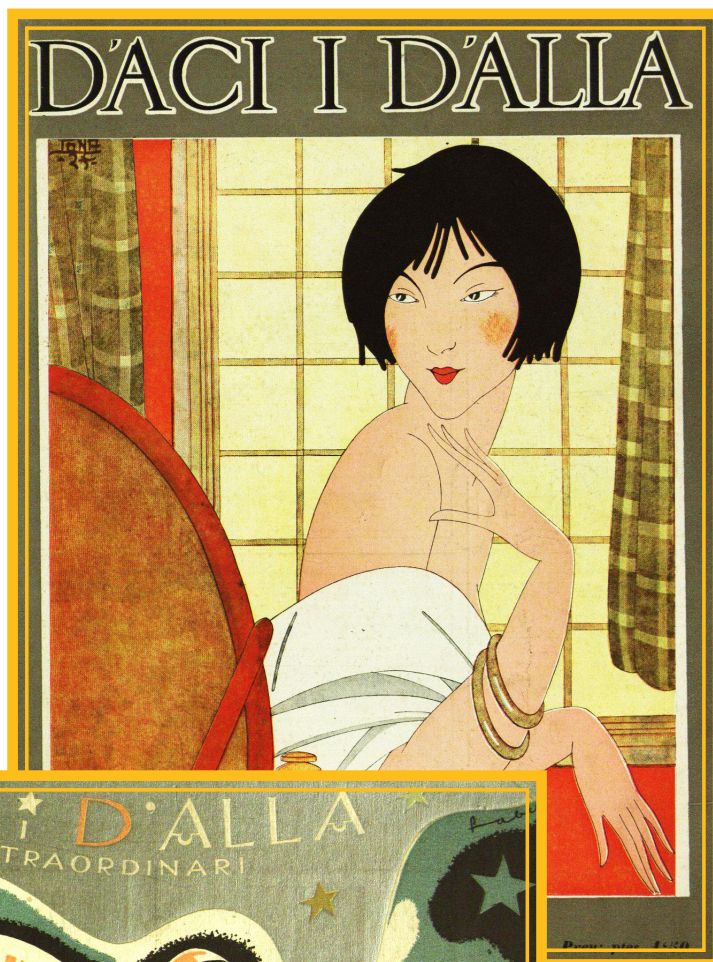


EXPRESIÓN GRÁFICA

EN EL MAGAZINE D'ACÍ I D'ALLÀ (1918- 1936)

M. Ángeles Antolínez Medrano - Trabajo Final de Grado en
Història de l'Art - NIU. 14503694 - Universitat de Barcelona.
Tutora: Teresa M. Sala García. - Curso 2015/2016 -
Barcelona, Junio 2016.



«Los verdaderos mitos del tiempo de nuestra República, así mirados por los ojos de un niño de ocho a doce años que provenía de la burguesía intelectual catalana, eran especialmente los del mundo de la modernidad, del confort, de la salud y de la elegancia, conocido sobretodo a partir de las paginas de la revista "D'Ací i D'Allà", especialmente de la última serie (los cosidos con espiral metálica) [...] los concursos de golf o de polo, los elásticos cuerpos de las chicas alemanas, las casas "cubistas", los interiores de Marco, los retratos de las señoritas Bertran o Gomis, la clínica dental de Ángel y Carlos Bofill (a la que los llevaban muy a menudo), la pintura de Sunyer, de Obiols o de Anglada Camarasa; y sobre todo al entonces inquietante "arte de vanguardia". Ingeniería, producción, bienestar, vacaciones de verano, ciencia, nivel de vida, deportes de nieve, cine, la Garbo, Chaplín, comedias musicales, las novelas de la Proa, el gramófono de 78 revoluciones...».

Antoni Tapies, Memoria personal, p. 76.

