. «Revista para niños de 15 a 80 años». Barcelona
- Noticario Cifesa**
Quinzenal. Organ de la «Compañía Industrial Film Español, S.A.» Madrid
- Noticias**
Mensual. Informació general. Madrid
- Noticias de Actualidad**
Setmanari. Casa americana de l'ambaixada dels U.S.A. Madrid
- Nuestro Mundo**
Anual. «Colegio de Nuestra Señora de Loreto». Barcelona
- Nuestro Tiempo**
Mensual. Temes i notícies d'actualitat. Pamplona
- Nuestro Tiempo**
Setmanari. «Revista de todo y para todos». Barcelona

- Nueva Alcarria**
Setmanari. F.E.T. de las J.O.N.S. Guadalajara

- Nuevo Coyote**
Irregular. Historietes d'aventures. Barcelona

- Nueve Días**
Novenari. Espectacles i esports. Entreteniment. Sevilla

- Numario Hispánico**
Semestral. Numismàtica. Madrid

- Numisma**
Trimestral. Numismàtica. Madrid

- Obras**
Quadrimestral. Revista de la Construcció. Madrid

- Ocio**
Mensual. Cultura i art. Palma de Mallorca

- O.I.E.**
Mensual. «Orientación, Instrucción, Educación». Juvenil. València

- Oigame**
Setmanari. Espectacles i entreteniment. Santa Cruz de Tenerife

- Ondas**
Setmanari. Organ oficial de «Unión Radio». Barcelona-Madrid

- Opinión**
Mensual. Informació general. Madrid

- Oro**
Setmanari. Informació general. Zaragoza

- Oro y Hora**
Bimestral. Relotgeria i arts sumptuàries. Barcelona-Madrid

- Otro Cine**
Bimestral. Cinema. Barcelona

- Pancho Dinamita**
Quinzenal. Infantil. Historietes. València

- **Paisaje**
Trimestral. «Instituto de Estudios Giennenses». Cultural. Jaén
- **Pallars**
Mensual. Informatiu comarcal. Tremp
- **Papeles de Son Armadans**
Mensual. Literatura i art. *Camilo José Cela*. Palma de Mallorca
- **Paracelso**
Trimestral. Medicina. Barcelona
- **Pau Pi**
Setmanari. Aventures de l'heroi de la ràdio. Barcelona
- **Pauta**
Mensual. Gratuïta, finançada pels anunciants de roba. Barcelona
- **Pensamiento y Acción... Castrense**
Mensual. «Apostolado Castrense de la IV Región Militar». Barcelona
- **Pentagrama**
Mensual. Revista de música. València
- **Penyagolosa**
Anual. Cultural. Diputació Provincial. Castelló de la Plana
- **Pepote**
Quinzenal. Infantil. Madrid
- **Pequeño Pantera Negra**
Setmanari. Aventures infantils en la selva. València
- **Perseverancia**
Mensual. «Ejercicios Parroquiales de la Compañía de Jesús». Barcelona
- **Platero**
Bimensual. Literatura i art. Cádiz
- **Polémica**
Setmanari. Informació d'àmbit general. Madrid
- **Polonia**
Mensual. «Cruz Roja Polaca en España». Madrid

- **Possumus**
Mensual. Informació general. València
- **Profesión Médica**
Quinzenal. Medicina. Madrid
- **Pregón**
Trimestral. Cultural. Pamplona
- **Primer Acto**
Mensual. Revista de Teatre. Madrid
- **Primer Plano**
Setmanari. «Revista Española de Cinematografía». Madrid
- **Príncipe de Viana**
Trimestral. Cultural. Pamplona
- **Prisma**
Mensual. «Quinta de Salud La Alianza». Barcelona
- **Proa**
Setmanari. Notícies d'actualitat. Almeria
- **Propiedad y Construcción**
Mensual. «Cámara Oficial de la Propiedad Urbana». València
- **Providencia**
Mensual. Temàtica religiosa. Madrid
- **Publicidad filatélica**
Trimestral. Col.leccionisme filatèlic. Barcelona
- **Pulgarcito**
Setmanari. Infantil. Comics. Barcelona
- **Pumby**
Setmanari. Infantil. «El Gatito Feliz». València
- **Punta Europa**
Mensual. C.I.M. Madrid
- **Quaderni Ibero-Americani**
Semestral. «Rapporti culturali con la Spagna». Torí

- **Racionalización**
Bimestral. «Instituto Nacional del Trabajo». Madrid
- **Radar**
Irregular. Circular para los asociados a O.C.P.D. Barcelona
- **Radiocinema**
Mensual. «Revista cinematográfica nacional». Madrid
- **Rayón y Fibras Sintéticas**
Mensual. Producció i transformació de teixits. Barcelona
- **Raza**
Mensual. «Caballeros ex-combatientes en las campañas de ultramar». Madrid
- **Razón y Fe**
Mensual. Revista Hispano-Americana de cultura. Madrid
- **Reconquista**
Mensual. Temàtica militar. Madrid
- **Red**
Mensual. Temàtica militar. Madrid
- **Reinado Social del Sagrado Corazón**
Mensual. Temàtica religiosa. Madrid
- **Relieves**
Mensual. Literatura, ciències i art. Escrita en sistema Braille. O.N.C.E. Barcelona
- **Reportajes**
Quinzenal. Informació de caràcter general. Madrid
- **Reus**
Setmanari. Informació local i comarcal. Reus
- **Revista**
Setmanari. Informació general, literatura i art. Barcelona
- **Revista Auto-Moto**
Quinzenal. Motor. Barcelona
- **Revista Calasancia**
Trimestral. Educació i religió. Madrid

- **Revista de Archivos, Bibliotecas y Museos**
Semestral. Història i documentació. Madrid
- **Revista de Badalona**
Setmanari. Informació de la ciutat i la comarca. Badalona
- **Revista de Educación**
Quinzenal. Educació i temes de pedagogia. Madrid
- **Revista de la Industria Textil**
Bimestral. Tècnica i informació tèxtil. Barcelona
- **Revista Española**
Bimestral. Creació i crítica. València
- **Revista Española de Oncología**
Mensual. «Instituto Nacional de Oncología». Madrid
- **Revista I.B.Y.S.**
Bimestral. Medicina. Madrid
- **Revista Jorba**
Mensual. Moda. Galeries Comercials Jorba. Barcelona
- **Revista Literaria**
Trimestral. Literatura amb il·lustracions. Madrid
- **Revista Mercantil e Industrial**
Mensual. Economia i finances. Barcelona
- **Revista Musical Ilustrada Ritmo**
Mensual. Doctrina i informació musical. Madrid
- **Revista Nacional de Arquitectura**
Mensual. Consejo Superior de Colegios de Arquitectos. Madrid
- **Revista Técnica de la Industria de los Géneros de Punto**
Mensual. Fabricació i mercat dels tèxtils. Barcelona
- **Ribalta**
Mensual. «Revista de Arte». València
- **Rioja Industrial**
Anual. Informació general. Logroño

- Roberto Alcazar y Pedrín**
Quinzenal. Aventures dels herois homònims. València
- Rosita**
Quinzenal. Femenina infantil i juvenil. Barcelona
- Ruban**
Mensual. Economia. Madrid
- Rumbos**
Mensual. «Letras-Arte-Actualidad». Barcelona
- Rutas del Aire**
Bimestral. Aviació comercial i transport aeri. Madrid
- Sábado Gráfico**
Setmanari. Informació general d'actualitat. Madrid
- Sal Terrae**
Mensual. Temàtica religiosa. Santander
- San Jorge**
Trimestral. Informatiu de la Diputació de Barcelona
- San Ramón y su Santuario**
Mensual. Temàtica religiosa. Sant Ramon (Lleida)
- Santa Rita y el Pueblo Cristiano**
Mensual. Temàtica religiosa. Monachil (Granada)
- Sefarad**
Semestral. Cultura jueva i problemàtica d'orient pròxim. Madrid
- Segarra**
Quinzenal. Informació de la comarca i general. Cervera
- Segovia**
Mensual. Informatiu de la «Casa de Segovia». Madrid
- Selección Aventurera**
Quinzenal. Aventures infantils en còmic. València
- Selecciones del Reader's Digest**
Mensual. Recull de textos. Edició espanyola de revista americana. Madrid