Índice

1. INTRODUCCIÓN.	5
1.1 DESCRIPCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO.	6
1.2 OBJETIVOS.	8
1.3 CONTEXTO.	8
2. METODOLOGÍA	11
2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE TRABAJO.	12
2.2 DIVISIÓN TEMPORAL POR FORMATOS.	15
2.3 CRITERIOS DE SELECCIÓN BIBLIOGRÁFICA	16
3. EXPRESIÓN GRÁFICA EN BARCELONA, DEL 1918 AL 1936.	17
3.1 DE LAS ARTES GRÁFICAS A LA INDUSTRIA GRÁFICA. Antecedentes del S.XIX, que se convierten en realidades en el S. XX.. . . .	19
3.2 NUEVAS PROFESIONES, NUEVAS EXPRESIONES. La configuración en lo gráfico de la estética Noucentista.	22
3.3 APROPIACIÓN Y REFLEXIÓN DE LO MODERNO. Conocimiento de las tendencias europeas 1/3 siglo XX.	27
3.4 LA IMPORTANCIA DE LA VANGUARDIA. Desarrollo de la vanguardia gráfica en Barcelona.	31
4. EL MAGAZINE D'ACÍ D'ALLÀ	33
4.1 - 1ª ETAPA, 245 X 170 MM. (1918 - 1924).	39
4.2 - 2ª ETAPA, 330 X 245 MM. (1924 - 1931)	43
4.3 - 3ª ETAPA, 330 X 285 MM. (1932 - 1936)	47
5. CONCLUSIONES	52
6. BIBLIOGRAFÍA	56



Portada D'Ací i d'Allà, Octubre 1924

1. Introducción

Este estado de la cuestión se origina a partir del interés en comprender el desarrollo artístico y cultural actual. Este interés nos ha llevado a situarnos en el principio del siglo pasado, una época con una situación de crisis de pensamiento que nos ha parecido similar a la actual. A partir de esta idea, pensamos que lo más evidente para llegar a esta comprensión, era hacer un estudio desde el interior de un medio de comunicación gráfica. Para ello, hemos escogido el Magazine *D'Ací d'Allà*, editado desde el Enero de 1918 hasta el verano del 1936.

Naturalmente las similitudes entre los dos siglos no son exactas, pero si todo lo que corresponde a la adaptación del ser humano ante una época de desarrollo tecnológico, y es aquí donde vamos a incidir más.

Nos interesa dar un valor a la aparición de los nuevos medios tecnológicos en el entorno gráfico, ya que estos serán los que producirán las nuevas maneras de comunicar, vinculadas al momento artístico al que corresponden.

Los intelectuales del siglo pasado hicieron todo lo posible por difundir lo que consideraban “moderno”, estaban abiertos a lo que veían fuera y se apropiaron de esas formas, con la intención de renovar la sociedad y sobre todo culturizarla.

La visión de nuestra propuesta estará apoyada en aquellos colaboradores y creadores del magazine, que profesionalmente se dedicaron al concepto de la composición y la edición, elementos de la Expresión Gráfica.

Casualmente, muchos de estos profesionales, eran a su vez grandes intelectuales, con mentes abiertas, lo que les permitió convertirse en buenos ilustradores, buenos fotógrafos y buenos editores.

Para empezar este estudio hemos ido a buscar el significado del termino magazine desde el diccionario de la lengua Española 2005 Espasa-Calpe, donde nos dice que: Magazine o magazine es una; *Publicación periódica con artículos de diversos autores y diversos temas dirigida a todo tipo de público.*

El magazine *D'Ací i D'Allà*, objeto de nuestro estudio, representa esta definición, excluyendo *a todo tipo de público*, ya que en realidad estaba dirigido a la burguesía catalana.

Lo curioso es que hasta el momento de su publicación, la sociedad Barcelonesa en general, no era consciente de la existencia de este tipo de revistas, de este nuevo medio de comunicación visual, razón que los creadores de *D'Ací i d'Allà* supieron aprovechar. Tal como nos cuentan Torrent y Tasis, hablando de los orígenes del magazine «El primer director del nou magazine que, com és corrent, però poques vegades exacte, d'afirmar aquest cop sí, "venia a omplir un buit", fou doncs el mateix Josep Carner, el qual havia observat com aquest gènere de periòdic, gairebé centenari a Anglaterra i en plena florida arreu d'Europa i d'America, no tenia cap representant ni la més modesta imitació a la Catalunya del 1918». ¹