- Selecciones Técnico Científicas**
Mensual. Científica i tècnica. Madrid
- Sellos**
Mensual. Col.leccionisme filatèlic. Barcelona
- Semana**
Setmanari. Informació general de «caire rosa». Madrid
- Senda**
Mensual. «Revista para la mujer». Madrid
- Señor**
Trimestral. Moda masculina i sastreria. Barcelona
- Ser**
Mensual. Temes de medicina. Madrid
- Serra d'Or**
Mensual. Cultural. Monestir de Montserrat. Barcelona
- 7 Fechas**
Setmanari. Informació general. Madrid
- Siluetas**
Mensual. «Revista de selección». Femenina. Modes. Barcelona
- Sinergia**
Bimestral. Revista para-mèdica i de farmàcia. Madrid
- Síntesis**
Mensual. Extracte de notícies importants. Madrid
- Sissí**
Setmanari. Informació i còmics per a xiquetes. Barcelona
- Sociedad Española de Mecánica del Suelo**
Periodicitat irregular. Cimentació en terrenys. Madrid
- Sombras**
Mensual. «Revista Técnica Fotográfica Española». Madrid
- Sonata Gallega**
Trimestral. Literatura i art. Pontevedra

- Spanish American Courier**
Setmanari. Contactes amb els U.S.A. Madrid
- Sucedió**
Mensual. Revista femenina. Madrid
- Sucesos**
Mensual. Catastrofista. Madrid
- Summum**
Setmanari. Informació general. Madrid
- Súper Aventuras**
Setmanari. «Revista para los jóvenes». Barcelona
- Tarea**
Mensual. Informació general i laboral. Lleida
- T.B.O.**
Setmanari. Historietes en còmics per a tots els públics. Barcelona
- Teatro**
Mensual. «Revista Internacional de la Escena» Madrid
- Técnica Metalúrgica**
Bimestral. Tecnologia, motor i indústria metal.lúrgica. Barcelona
- Temas Españoles**
Irregular. Tema monogràfic en cada exemplar. Madrid
- Tenerife**
Quinzenal. Informatiu de l'Illa. Santa Cruz de Tenerife
- Tenerife Gráfico**
Mensual. Informació general. Santa Cruz de Tenerife
- Terciopelo Negro**
Quinzenal. Historietes. Còmics. València
- Teresa**
Mensual. «Revista para todas las mujeres». Madrid
- Tesoro Sacro Musical**
Bimestral. Música religiosa. Madrid

- Tin...Tan...**
Mensual. «Revista de las niñas españolas». Madrid
- Trama**
Trimestral. Per als clients de «Industria Gráfica Valverde». Donostia
- 3 Amigos**
Setmanari. Infantil i juvenil. Madrid
- Triángulo**
Trimestral. Medicina. Madrid
- Triunfo**
Setmanari. Informació cinematogràfica, espectacles i general. Madrid
- Ubeda**
Mensual. Temàtica comarcal. Ubeda
- U.C.E. Revista Literaria Musical**
Bimensual. «Unión Compositores Españoles». Madrid
- U.C.I.**
Mensual. «Información de Cinematografía Mundial». Madrid
- Ultimos Avances en Materiales de Construcción**
Trimestral. Informatiu de les novetats en edificació. Madrid
- Ultimas Noticias sobre Hormigón Pretensado**
Trimestral. Tècniques de construcció i edificació. Madrid
- Uriel**
Trimestral. Poemes amb dibuixos. Santo Domingo de la Calzada. Logroño
- Valencia Atracción**
Mensual. «Sociedad Valenciana Fomento del Turismo». València
- Valencia Cultural**
Mensual. Informació general. València
- Valencia Escolar**
Mensual. «Asociación católica de maestros». València
- Valentín**
Quinzenal. Infantil. Madrid

- **Ventanal Médico**
Mensual. «Seguro Obligatorio de Enfermedad». València
- **Verdad y Caridad**
Mensual. Temàtica religiosa. Pamplona
- **Vespa Club**
Mensual. «Portavoz del Vespa Club de España». Madrid
- **Vida y Luz**
Mensual. Temes de col.legi. Madrid
- **Virgo Potens**
Mensual. «Anales de Nuestra Señora del Sagrado Corazón». Barcelona
- **Vivir**
Bimestral. «Consejos para vivir con salud». Barcelona
- **V.O.T.**
Mensual. Venerable Orden Tercera. Revista Franciscana. Barcelona
- **Voy**
Setmanari. Informació general. Barcelona
- **Yumbo**
Setmanari. Infantil. Historietes. Còmics. Barcelona

VII.
Taules

Bibliografía Històrica

AGUILERA CERNI, Vicente
(1957) **Arte norteamericano del siglo XX.**
Fomento de Cultura Ediciones. València.

AROSTEGUI, Antonio
(1954) **El arte abstracto.**
Ediciones Cam. Granada.

ASHWORTH, J.
(1955) **Operation and Mechanism of the linotype an intertype.**
Staples. Londres.

BARGES, Claudio
(1959) **Principios esenciales de la estampación tipográfica.**
Gustavo Gili. Barcelona.

BAUDRY, Goerges
(1956) **Comment on imprime.**
Dumond. Paris.

BENSE, Max
(1957) **Estética: Consideraciones metafísicas sobre lo bello.**
Nueva Visión. Buenos Aires.

BERRY, William Turner
(1966) **Annals of printing to 1950.**
Blandford Press. Londres.

Biblioteca de las Escuelas Profesionales Salesianas
(1953) **Técnica del arte de Imprimir.**
Librería Salesiana. Barcelona.

(1957) **Tecnología tipográfica.**
Librería Salesiana. Barcelona.

CAMON AZNAR, José
(1955) **El arte ante la crítica.**
Editora Nacional. Madrid.

(1958) **El tiempo en el arte.**
Sociedad de Estudios y Publicaciones. Madrid.

(1959) **El arte religioso y su crisis.**
Aguirre Torre. Madrid.

CHATILLON, F.
(1953) **La littera Pythagorae ou le survivance du symbole de L'Y dans la littérature latine du Moyen Age.**
(art. a «Revue des Etudes Latines» nº 30, pàgs. 65-66, París)

CIRICI I PELLICER, Alexandre
(1964) **Art i societat.**
Edicions 62. Barcelona.

(1977) **La estética del franquismo.**
Gustavo Gili. Barcelona.

CIRLOT, J. Eduard
(1951) **La pintura abstracta.**
Omega. Barcelona.

(1955) **Del expresionismo a la abstracción.**
Seix Barral. Barcelona.

(1957) **El arte otro.**
Seix Barral. Barcelona.

CUSA RAMOS, Juan de
(1960) **Curso de dibujo publicitario.**
Ed. CEAC. Barcelona. 2 vol.

DIMIER, Anselme
(1954) **La lettre de Pythagorae et les hagiographes du Moyen Age.**
(art. rev. «Le Moyen Age» LXI, pàgs. 403-418, Brusseles)

FERNANDEZ CASTILLO, José
(1959) **Normas para correctores y compositores tipógrafos.**
Espasa-Calpe. Madrid.

FUSTER, Joan
(1969) **Diari 1952-1960**
Edicions 62. Barcelona

GERSTNER, K.
(1959) **The New Graphic Art.**
Suïssa.

GINER, Salvador
(1961) **La societat de masses.**
Dalmau. Barcelona.

GIRALT-MIRACLE, Ricard
(1964) **La tipografia, un ikebana occidental.**
I.N.L.E. Madrid.

GAYA NUÑO, Juan Antonio
(1957) **El arte en su intimidad. Una estética de urgencia.**
Aguilar. Madrid.

HALL, Edward T.
(1959) **The silent language.**
Doubleday. New York.

HOSTETTLER, Rudolf
(1958) **Type.** A selection of types. 80 alphabets of old and modern faces.
Artur Niggli Ltd. Teufen AR. Switzerland.

HUARTE MORTON, Fernando
(1955) **Cartilla de tipografía para autores.**
Dirección General de Bibliotecas y Archivos. Madrid.

IRANZO, José
(1968) **Catálogo tipos.**
Imprenta José Iranzo. Madrid.

LABORDERIE, Ferdinand de
(1954) **Toute l'imprimerie. Les techniques et leurs applications.**
Dunod. Paris.

(1958) **Arte y técnica de la impresión.**
Acribia. Zaragoza.

LEVI-STRAUSS, Claude
(1969) **Tristos tròpics.**
Anagrama. Barcelona.

MARCUSE, Herbert
(1981) **Eros y Civilización**
Ariel. Barcelona.
-1a ed. a Boston, 1953-

MARTINEZ CARTON, P.
(1958) **Dentro y en torno al arte gráfico.**
Ed. Mayo. México.

MORENO GALVAN, José María
(1960) **Introducción a la pintura española actual.**
Publicaciones españolas. Madrid.

(1969) **La última vanguardia.**
Magius ediciones de arte. Madrid.

MORISON, Stanley
(1957) **Principios fundamentales de la tipografía.**
Aguilar. Madrid.

(1959) **Typographic Design in relation to photographic composition.**
The Book Club of California. San Francisco.

PRAT GABALLI, P.
(1959) **Publicidad combativa.**
Labor. Barcelona.

ROIG, Alfons
(1982) **Art viu del nostre temps.**
Diputació de València. València.
-recopilació d'articles de l'època-

ROSARIVO, Raúl Mario
(1956) **Divina proporción tipográfica.**
Ministerio de Educación. Buenos Aires.

SCARFE, L.
(1954) **Alphabets: An introductory treatise on written and printed letter forms.**
Londres.

SCHUNTER, Carlos
(1957) **El prearreglo y la impresión de firmas tipográficas.**
Electra. Barcelona.

SILVESTRE, H.
(1957) **Nouveaux témoignages médiévaux sur la Littera Pythagorae.**
(art. rev. «Le Moyen Age» LXIII, pàgs 55-57, Brussel.les)

SUTTON, Albert Alton
(1963) **Concepción y confección de un periódico.**
Rialp. Madrid.

VOYENNE, B.
(1962) **La prensa en la sociedad contemporánea.**
Ed. Nacional. Madrid.

Bibliografia General

La present Bibliografia ha sigut ordenada, com és habitual, per ordre alfabètic a partir del cognom de l'autor. Els cognoms sencers de cada autor venen en lletres majúscules.

Després del nom de l'autor, la primera referència a l'obra és l'any d'edició (entre parèntesi). Aquesta prioritat per la data d'edició ja ha sigut incorporada per *Umberto Eco*, *Lorenzo Vilches* i altres importants investigadors. El motiu principal radica en la comoditat de poder designar una obra donant solament un cognom i una xifra. Al llarg del text de la investigació hem inclòs en nombroses ocasions la consulta: «veg. Bibl. Gen.» (vegeu Bibliografia General) seguida de l'esmentada referència.

La data de l'edició és aquella corresponent a la consultada, per evitar així possibles confusions, ja que en molts casos les diferents edicions canvien les pàgines, inclús el text o la traducció en funció de l'editorial i l'any de publicació.

En cas de donar-se la circumstància d'haver consultat, per a un mateix autor, vàries obres editades el mateix any, la forma de diferenciar-les radica en separar amb una lletra, per exemple: «ARNHEIM (1980a)» i «ARNHEIM (1980b)».

El títol del document (tant si és llibre, catàleg o article) s'ha distingit amb negreta.

L'editorial i la ciutat estan en la tercera línia de cada referència.

En el cas d'existir un text original que ha sigut traduït, o bé una edició molt distant cronològicament a la consultada, apareix en últim terme una anotació entre guionets referida a la primera edició del document.

ALBERONI, Francesco, et alt.
(1974) **La nueva edad media.**
Alianza. Madrid.
-1ª ed. italiana, Bompiani, 1973-

ALMASY, Paul
(1974) **Le choix et la lecture de l'image d'information.**
(art. rev. Communication et Langage n° 22)

ALVAREZ MARTINEZ, María Soledad
(1991) **Signos de expresión y poesía visual de Ricardo Ugarte.**
(art. rev. «Fragmentos», n° 17-18-19, pàgs. 139-144, Madrid)

AMBRON, Sueann i HOOPER, Christina
(1987) **Learning Tomorrow: Multimedia in Education.**
Microsoft Press. Washington.

ANCESCHI, Giovanni
(1981) **Monogrammi e figure**
La casa Usher. Firenze

ANDRE, Albert
(1980) **L'expression graphique: cartes et diagrammes.**
Masson. Paris.

ARGAN, Giulio Carlo
(1957) **Walter Gropius y la Bauhaus**
Editorial Nueva Visión. Buenos Aires.
-1ª ed. italiana de 1951-

ARGAN, Giulio Carlo et alt.
(1977) **El pasado en el presente.**
Gustavo Gili. Barcelona.

ARNHEIM, Rudolf
(1980a) **Arte y percepción visual.**
Alianza Editorial. Madrid.
-1ª ed. a Califòrnia, 1954-

(1980b) **Hacia una psicología del arte. Arte y entropía.**
Alianza Editorial. Madrid.

ARNOLD, Edmund C.
(1956) **Functional Newspaper Design.**
Harper & Row. New York.

(1969) **Modern Newspaper Design.**
Harper & Row. New York.

(1986) **El pensamiento visual.**
Ediciones Paidós. Barcelona.
-1ª ed. Berkeley, California, 1969-

AUSTIN, John
(1961) **The Meaning of a Word.**
The Clarendon Press. Oxford.

(1982) **Cómo hacer cosas con palabras.**
Paidós. Barcelona.
-1ª ed. inglesa en Oxford University Press-

AZNAR, Sagrario
(1991) **Alfabetos modernos.**
(art. rev. «Fragmentos» nº 17-18-19, pàgs 64 a 71, Madrid)

AZQUETA LARRALDE, María José
(1980) **Publicaciones periódicas especializadas en hogar, belleza y moda.**
Tesis doctoral. Dir.: Alfonso Nieto. Univ. de Navarra.

BALLE, Francis
(1972) **Pour comprendre les media: McLuhan.**
Hatier. Paris.

BANHAM, Rayner
(1985) **Teoría y diseño en la primera era de la máquina.**
Paidós Ibérica. Barcelona
-1ª ed. a Londres, The Architectural Press (1960)-

BARDAVIO, José María
(1975) **La versatilidad del signo.**
Alberto Corazón. Madrid.

BARROSO, Julia
(1991) **El texto en la pintura de vanguardia.**
(art. rev. «Fragmentos», nº 17-18-19, pàgs. 5-15, Madrid)

BARTHES, Roland
(1971) **Elementos de semiología.**
Albero Corazón. Madrid.

(1986) **Lo obvio y lo obtuso.**
Ed. Paidós Ibérica. Barcelona.
-edició francesa de 1982-

(1983) **Ensayos críticos.**
Seix i Barral. Barcelona.