1 TORRENT, Joan; TISIS, Rafael. *Historia de la Prensa Catalana*. Ed Bruguera, 1966, Barcelona pp. 502-503.

En la presentación del número uno del nuevo magazine, el mismo Carner escribía:

«D'Ací i d'Allà amable lector i gentil lectora es manifesten, en un bell aparent desordre, els rics fenòmens de la natura, els progressos de les nostres institucions i els costums, les inspiracions de les arts, les troballes de les modes, les invencions de nous enginys, les performances dels grans espectacles, els descobriments de les coses antigues, els averayns de les coses a venir ... Reflexar la vida del món, tota la vida complexa, deliciosa, suggestiva, desconcertant, tantmateix harmoniosa, i relexar-la en una mena de mirall de mà, veu-s'aquí la nostra tasca».2

Con este fragmento, tenemos una buena descripción de lo que constituía el termino magazine, también definido como revista ilustrada, del que *D'Ací i d'Allà* fue un magnifico exponente.

La intención del magazine *D'Ací i d'Allà*, como ya hemos comentado, era distraer el público burgués del momento, pero gracias al interés de su creadores y colaboradores, se convirtió en una de la revistas mas emblemáticas desde el punto de vista cultural y artístico. La publicación basada en este nuevo modelo periodístico, podía tener una aire ligero y simple, incluso *snob*, pero en realidad estaba acercando al público a una sociedad progresista, que supo adaptarse a la evolución de la prensa catalana.

1.1 Descripción del objeto de estudio

El proceso de estudio realizado en el magazine *D'Ací i d'Allà*, esta apoyado absolutamente en mis años de relación profesional con el entorno de la autoedición gráfica, tanto desde la formación como de la producción. La propuesta de poder analizar, de manera general, una publicación tan representativa y de tanta calidad, nos pareció una posibilidad de poder conjugar mi experiencia profesional, con los conceptos adquiridos durante mis años de estudio de Grado en Historia del Arte.

El estado de la cuestión que se desarrolla en estas páginas, nace a partir del conocimiento de una revista publicada en el primer tercio del siglo XX en Cataluña, llamada *D'Ací i d'Allà*.

La publicación tiene una directa vinculación con el concepto de magazine, que como ya he comentado, corresponde a un termino ingles que se había puesto de moda en Europa por aquellos años, con un uso normalizado, y que aquí no se conocía en absoluto.

Un nuevo estilo de publicación para la sociedad catalana del primer tercio del siglo XX, que curiosamente por nacer y morir en una época tan especial, con tantas rupturas y cambios y con tanto devenir cultural y social, se conver-

tiría en el testimonio principal de la historiografía de la época. Una sociedad que se estaba adaptando a la industrialización, y a los procesos tan contrarios de índole político, que en tan solo tres décadas, sufrirá tres gobiernos diferentes y que terminará en una guerra que arrasó con la publicación y con todo lo que representaba.

Las páginas de este magazine, se convierten en la mejor muestra visual para poder analizar la evolución en el entorno de la Expresión Gráfica. Es importante remarcar el periodo y el lugar en el que la revista se publica, ya que condiciona de manera absoluta toda su razón de ser.

Así que nos situamos en Barcelona, en Enero de 1918 con la publicación del primer número y terminamos en el verano de 1936, unos días antes de que estallara la guerra Civil Española.

Y este análisis de la Expresión Gráfica, durante el período que duró su publicación, será nuestra propuesta del estado de la cuestión.

Entendemos por Expresión Gráfica, la utilización de diversos medios artísticos con el objetivo de comunicar sobre material impreso.

También podríamos hablar de Expresión Gráfica, refiriéndonos a las técnicas de expresión artísticas que se generan en la época, a través de la creación de nuevas profesiones como la fotografía o el diseño. Y a otras expresiones como la ilustración, que aunque ya existente y respetada, alcanzará, sobre todo en la primera época de la revista, una importancia especial. Los ilustradores colaboradores de la primera etapa del magazine, revalorizaran su profesión a partir de sus publicaciones en el *D'Ací i d'Allà*, mostrando sus novedosos estilos.