(1990) **La aventura semiológica**
Ed. Paidós. Barcelona.
-Ed. du Seuil, París, 1985-

BARTOLOMÉ CRESPO, Donaciano
(1981) **Revisión del concepto de prensa infantil-juvenil: «prensa de intencionalidad pedagógica»**
Tesis Doctoral. Dep. Estructura de la Información Periodística. Fac. CC. II. Univ. Complutense. Madrid.

BARTL, Peter
(1984) **Form and technology**
(art. rev. «Mobilia» v324, pàgs 4-9)

BDD Promotional Book
(1990) **The 1950's.**
The Mallard Press. Nova York.

BEAUMONT, Michael.
(1987) **Type. Design, color, character & use.**
North Light Books. Cincinnati (Ohio)

BELLEGUIE, André
(1984) **Le mouvement de l'espace typographique.**
Jacques Damase. París.

BENJAMIN, Walter
(1983) **L'obra d'art a l'època de la seva reproductibilitat tècnica**
Ed. 62. Barcelona.
-1a ed. Frankfurt 1963, escrits dels anys '30-

BENSE, Max
(1972) **Semiotica della forma e dei colori.**
Versus.

BERENSON, Bernard
(1956) **Estética e historia en las artes visuales.**
Fondo de Cultura Económica. México.
-edició italiana de 1949-

BERNAL, Obdulio Martín (ed.)
(1987) **La nueva identidad de la prensa. Transformación tecnológica y futuro.**
Fundesco. Madrid.

BERTIN, Jacques
(1967) **Sémiologie graphique.**
Mouton. La Haia.

(1972) **Análisis de la imagen.**
Tiempo contemporáneo. Buenos Aires.

BIGGS, John R.
(1983) **Lettercraft.**
Blaudford Press. Dorset.

BOGART, Leo
(1985) **La prensa y su público.**
EUNSA. Pamplona.

BOHIGAS, Oriol
(1978) **Proceso y erótica del diseño.**
La Gaya Ciencia. Barcelona. -1a ed. 1972-

BONET, J.M. (et alt.)
(1974) **El arte en la sociedad contemporánea.**
Fernando Torres. València.

BONET CORREA, Antonio (coord.)
(1981) **Arte del franquismo.**
Cátedra. Madrid.

BONNY, Anne
(1982) **Les années 50.**
Editions du Regard. Paris.

BOUDALLE, G.
(1989) **Jasper Johns.**
Polígrafa. Barcelona.

BOUZA ALVAREZ, Fernando Jesús
(1991) **Vida moral del alfabeto.**
(art. rev. «Fragmentos», n° 17-18-19, pàgs. 16-29, Madrid)

BRINGHURST, Robert
(1987) **Letters of credit; Twentieth-century type designers.**
(art. rev. «Fine Print», v13, pàgs 204-6)

BROCHARD, Bernard i LENDREUIL, Jacques
(1983) **Le Publicitor.**
Daloz. París.

BUTOR, M.
(1969) **Les mots dans la peinture.**
Skira. Genève.

BYRNE, Chuck; WITTE, Martha
(1990) **A brave new World: understanding deconstruction.**
(art. rev. «Print» -N.Y.- v44, pàgs 78-87)

CALABRESE, Omar
(1977) **Arti figurative e linguaggio**
Guaraldi. Florència.

(1980) **From the Semiotics of Painting to the Semiotics of Pictorial Text.**
(art. rev. «Versus» n° 25)

CALVO SERRALLER, Francisco
(1985) **España. Medio siglo de arte de vanguardia 1939-1985.**
Fundación Santillana. Ministerio de Cultura. Madrid.

CAMACHO, Rosario
(1991) **Imágenes para leer. Algunos alfabetos antropomorfos.**
(art. rev. «Fragmentos», n° 17-18-19, pàgs 30-46, Madrid)

CAROLI, Flavio
(1979) **Parola-Immagine.**
Fabbri. Milano.

CARPENTER, Edmund i MCLUHAN, Marshall
(1960) **Exploration in communication.**
Beacon Press. Boston.

CARRASCAL, Ana
(1986) **Enciclopedia del periodismo. Prensa y medios de comunicación.**
Mitre. Barcelona.

CARTER, Sebastian
(1987) **Twentieth century type designers.**
Trefoil. Londres.

CASAS SANTASUSANA, E.
(1963) **Enciclopedia de la publicidad.**
De Gasso Hermanos. Barcelona.

CASETTI, F.
(1980) **Introducción a la semiótica.**
Fontanella. Barcelona.

(1983) **Tàctiques de la informació, és a dir, fer mirar, mirar junts, reveure.**
(art. rev. «Anàlisi» nº 7-8)

CASTLEMAN, Riva
(1986) **Jasper Johns. A print retrospective.**
The Museum of Modern Art. New York.

Catàleg Exposició
(1982) **Ricard Giralt Miracle. Cinquanta anys de creació gràfica.**
Fundació Joan Miró. Barcelona.

Catàleg Exposició
(1984) **Ecritures dans la peinture.**
Centre National des Arts Plastiques. Ville Arson. Nice. France.

Catàleg Exposició
(1988) **Les années 50.**
Centre Pompidou. París.

Catàleg Exposició
(1989) **Alfons Roig i els seus amics.**
Excma. Diputació de València. València.

Catàleg Exposició
(1990) **The Independent Group.**
Editat per David Robins.
I.V.A.M. Centre Julio González. València.

Catàleg Exposició
(1991) **Grupo Parpalló 1956-1961.**
Ed. Alfons el Magnànim. I.V.E.I. Diputació de València. València.

Catàleg Tipus
(1974) **The Type specimen book.**
Van Nostrand Reinhold Co. N. York.

Centre d'Étude et de Recherche Typographiques.
(1982) **De Plomb, d'Encre et de Lumière. Essai sur la Typographie et la communication écrite.**
Imprimerie Nationale. París.

CLARK, Keneth
(1962) **The Gothic Revival.**
Icon Editions. New York.

CLICK, J. W. i BAIRD, N.
(1989) **Magazine editing and Production.**
W. C. Brown. Iowa.

COMBALIA, Victòria
(1984) **Antoni Tàpies.**
Polígrafa. Barcelona.

COMPANY-RAMON, Juan Miguel
(1987) **El trazo de la letra en la imagen: texto literario y texto fílmico.**
Cátedra. Madrid.

CORNOG, D. Y.
(1970) **Legibility of alphanumeric characters and other symbols.**
National Bureau of standars miscellaneous Publication. Washington.

CORREDOR MATEOS, José
(1991) **Graffiti: Palabra y signo gráfico.**
(ar. rev. «Fragmentos», nº 17-18-19, pàgs. 118-127, Madrid)

DE LA GARANDERIE, Antoine
(1990) **Comprendre i imaginar.**
Barcanova. Barcelona.

DESVOIS, J. M.
(1977) **La prensa en España (1900-1961)**
Siglo XXI. Madrid.

DI GRAPPA, Carol (ed.)
(1980) **Fashion Theory**.
Lustrum Press. N. York.

DONDIS, Donis A.
(1982) **La sintaxis de la imagen**.
Gustavo Gili. Barcelona.
-A Primer of visual Literacy, 1973-

DORFLES, Gillo
(1975) **Símbolo, comunicación y consumo**.
Lumen. Barcelona.

(1988) **Il feticcio quotidiano**.
Giangiaco Feltrinelli. Milà.

DREYFUSS, Henry
(1984) **Symbol Sourcebook**.
Van Nostrand Reinhold. New York.

DREYFUSS, J. i RICHAUDEAU, F.
(1977) **La chose imprimée**.
Ed. Retz - CEPL. París.

DRUET, Roger i GREGOIRE, Herman
(1976) **La civilisation de l'écriture**
Fayard. París.

DUCHESNE, Alain i LEGUAY, Thierry
(1984) **Petite fabrique de Littérature**.
Magnard. París.

DUENSING, Paul Hayden
(1988) **Florilegium typographia, a printer's bouquet of types**.
(art. rev. «Fine Print» v14, pàgs. 8-10)

DURAND, Jean-Marie (et alt.)
(1977) **L'espace de la lettre**.
Union Générale d'Editions. París.

ECO, Umberto
(1971) **Le Forme del Contenuto.**
Bompiani. Milà.

(1975) **La estructura ausente.**
Lumen. Barcelona.
-1ª ed. italiana en Bompiani, 1968-

(1976) **El signo.**
Labor. Barcelona.
-1ª ed. italiana a Isedi, Milà 1973-

(1977) **Tratado de semiótica general.**
Lumen. Barcelona.
-1ª ed. italiana a Bompiani, Milà 1975-

(1978) **Pour une reformulation du concept de signe iconique.**
(art. rev. «Communications» n° 29, pàgs. 141-191)

(1979) **Obra abierta.**
Ed. Ariel. Barcelona.
-1a ed. italiana de 1962-

(1985) **La definición del arte.**
Ed. Planeta. Barcelona.
-1a ed. italiana 1968-

(1985) **Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas.**
Ed. Lumen. Barcelona.
-1a ed. italiana de 1965-

ERMOYAN, Suren
(1957) **How Magazine Art Directors Build Readership.**
(art. rev. «Art Direction for Visual Communication»)

ESQUIVEL LOZANO, Fernando
(1985) **La prensa escrita en México y España.**
Tesis Doctoral. Dir.: Miguel Urabayen. Univ. de Navarra.

EVANS, Harold M.
(1978) **Pictures on a Page; Photo journalism, graphics and Picture Editing.**
Heinemann. Londres.

(1984a) **Diseño y compaginación de la prensa diaria.**
Gustavo Gili. Barcelona.
-1ª ed. a Londres, ed. Heinemann (1976)-

(1984b) **Front Page History.**
Penguin Books. Londres.

EVERETT, Stephen E.; EVERETT, George A.
(1988) **The blurring of headline sizes under new editing technology.**
(art. rev. «Journalism Quarterly» v65, pàgs 627-33)

FARNDON, Roy
(1990) **A face to the future (the change conditions which have helped to shape design magazine)**
(art. rev. «Design» -London- vno495, pàg 62-3)

FLETCHER, A.
(1963) **Graphic Design: Visual Comparisons.**
Londres.

FONT, Doménec
(1981) **El poder de la imagen.**
Salvat. Barcelona.

FOUCAULT, M.
(1968) **Las palabras y las cosas.**
Siglo XXI. México.
-1ª ed. francesa a Gallimard, París 1966-

(1981) **Esto no es una pipa.**
Anagrama. Barcelona.

FRESNAULT-DERUELLE, Pierre
(1983) **L'image manipulée.**
Ediling. París.

FRIEDMAN, Mildred (et alt.)
(1989) **Graphic Design in America: A visual Language History.**
Walker Arts Center. Ed. Abrams. Minneapolis.

FRIEDRICH, Johannes
(1989) **Le scrittore scomparsa.**
RCS Sansoni. Firenze
-1a ed. Verlag, Berlin 1966-

FRUTIGER, Adrian
(1980) **Type, sign, symbol.**
ABC Verlag. Zurich.

- FULCHIGNONI, Enrico
(1975) **La civilisation de l'image ou les boites de Pandora.**
Payot. París.
- FUSTER, Joan
(1981) **El descrèdit de la realitat.**
Ed. 62. Barcelona.
-1a ed. a Moll, Mallorca 1955-
- GARCIA, Mario R.
(1984) **Diseño y remodelación de periódicos.**
EUNSA. Pamplona.
- GARLAND, Kenneth
(1960) **Structure and Substance.**
(art. rev. en «Penrose Annual», vol. 54)
- (1989) **Graphics, Design and Printing Terms.**
Lund Humphries. Londres.
- GAUTIER, Guy
(1982) **Vingt leçons sur l'image et le sens**
Ediling. París.
- GELB, Ignace J.
(1987) **Historia de la escritura.**
Alianza Ed. Madrid.
-1a ed. a Chicago, 1952-
- GENETTE, G.
(1966) **Figures.**
Editions du Seuil. París.
- GENTRY, James K.; ZANG, Barbara
(1989) **Newspapers' new face; the graphics editor takes charge.**
(art. rev. «WJR» v11, pàgs 24-8)
- GEORGES LEMAIRE, G.
(1986) **Les mots en liberté futuristes.**
Jacques Damase. París.
- GERSTNER, Karl
(1959) **The New Graphic Art.**
Alec Tiranti. Londres.

(1979) **Diseñar Programas.**

Gustavo Gili. Barcelona.

GILL, Bob

(1982) **Olvide todas las reglas que le hayan enseñado sobre diseño gráfico, incluso las de este libro.**

Gustavo Gili. Barcelona.

GILL, Eric

(1979) **The letter forms and type designs.**

Westerham Press. London.

GIMENO BLAY, Francisco

(1991) **De scripturis in picturis.**

(art. rev. «Fragmentos» nº 17-18-19, pàgs. 176-183, Madrid)

GIRALT-MIRACLE, Daniel

(1981) **Historia social y cultural del cartel.**

Ministerio de Cultura. Madrid.

GLASER, Milton

(1973) **Graphic Design.**

The Overlook Press. New York.

GOMBRICH, Ernst Hans

(1982) **Arte e ilusión.**

Gustavo Gili. Barcelona.

(1987) **La imagen y el ojo.**

Alianza. Madrid.

GOMBRICH, E. H., HOCHBERG, Julian i BLACK, Max

(1983) **Arte, percepción y realidad.**

Paidós. Barcelona.

GOMEZ DE ARMILLO, Tomás

(1984) **Aproximación a una ciencia de la forma de la comunicación gráfica.**

Edición del autor. Madrid.

GOMIS, Llorenç

(1989) **Teoria dels gèneres periodístics.**

Generalitat de Catalunya. Barcelona.

GOURIOU, Ch.

(1990) **Mémento Typographique.**

Editions du Cercle de la Librairie. Paris.

GRAY, Bill
(1983) **Consejos prácticos para diseñadores y dibujantes.**
Gustavo Gili. Barcelona.

GUBERN, Roman
(1974a) **El lenguaje de los comics.**
Península. Barcelona.

(1974b) **Mensajes icónicos en la cultura de masas.**
Lumen. Barcelona.

HACK, Berthold i ROHSE, Otto
(1982) **Richard von Sichowsky, Typograph.**
Maximilian. Gesellschaft.

HALAS, John
(1989) **Language and Typography**
(art. rev. «Novum Gebrauschgraphik» v60, pàgs 42-7)

HAVELOCK, Eric A.
(1981) **Aux origines de la civilisation écrite en Occident.**
Maspero. París.

HELBERT, Clifford L. (ed.)
(1959) **Printing Progress: A Mid-Century Report.**
IAPHC. Cincinnati.

HELBO, André (et alt.)
(1978) **Semiología de la representación.**
Gustavo Gili. Barcelona.

HELLER, Steven
(1985) **Back in the U.S.S.R. (Typographica U.S.S.R. -the art of lettering, calligraphy and type design)**
(art. rev. «Industrial Design» v32, pàgs 52-5)

(1987) **Willy Fleckhaus: the modern master of magazine design.**
(art. rev. «Graphis» v43, pàgs 10-23)

(1988) **Seymour Chwast: Graphic Style: from Victorian to Post-Modern.**
Harry N. Abrams. N. York.

HEWITT, Helen-Jo Jakusz
(1985) **Computers, bibliography, and foreign language typography.**
(art. rev. «Computers and the Humanities», v19, pàgs 89-95)

HOFMANN, Armin
(1965) **Graphic Design Manual.**
Van Nostrand Reinhold. N. York.