Es decir, podemos plantearnos hacer este tipo de estudio, porque es precisamente en este momento cuando el concepto de Expresión Gráfica, tiene un sentido. Hasta el momento nos faltaban los medios de expresión, o mejor, los medios que existían no estaban suficientemente desarrollados, a partir de este momento ya están configurados y nos están diciendo cosas.

Así entendemos que dentro del concepto de Expresión Gráfica entran los componentes y estrategias necesarias para una buena organización y comunicación visual, en este caso sobre un soporte gráfico.

Un soporte gráfico que se expresa a través de la compaginación, la composición, la tipografía, la ilustración y la fotografía.

Lo que nos va a dar los valores necesarios, para poder realizar la trama sobre la que ir componiendo el estado de la cuestión, sobre el magazine *D'Ací i D'Allà*.

1.2 Objetivos

Como ya hemos comentado, uno de los objetivos de este estudio, es mostrar las características estéticas que se muestran en el magazine *D'Ací i D'Allà*, a través de todos los años de su publicación. Esto estará directamente relacionado con los avances tecnológicos, con las transformaciones en el pensamiento y en las estéticas, que se irán configurando desde el Modernismo a las Vanguardias, pasando por el Noucentisme.

También, como objetivo, tenemos el interés de reflexionar, sobre la configuración de las nuevas profesiones que surgirán en este momento. Profesiones apoyadas en las nuevas técnicas, que permitirán la posibilidad de creación y expresión con formas absolutamente novedosas, y que serán la base del diseño gráfico, la fotografía, y la publicidad, de lo que el magazine es un buen ejemplo.

Así hablaremos de manera general, a partir de los medios de expresión definidos anteriormente como elementos visuales que configuran la publicación. El interés es relacionar el medio de expresión con los artífices y sus estéticas. Es decir, aquellos ilustradores que definieron una manera de comunicar, o los fotógrafos avanzados que decidieron aportar novedades desde la composición o la publicidad.

No entraremos en estudios muy detallados, y miraremos de desarrollar aquello que pensamos es más desconocido, evitando entrar en temas que ya están suficientemente tratados y considerados en las publicaciones consultadas.

Nuestro objetivo, no será hablar del aspecto literario, sino exclusivamente del aspecto visual.

1.3 Contexto

Nos situaremos en 1925, más o menos en un punto intermedio durante el cual fue publicado el magazine *D'Ací i d'Allà* que duró desde 1918 hasta 1936. Nos trasladaremos a París, al Salón de las Artes Decorativas, evento a partir del que podemos hablar de un antes y un después del diseño en Europa. El Fomento de las Artes Decorativas, (FAD) fundado en Barcelona en 1903, será el encargado de organizar la representación Española dentro del Salón; «El resultado de la participación superó todas las expectativas posibles, pues los expositores españoles — con especial protagonismo de los catalanes — obtuvieron un 50% más de premios que los propios franceses. El éxito obtenido reflejaba una época que para Barcelona fue especialmente propicia desde el punto de vista económico y cultural».³

¿Pero, qué es lo que había pasado antes, para poder llegar hasta el Salón en París, y ¿Hacia donde nos llevo esta magnífica situación?.

³ PELTA, Raquel, Una parte esencial de la identidad Barcelonesa, dentro de Barcelona, *Metrópolis Mediterrània*. Diseñar Barcelona, 2003. http://www.publicacions.bcn.es/b_mm/bmm_diseno/bmm_disseny_14.htm. Consulta Febrero 2016.

Nos ha interesado posicionarnos en este aspecto de protagonismo del FAD, porque consideramos que nuestro objeto de estudio está relacionado directamente con las disciplinas que defendía el FAD, «cuyo objetivo era el de convertir "las artes industriales" no solo en una herramienta económica, sino también cultural».⁴

Las disciplinas que configuran la Expresión Gráfica, son parte de esas "artes industriales" que se transmutaron en cultura.