HOHENEGGER, Alfred
(1986) **La presenza della diagonale nell'arte.**
Romana Libri Alfabeto. Roma.

HOFFMAN, Randi
(1986) **Read all about it: current photo, illustration and printing techniques
update design in newsprint.**
(art. rev. «Art Direction», v38, pàgs 38-40)

HURLBURT, Allen
(1976) **Publication Design.**
Van Nostrand Reinhold. N. York.

(1977) **Layout: The Design of the Printed Page.**
Watson-Guptill Publications. N. York.

(1978) **The Grid: A Modular System for the Design of Newspapers, Magazines
and Books.**
Van Nostrand Reinhold. New York.

HUTCHINGS, R. S.
(1963) **The Western Heritage of Type Design.**
Cory, Adams & Mackay Ltd. Londres.

HUTT, Allen
(1960) **Newspaper Design.**
Oxford University Press. Londres.

(1973) **The Changing Newspaper. Typographic Trends.**
Fraser. London.

IGLESIAS GONZALEZ, Francisco
(1979) **Prensa Española S. A., editora e ABC y de Blanco y Negro (1891-1978)**
Tesis doctoral. Dir.: Alfonso Nieto. Univ. de Navarra.

IVINS, William M. Jr.
(1975) **Imagen impresa y conocimiento.**
Ed. Gustavo Gili. Barcelona.
-1a ed a Londres, 1953-

JACKSON, Donald
(1982) **Histoire de l'écriture.**
Denoël. Paris.

JACNO, Marcel
(1978) **Anatomie de la lettre.**
Compagnie Française d'Éditions. Paris.

JAKOBSON, Roman
(1963) **Essais de linguistique générale.**
Editions du minuit. Paris.

JARDI, Enric
(1983) **El cartellisme a Catalunya.**
Ed. Destino. Barcelona.

JEAN, Georges
(1990) **La escritura, archivo de la memoria.**
Aguilar Ed. . Madrid.

JONES, Christopher
(1982) **Métodos de diseño.**
Gustavo Gili. Barcelona.

(1986) **Arts Meets Science: The Cover Art of New Scientist.**
New Scientist. Londres.

(1988) **Diseñar el diseño.**
Gustavo Gili. Barcelona.

JONES, Herbert
(1958) **The Magic Power of Magazines**
(art. rev. en «Penrose Annual», vol. 52)

JONES, Mike
(1989) **Reverting to type**
(art. rev. «Design» -London- vno491, pàgs 52-4)

(1990) **Slowly does it: Stephen Hitchens has begun redesigning The Sunday Times.**
(art. rev. «Design» -London- vno499, pàg 32-4)

(1990) **Two colors, one vision.**
(art. rev. «Design» -London- vno500, pàg 64-66)

(1990) **Apple Mac Typography**
(art. rev. «Design» -London- vno504, pàg 72)

(1991) **National characters (Norway as commissioned itself a new alphabet and, it hopes, a new identity)**

(art. rev. «Design» -London- vno510, pàgs 28-30)

JOHN, Lynn

(1989) **Cómo preparar diseños para la imprenta.**

Ed. Gustavo Gili. Barcelona.

-1ª ed. PLC, Londres 1988-

KANIZSA, Gaetano

(1986) **Gramática de la visión.**

Ed. Paidós. Barcelona.

-1a ed. a Bolonya, 1980-

KAPR, Albert

(1983) **The art of Lettering.**

K. G. Saur Verlag. Munic.

(1985) **The art of lettering; the history, anatomy and aesthetics of the Roman letter forms.**

(art. rev. «The Papers of the Bibliographical Society of America», n° 3, pàgs 448-50)

KEPES, György

(1969) **El lenguaje de la visión.**

Ed. Infinito. Buenos Aires.

-1ª ed. a Chicago (1944)-

KERLOW, Isaac

(1985) **An Alphabet from ancient architecture (combined Pro-Columbian geometry and computer technology)**

(art. rev. «Design» -London- vno436, pàg 19)

KELLY, James D.

(1989) **The data-ink ratio and accuracy of newspaper graphs.**

(art. rev. «Journalism Quaterly», n° 66, pàgs. 632-9)

KENETH, Day

(1965) **Book Typography 1815-1965.**

The University of Chicago Press. Chicago.

KINROSS, Robin

(1988) **The New Tradition.**

(art. rev. en «Blueprint», n° 46, abril 1988)

KINSER, B. i SOMMESE, L.
(1981) **Herb Lubalin und das Typo Journal UßIc.**
(art. rev. en «Novum Gebrauschgraphik», n° 6)

KIRBY, Tim
(1990) **Mould the front page (the controversial role of the designer as newspapers face crisis of confidence)**
(art. rev. «Design» -London- vno 503, pàgs 22-5)

KRISTEVA, Julia
(1981) **Le langage cet inconnu.**
Le Seuil. París.

KNAPP, M. L.
(1982) **La comunicació no verbal.**
Paidós. Barcelona.

KUIPER, Eric de; i POPPE, Emile
(1981) **Voir et regarder.**
(art. rev. «Communications» n° 34)

KURNHARDT, Philip B. (ed.)
(1986) **«Life»: The First Fifty Years 1936-1986.**
Little Brown and Co.. Boston.

LACOUÉ-LABARTHE, Philippe
(1990) **Typography; mimesis, philosophy, politics.**
(art. rev. «The Review of Metaphysics», n° 44, pàgs 421-4)

LAFONT, Robert, et alt.
(1984) **Anthropologie de l'écriture.**
Centre Georges Pompidou, CCI. París.

LAMBERT, Frederic
(1972) **Letters forms: 110 complete alphabets.**
Dover. New York.

(1986) **Mytographics.**
Ediling. París.

LARREULA, Enric
(1985) **Les revistes infantils catalanes de 1939 ençà.**
Edicions 62. Barcelona.

LE MEN, Ségolene
(1986) **De l'image au livre: l'éditeur Aubert et l'abécédaire en estampe.**
(art. rev. «Nouvelles de l'Estampe n° 90, pàg. 24, París)

LEHNER, Ernst
(1950) **Symbols, Signs & Signets.**
Dover Publications Inc.. New York.

LESTER, Paul
(1988) **Use of visual elements on newspaper front pages.**
(art. rev. «Journalism Quarterly» v65, pàgs 760-63)

LEU, Olaf
(1988) **West German design today.**
(art. rev. «Print» -N.Y.- v42, pàgs 90-101)

LUBALIN, Herb
(1979) **Herb Lubalin's Typography Issue.**
(art. rev. «Print», maig-juny 1979)

LUCA DE TENA, Torcuato
(1956) **La prensa ante las masas.**
Asociación española de prensa técnica. Castilla. Madrid.

(1958) **Cincuenta años de prensa técnica.**
Asociación española de prensa técnica. Castilla. Madrid.

LUIDL, Phillip
(1990) **The Basic Law**
(art. rev. «Novum Gebrauchsgraphik», v61, pàgs 52-5)

MACHET, Anne
(1987) **Si la mémoire m'était comptée. Symbolique des nombres et mémoires artificielles de l'Antiquité à nos jours.**
Presses Universitaires. Lyon.

MAIER, Manfred
(1982) **Procesos elementales de proyectación y configuración.**
4 vol. Especialment el n°2 (Escritura)
Gustavo Gili. Barcelona.

MARCH, Marion
(1989) **Tipografía creativa.**
Gustavo Gili. Barcelona.
-1ª ed. PLC Londres, 1988-

MARTINEZ DE SOUSA, José
(1981) **Diccionario de Tipografía y del Libro.**
Paraninfo. Madrid.

MASSIN
(1973) **La Lettre et l'image.**
Ed. Gallimard. París.

(1988) **L'ABC du métier.**
Imprimerie Nationale. París.

McDONALD, Dwight
(1969) **La industria de la cultura.**
Alberto Corazón. Madrid.