En 1918, cuando aparece la revista ilustrada *D'Ací i d'Allà*, la sociedad Catalana está recogiendo los beneficios económicos producidos por la primera Guerra Mundial, las necesidades de los mercados no podían estar abastecidas por Europa, así que desde Cataluña se pudo acceder a los mercados internacionales. Los beneficios económicos serán considerables y junto a la acción del gobierno, que en ese momento corresponde a la Mancomunitat, se conseguirán potenciar aspectos que en otras circunstancias hubieran sido imposibles de realizar.

«Per això, sembla lícit proposar una lectura de la Mancomunitat com a veritable succedani d'estat modern per a la burgesia catalana, en la mesura que fou la plataforma des de la qual va poder desenvolupar de manera orgànica i coherent — malgrat les limitacions d'atribucions i, sobretot, de pressupost els seus projectes de política econòmica, territorial, cultural i educativa».⁵

1918, la industrialización y la ocupación de las ciudades, generan el concepto de "masa". Esto es lo que regirá el modelo de comunicación, y no nos referimos a la masa hablando del obrero exclusivamente, sino a la gran masa burguesa que no para de crecer, porque la economía y la industria en Cataluña sigue creciendo.

Con todas las premisas necesarias para que esto ocurra, y aprovechando las novedades de los medios de impresión, aparecerán en el mercado del sector editorial, un gran número de revistas.

«Les revistes noves foren nombroses i sovint efímeres. Aquelles que tingueren una influència política i intel·lectual més destacada van ser "La Revista" i "Revista de Catalunya", que havia aparegut l'any 1924 i es publicà sense interrupció fins l'octubre del 1931 [...] Entre les artístiques cal esmentar "Art" i "Gasetta de les Arts". Les revistes il·lustrades, més llegides foren "D'Ací i d'Allà", que a partir de 1932 — havia aparegut el 1918 — canvià de format i que ha estat la revista catalana més luxosa; [...] Dues creacions originals i que tingueren gran èxit, justament perquè omplien una necessitat ben sentida, foren el setmanari "Mirador" i el "Be Negre". "Mirador" aparegué el 1929 amb el subtítol de "setmanari de literatura, art i política"; [...] El "Be negre", fou una revista satírica que renovà del tot les velles fórmules de "L'Esquella de la Torratxa».⁶

Dentro de esta situación, y a pesar de la dictadura de Primo de Rivera vivida desde 1923 hasta enero de 1930, los avances realizados en cuanto al entorno de

4 Ibíd.

5 TUÑÓN de LARA Manuel. Director. La prensa de los siglos XIX y XX Metodología, ideología e información. Aspectos económicos y tecnológicos. Prentsaem Histotiatu Buruzko Lehen Ihardunaldiak I Encuentro de Historia de la Prensa. Ed. Universidad del País Vasco, 1986, p. 422.

6 VALLÈS, Edmon. *Historia Gráfica de la catalunya autonoma 1931/1939*, Ediciones 62, 1978, Barcelona, p.318.

las artes Gráficas, continuarán, aunque eso sí, a través de una censura.

Así el magazine *D'Ací i d'Allà*, continuará con su función elegante de distraer y formar a las clases adineradas de la sociedad barcelonesa.

«Desaparecido el Noucentisme, y pese a la dictadura de Primo de Rivera, Barcelona se mostraba abierta a las nuevas ideas artísticas y culturales que llegaban de Gran Bretaña, Francia, Alemania, Austria, y Escandinavia. La Galería Dalmau, por ejemplo, acogía muestras del arte más avanzado de Europa, y Barcelona se había convertido en el lugar de paso o de residencia de algunos de los artistas de vanguardia más destacados».⁷

Esto demuestra el éxito conseguido en el Salón de las Artes Decorativas. Los artistas e intelectuales desarrollaron todo lo aprendido, configurando las bases de una propuesta gráfica, de la que el magazine, fue su fiel reflejo.