McLEAN, Ruari
(1987) **Tipografía.**
Hermann Blume. Madrid.
-1ª ed. a Thames and Hudson, Londres 1980-

McDOUGALL, Angus i HAMPTON, Veita Jo
(1989) **Picture editing and Layout. A Guide to Better Visual Comunication.**
Kappa Alpha Mu Book Fund. Columbia (Missouri)

McLUHAN, Marshall
(1969) **La comprensión de los medios como las extensiones del hombre.**
Diana. México.

(1988) **La Galaxia Gutenberg: Génesis del homo Typographicus.**
Planeta-De Agostini. Barcelona.
-1ª ed. University of Toronto Press, 1962-

MEGGS, Philip B.
(1983) **A History of Graphic Design.**
Van Nostrand Reinhold. New York.

(1989) **Type & Image. The Language of Graphic Design.**
Van Nostrand Reinhold. New York.

MELICH, Antonio
(1964) **La influencia de la imagen en la sociedad de masas.**
Instituto de periodismo. Pamplona.

MILLET, C.
(1972) **Textes sur l'art conceptuel.**
Templon. París.

MITCHELL, W. J. Thomas (ed.)
(1980) **The language of images**
The University of Chicago Press. Chicago.

(1986) **Iconology: Image, text, ideology.**
The University of Chicago Press. Chicago.

MOEN, Daryl
(1989) **Newspaper layout and Design.**
The Iowa State University Press. Ames (Iowa).

MOLES, Abraham A.
(1958) **Théorie de l'information et perception esthétique.**
Flamarion. París.

(1975) **La comunicación y los mass media.**
Mensajero. Bilbao.

MORIARTY, Sandra Ernst
(1986) **A search for the optimum line length.**
(art. rev. «Journalism Quarterly», v63, pàgs 337-40)

MORISON, Stanley
(1968) **Letter forms. Typographic and escriptorial. Clasification.**
Nattali and Maurice. London.

(1989) **Les premiers principes de la Typographie.**
Jérôme Millon. Grenoble.

MORRIS, Charles
(1962) **Signos, lenguaje y cultura.**
Losada. Buenos Aires.
-1ª ed. anglesa a New York, 1945-

(1985) **Fundamentos de la teoría de los signos.**
Paidós. Barcelona.
-text original escrit l'any 1935-

MORTON, John
(1988) **The business of journalism; this is not an advertorial.**
(art. rev. «WJR», v10, pàg. 12)

(1990) **The Sally Rand rule of white space.**
(art. rev. «WJR», v12, pàg 48)

MÜLLER BROCKMANN, Josef
(1971) **Histoire de la communication visuelle.**
Arthur Niggli Ltd. Nieder Teufen (Suïssa)

(1982) **Sistemas de retículas. Un manual para diseñadores gráficos.**
Gustavo Gili. Barcelona.

(1983) **The Graphic Designer and His Design Problems.**
Arthur Niggli/Hastings House. Nova York.

MUNARI, Bruno
(1985) **Diseño y comunicación visual.**
Gustavo Gili. Barcelona.

NAGELI, Beat
(1989) **A weekly newspaper (student design project for imaginary publication)**
(art. rev. «Novum Gebrauchsgraphik» v60, pàgs. 14-17)

ORTEGA, J.L. et alt.
(1985) **La prensa y los medios de comunicación.**
Paulinas. Madrid.

OWEN, William
(1991) **Diseño de revistas.**
Gustavo Gili. Barcelona.
-1ª ed. a Londres, 1991-

PANOFSKY, Erwin
(1972) **Estudios sobre iconología.**
Alianza. Madrid.

PARAMIO, Ludolfo
(1971) **Mito e ideología.**
Alberto Corazón. Madrid.

(1976) **España. Vanguardia artística y realidad social: 1936-76.**
Gustavo Gili. Barcelona.

PARES I MAICAS, Manuel, et alt.
(1988) **Spanish Bibliography on Mass Communication.**
Servei de Publicacions Universitat Autònoma de Barcelona.

PEDRAZA, Pilar
(1991) **Iván Zulueta: Unos carteles de cine.**
(art. rev. «Fragmentos» nº 17-18-19, pàgs 85-92, Madrid)

PEIGNOT, Jérôme
(1967) **De l'écriture à la Typographie**
Gallimard. París.

PEIRCE, Charles Sanders
(1878) **Écrits sur le signe.**
Seuil. París.

PELTZER, Gonzalo
(1991) **Periodismo iconográfico.**
Ed. Rialp. Madrid.

PERAN, Martí i BARAÑAL, Angel
(1991) **Escribir y dibujar, en el fondo no son lo mismo.**
(art. rev. «Fragmentos» n^o 17-18-19, pàgs. 151-168, Madrid)

PEREC, Georges
(1983) **Especies d'espaces.**
Galilée. París.

PEREZ TORNERO, José Manuel
(1982) **La semiótica de la publicidad.**
Mitre. Barcelona.

PETERSON, Theodore
(1964) **Magazines in the 20th Century.**
University of Illinois. Urbana.

PIGNATARI, Décio
(1977) **Información, lenguaje, comunicación.**
Ed. Gustavo Gili. Barcelona.
-1a ed. brasilera de 1973-

PLEYNET, M.
(1977) **Art et litterature.**
-pàgs 304 a 323: «Dessin des lettres, des chiffres et des mots ou La peinture par l'oreille. Cy Twombly»-
Ed. Seuil. París.

POSTMAN, Neil
(1990) **Divertim-nos fins a morir.**
Llibres de l'Index. Barcelona.
-1a ed. a New York, 1985-

PRIETO, Luís José
(1967) **Mensajes y señales.**
Seix Barral. Barcelona.

QUENEAU, Raymond
(1965) **Batons, chiffres et lettres.**
Gallimard. París.

RAMIREZ, Juan Antonio
(1981) **Medios de masas e historia del arte.**
Ed. Cátedra. Madrid.

RAMONET, Ignacio
(1980) **Le chewing-gum des yeux.**
Alain Moreau. París.

RAMOS, Alice
(1987) **«Signum»: de la semiótica universal a la metafísica del signo.**
EUNSA. Pamplona.

RANDALL, Starr D.
(1986) **How editing and typesetting technology affects typographical error rate.**
(art. rev. «Journalism Quarterly», v63, pàgs. 763-70)

READ, Herbert
(1971) **Las raíces del arte.**
Ed. Infinito. Buenos Aires.
-1a ed. en anglés 1946-

RICHAUDEAU, François
(1969) **La Lisibilité.**
Denoël / Gonthier. París.

RICHAUDEAU, François (dir.)
(1987) **La legibilidad: investigaciones actuales.**
Fund. Germán Sánchez Ruipérez. Madrid.

RIPA, Cesare
(1987) **Iconología.**
Akal. Madrid.

REID, Leonard N., et alt.
(1984) **Attention to magazine ads as function of layout design.**
(art. rev. «Journalism Quarterly», v61, pàgs 439-41)

RIPA, Cesare
(1988) **Iconología.**
Akal. Madrid.

RIVIERE, Magarita
(1977) **La moda, ¿comunicación o incomunicación?.**
Ed. Gustavo Gili. Barcelona.

RODRIGUEZ DIEGUEZ, José Luís
(1977) **Las funciones de la imagen en la enseñanza.**
Gustavo Gili. Barcelona.

ROTZLER, Willy
(1982) **Who's who in graphic art.**
Walter Amstutz, De Clivo Press. Suïssa. 2 vol.

RUDER, Emil
(1982) **Typographie: un manuel de création.**
Arthur Niggli. Teufen (Suïssa)

(1983) **Manual de diseño tipográfico.**
Gustavo Gili. Barcelona.