1929, Exposición Internacional de Barcelona, evento que marcará el antes y el después de las estéticas visuales realizadas en Cataluña. En la exposición se muestran estéticas muy diversas, pero lo importante son las novedades, sobre todo por parte de la arquitectura, que darán el empuje definitivo para la introducción del racionalismo en los arquitectos barceloneses. De esta manera dirigidos por Josep Lluís Sert, se creará el GATCPAC (Grupo de Arquitectos y Técnicos Catalanes) que publicarán una revista AC, una perfecta muestra de las nuevas Expresiones Gráficas.

El final de la exposición nos sitúa en la década de los años treinta, y las ganas de crecer y de convertir a Cataluña en parte de Europa son imparables. El gobierno cambiará, se inicia la II República, un cambio de gobierno aunque continuador de las propuestas de la Mancomunitat.

Durante la república quien toma el poder es la pequeña burguesía democrática y autonomista, modernizadora del país. Estará impulsada por los intelectuales y los profesionales liberales y se moverá dentro de tres aspectos, que son interesantes de conocer, porque serán los que encontraremos reflejados en las páginas de *D'Ací i d'Allà*:

« El "*cosmopolitisme*" com a horitzó de toda mena de valors (viatges, aprenentatge d'idiomes, internacionalisme, europeïsmes, estudis, moda en el vestir i en actituds, còpia d'expressions i paraules...).

"*El progrés*", entés com a síntesi d'urbanització o industrialització, com a clau legitimadora del model d'organització social.

"*La modernització*", com a clau polivalent ambigua que explica la direcció a seguir per accedir al "*progrés*". Per tant, "*modernització*" significa (i és simbolitzada per): motors, electricitat, velocitat, i totes les seves manifestacions concretes.»⁸

Tres aspectos, que junto a las estéticas racionalistas y funcionalistas, darán el aspecto tan novedoso y rompedor de la última etapa del magazine.

7 PELTA, Raquel, Una parte esencial de la identidad ... 2003, op.cit..

8 TUÑÓN de LARA, Manuel. *La prensa de los siglos XIX y XX* ... 1986, op. cit., p. 427.

De esta etapa, el número más conocido, y valorado por sus contenidos y reproducciones, fue el publicado el invierno de 1934, un especial dedicado a las vanguardias artísticas, dirigido por Josep Lluís Sert y Joan Prats.

No podemos saber que hubiera pasado si todo este movimiento cultural y creativo no hubiera sido arrancado de raíz por causa de la guerra civil. Lo único que si sabemos, es que el retraso producido por la misma no nos ha permitido a la sociedad catalana, aún ahora, recuperar aquel nivel de expresiones artísticas que fluían desde cualquier medio. Se tuvo que recuperar y casi empezar de nuevo, pero claro, el entorno político volvía a ser el de una dictadura, y esta vez, mucho más beligerante que la anterior.

2. Metodología

La experiencia profesional, es la que me ha permitido tomar conciencia en todo lo encontrado en el objeto de estudio, enfocando la metodología del mismo, a partir de la perspectiva de la expresión digital, disciplina en la que realizo mi profesión.

Es por ello que hemos intentado desarrollar una trama basada más en una metodología deductiva, por la que a partir de un estudio de lo general, iremos llegando a lo particular, que en este caso corresponde a un análisis básico de las formas de Expresión Gráfica que nos muestra el magazine *D'Ací i d'Allà*.

Iremos introduciendo unos conceptos, a partir de los cuáles podremos ir deduciendo lo que de manera más particular encontraremos en las páginas del magazine. Conceptos en relación con la expresión gráfica y la expresión digital, como por ejemplo la composición tipográfica.

Debo comentar, que todo mi estudio está cronológicamente limitado dentro de las fechas de publicación del magazine, de 1918 a 1936. Y que dentro de las fechas, hay una separación evidente por las estéticas visuales que van apareciendo en las páginas del magazine.

La situación geográfica siempre es en Cataluña, específicamente en la ciudad de Barcelona. No vamos a hacer referencia a lo que está aconteciendo en el resto de la península española, aunque soy consciente de que existen unos paralelismos y una reciprocidad en su evolución estética, aunque siempre con un adelanto en lo que va sucediendo en Cataluña.

Por varias causas, tal vez la más evidente es su desarrollo industrial y económico y su proximidad con Francia.

Otro de los elementos a destacar en mi forma de presentar el estado de la cuestión, corresponde al idioma en el que transcribo las citas. Dado que mis

fuentes provienen de estudios presentados en lengua catalana y en lengua castellana, hemos decidido utilizar cada lengua tal como la hemos encontrado. Y teniendo en cuenta que la presentación del trabajo esta ubicada en un lugar donde las dos lenguas conviven naturalmente, no nos hemos plantado la necesidad de traducirlas.

Por otro lado, todo lo referente a sistema de organización y elaboración, vendrán descritos dentro del apartado 2.3 CRITERIOS DE SELECCIÓN BIBLIOGRÁFICA.

Una vez comentada la metodología de trabajo, vamos a empezar a describir como se ha ido desarrollando todo el proceso.

2.1. Descripción del proceso de trabajo

En este apartado, vamos a ir desarrollando cada uno de los apartados que conforman el estado de la cuestión.

Así que una vez realizada la introducción y presentada la metodología de trabajo, vamos a ir entrando en lo general a partir del apartado de EXPRESIÓN GRÁFICA EN BARCELONA. Desde aquí, vamos a encontrar primero una vinculación con el concepto de Expresión Gráfica, para entrar luego en una breve presentación de los estilos visuales, dentro de los apartados subordinados siguientes.

De tal manera que lo que luego vendrá presentado como: DE LAS ARTES GRÁFICAS A LA INDUSTRIA GRÁFICA, será una reflexión sobre la evolución de las artes gráficas en la época, un tema considerado indispensable antes de entrar en el objetivo del estado de la cuestión.

No olvidemos que el objetivo del mismo, es mostrar las características estéticas producidas durante la época de 1918 a 1936, mostradas en la revista ilustrada *D'Ací i D'allà*. Esto significa que nos vamos a basar, en las maneras de expresión aplicadas a la prensa, es decir de la impresión. De ahí, la importancia de hablar sobre el tema de las artes gráficas en Cataluña.

Lo veremos a partir de comentarios de algunos de los intelectuales de la época, que reflejarán en sus escritos el traspaso entre artes gráficas a industria gráfica, momento en el que se empezó a publicar el magazine.

En el apartado, NUEVAS PROFESIONES, NUEVAS EXPRESIONES, nos situaremos en la primera época de la revista, cuando empiezan a definirse las profesiones que hasta el momento no existían, publicistas, tipógrafos, fotógrafos, diseñadores gráficos, etc. Profesiones que nacen a partir de una transformación en el entorno de la fotomecánica, y de la industria en general, junto con las necesidades producidas por el aumento demográfico de las ciudades y la necesidad de comunicación con los habitantes de las mismas.

Siguiendo el índice, en APROPIACIÓN Y REFLEXIÓN DE LO MODERNO, nos situaremos ya en la segunda etapa del magazine. Ahora, vamos a encontrar descri-

tos, todos los medios y fuentes, de los que la revista fue bebiendo.

Es decir, de donde los creadores de la revista ilustrada fueron aprendiendo, para crear la Expresión Gráfica de la misma.

Es evidente, que el desarrollo económico y el cultural existe y a pesar del retraso comparando con las realidades europeas, los intelectuales residentes en Barcelona, supieron evolucionar y abrir bien los ojos ante todo aquello que aparecía como novedad en su ciudad. Había una necesidad de comunicación y había que buscar medios para poder realizarla.

Y por último, En la IMPORTANCIA DE LA VANGUARDIA, se reflexionará sobre el momento cumbre a nivel estético de la revista *D'Ací i d'Allà*.

Es en este momento cuando la revista muestra de manera absoluta su saber hacer, igualándose a lo que podría corresponder a una publicación europea. Convirtiéndose de esta manera en el mejor representante en cuanto a Expresión Gráfica, de las novedades adquiridas por los creadores de la publicación.