RUEGG, Ruedi
(1990) **Basic typography; design with letters.**
(art. rev. «Print» -N.Y.- v44, pàg 316)

RUSSEL, Pat
(1988) **Alfabetos ornamentales**
Libsa. Madrid.

SANTORO, Joe
(1991) **Design bits: multiple page layouts? Hold the folios.**
(art. rev. «Art Direction», v42, pàg. 66-67)

SANTOS GUERRA, M. A.
(1984) **Imagen y educación.**
Anaya. Madrid.

SATUÉ, Enric
(1984) **Un museu al carrer. Lletres, imatges i tècniques dels rètols comercials a Catalunya.**
Diputació de Barcelona. Barcelona.

(1987) **El disseny gràfic a Catalunya.**
Ed. Los Libros de la Frontera. Barcelona.

(1988) **El diseño gráfico.**
Alianza Editorial. Madrid.

(1990) **El llibre dels anuncis.** Vol III (1940-62)
Alta Fulla. Barcelona.

SCHACHT, John H.
(1976) **A Bibliography of the Study of Magazines.**
University of Illinois. Urbana.

SCULLEY, John
(1988) **De Pepsi a Apple.**
Ediciones B. Barcelona.

SEBASTIAN, Santiago
(1991) **La inscripción como clave y aclaración iconográfica.**
(art. rev. «Fragmentos», nº 17-18-19, pàgs 128-138, Madrid)

SEGALL, CAMPBELL, HERSKOVITS
(1966) **The influence of Culture on Visual Perception.**
Bobbs-Merril. New York.

SILVERMAN, Hélène
(1988) **Design 'o' the times**
(art. rev. «ID» -N.Y.- v35, pàgs 50-53)

SMITH, Anthony
(1979) **The Newspaper: An International History.**
Thames and Hudson. Londres.

(1983) **Goodbye Gutenberg. La revolución del periodismo electrónico.**
Gustavo Gili. Barcelona.

SNYDER, Gertrude
(1984) **Herb Lubalin Art Director, Graphic Designer & Typographer.**
(art. rev. «Graphis», nº 235)

SPENCER, H.
(1969) **Pioneers of the Modern Typography.**
Lund Humphries. Londres.

SOLOMON, Martin
(1988) **El arte de la Tipografía.**
Tellus. Madrid.
-1a ed. a Watson-Guptil, N.Y. 1986-

SOUTHALL, Richard
(1988) **Hermann Zapf and his design philosophy.**
(art. rev. «Fine Print» v14, pàg. 84)

SPENCER, Herbert
(1982) **Pioneers of Modern Typography.**
Lund Humphries. Londres.

SPENCER, Herbert (ed.), foreword by Aaron Burns
(1987) **The Liberated page.** An anthology of major thypographic experiments of this century as recorded in «Typographica» magazine.
Lund Humphries. London.

STAAL, G. i WOLTERS, H. (eds.)
(1987) **Holland in Vorm: Dutch Design 1945-87.**
Stichting Holland in Vorm. Den Haag.

STANTON, James C.
(1986) **Newspaper design preferences among students revisited.**
(art. rev. «Journalism Quarterly», v63, pàgs. 633-6)

STEINBERG, S. H.
(1974) **500 Years of Printing.**
Penguin Books. Londres.

SUTTON, James
(1968) **An Atlas of Typeforms.**
Lund Humphries. London.

SWANN, Cal
(1969) **Techniques of Typography.**
Lund Humphries. London.

THEVOZ, M.
(1980) **L'Art Brut.**
Skira. Genève.

THOMPSON, Bradbury
(1988) **The Art of Graphic Design.**
Yale University Press. New Haven.

TORRENT, Joan i TÀSIS, Rafael
(1966) **Història de la premsa catalana.**
Bruguera. Barcelona.

TOSCHI, Giuseppe
(1981) **Fumetto, fiaba e lettura**
Società Editrice Internazionale. Torí.

TSCHICHOLD, Jan
(1967) **Asymmetric Typography.**
Reinhold. New York.

TWYMAN, Michael
(1989) **Hermann Zapf and his design philosophy (review article).**
(art. rev. «Visible Language», v23, pàg. 393-400)

UBIA, Josep i TOUS, Josep
(1984) **Curso Diseño Gráfico.**
Institución de Estudios Politécnicos. Barcelona.

UPDIKE, Daniel Berkeley
(1980) **Printing Types: Their history, forms and use.**
Dover. New York.

URBAN, Dieter
(1984) **Text design: typography or speech?**
(art. rev. «Novum Gebrauchsgraphik», v55, pàgs. 6-13)

UREÑA, Gabriel
(1982) **Las vanguardias artísticas en la postguerra española. 1940-1959.**
Ed. Istmo. Madrid.

UTT, Sandra H.; PASTERNAK, Steve
(1989) **How they look: an updated study of American newspaper front pages.**
(art. rev. «Journalism Quarterly» v66, pàgs. 621-27)

VÉLEZ, Pilar
(1991) **De la caligrafía gótica a la imprenta neogótica.**
(art. rev. «Fragmentos» n^o 17-18-19, pàgs. 145-150, Madrid)

VERMEIL, François
(1990) **Entre les lignes (graphic design)**
(art. rev. «L'Architecture d'aujourd'hui», vno272, pàg 28-9)

VILA, Ignasi
(1987) **Vigotski: la mediació semiòtica de la ment.**
Eumo. Vic.

VILCHES, Lorenzo
(1987) **Teoría de la imagen periodística.**
Paidós. Barcelona.

(1988) **La lectura de la imagen.**
Paidós ibérica. Barcelona.

VILCHES, L.; i PEREZ TORNERO, J. M.
(1982) **Teoría y análisis de la lectura del periódico.**
I.C.E. Univ. Autónoma de Barcelona.

VILLAFANE, Justo
(1985) **Introducción a la teoría de la imagen.**
Pirámide. Madrid.

VV. AA.
(1961) **Le lettrisme et hypergraphie dans la peinture et la sculpture contemporaine.**
Jean Grassin. París.

VV. AA. del SEMINARIO DE SOCIOLOGIA DE LA EDUCACION
(1981) **Prensa infantil y educación.**
Universitat de Barcelona.

VV. AA. del I SIMPOSI INTERNACIONAL
(1983) **La premsa a l'escola.**
Dep. de Cultura de la Generalitat de Catalunya. Barcelona.

(1989) **La Quimera Moderna. Los poblados dirigidos de Madrid en la arquitectura de los cincuenta.**
Hermann Blume. Madrid.

WESSON, David A.
(1989) **Headline length as a factor in magazine ad readership.**
(art. rev. «Journalism Quarterly» v66, pàgs 466-8)

WESSON, David A.; STEWART, Eileen
(1987) **Gender and readership of heads in magazine ads.**
(art. rev. «Journalism Quarterly», v64, pàg 189-93)

WHITE, Cynthia
(1968) **Women's Magazines 1693-1968.**
Joseph. Londres.

WICK, Rainer
(1986) **Pedagogía de la Bauhaus.**
Alianza Forma. Madrid.

WILL-LEVAILLANT, F.
(1983) «La lettre dans la peinture cubiste», a **Le cubisme.**
C.I.E.R.E.C. Saint-Etienne.

WINGLER, Hans H.
(1975) **La Bauhaus.**
Gustavo Gili. Barcelona.

WOLF, Mauro
(1982) **Sociologías de la vida cotidiana.**
Cátedra. Madrid.

WOLFE, Tom
(1976) **La palabra pintada.**
Anagrama. Barcelona.
-1a ed. Harper's Magazine, N.Y. 1975-

ZAPF, Hermann
(1970) **Manuale Tipographicum.**
The MIT Press. Londres
-1a ed. Cambridge, Massachusetts 1957-

ZUNZUNEGUI, Santos
(1989) **Pensar la imagen.**
Cátedra/Universidad del País Vasco. Madrid.