Una vez trabajados estos temas, comentaremos directamente sobre la revista aquellas características notables que dan un significado a todo lo comentado con anterioridad. Esto estará dentro del apartado 4, EL MAGAZINE D'ACÍ I D'ALLÀ, donde primero encontraremos una presentación general del magazine. Después dentro de cada una de las tres etapas definidas desde su formato, tal como esta descrito en el apartado 3.2, DIVISIÓN TEMPORAL POR FORMATOS, desarrollaremos los diferentes medios de expresión.

Para poder establecer una aproximación a la evolución gráfica de la revista a lo largo del primer tercio del siglo XX, se propone el estudio a partir de ciertos criterios, que se irán aplicando en cada una de las etapas.

Estos criterios están configurados a partir del concepto de autoedición en la composición gráfica.

La autoedición, es la creación de la estructura que recoge los tres elementos que componen una composición en página. Estos tres elementos son, el texto, la ilustración y la imagen fotográfica. A partir de aquí, hemos creado una relación de criterios de análisis sobre los que realizar el estudio. Estos conceptos son:

- La Compaginación.
- La Composición.
- Aplicación tipográfica.
- Los Ornamentos.
- Utilización de la ilustración.
- Utilización de la fotografía.
- Aplicación de la publicidad.

La propuesta esquemática para analizar las etapas a partir de los criterios comentados, nos ha facilitado el poder resumir de manera general unas estéticas, que de otro modo, al partir de tanta información, se nos hubiera hecho muy extensa y tal vez demasiado descriptiva para el interés de este estado de la cuestión.

1ª Etapa.



Sumarios de la revista que representan los años 1918, 1924 y 1932. A un 25% del tamaño real.

2ª Etapa.



3ª Etapa.



Por lo que, es importante aclarar, que en el apartado 4 EL MAGAZINE D'ACÍ D'ALLÀ, primero hablaremos de manera global de la revista, nombrando a sus creadores y alguno de sus colaboradores. Los iremos situando en la etapa que les corresponda, pero que no será hasta después, cuando entremos en los apartados 4.1, 4.2, 4.3, cuando especificaremos las características estilísticas más representativas.

No nombraremos colaboradores literarios ni comentaremos nada respecto a las temáticas literarias tratadas, como ya comentamos, no es motivo de nuestro trabajo.

2.2 División temporal por formatos

Las etapas del magazine *D'Ací i d'Allà*, son evidentes tan solo valorando su presencia física. Curiosamente esa presencia, configurada por su tamaño, encuadernado y calidad del papel, tiene una relación directa con la estructura social y política a la que perteneció durante los años de su publicación.

En el capítulo de presentación del libro "*D'Ací i d'Allà, aparador de la modernitat, (1918)1936*" del doctor Joan Manuel Tresserras, que comentaremos mas adelante, nos dice que la estructura de estudio esta dividida en etapas que nacen a partir de los cambios sociológicos y políticos. «Comptava, també, amb l'adequació específica i clara de les diverses èpoques de *D'Ací i d'Allà* primera (1918-1924), segona (1924-1931) i tercera (1932-1936) a tres fases progressives de la construcció de la societat de masses a Catalunya, que corresponien respectivament als darrers anys de la Mancomunitat, a la Dictadura y a la Republica»⁹.

Por nuestra parte, ya que nuestro estado de la cuestión, esta enfocado dentro de la estética visual, hemos decidido basarnos en todo aquello que responde a las características de Expresión Gráfica, configuradas por aquellas disciplinas que se muestran en el magazine y cuyo objetivo esta directamente relacionado con la comunicación.

Es decir, las etapas en este estado de la cuestión, están marcadas básicamente por el formato de la revista, su tamaño y presentación.

De esta manera, nos iremos introduciendo en el descubrimiento de las novedades y aportaciones que van apareciendo durante los años de la su publicación. Unas formas renovadoras que en realidad estarán configurando la estética de la revista y que estará directamente relacionada con la estética que en ese momento estaba presente en la sociedad burguesa barcelonesa.

No vamos a negar, que estas etapas, curiosamente, corresponden a las etapas políticas que le toco vivir al magazine *D'Ací i d'Allà*. Pero no es nuestro

interés incidir mucho en lo político, tan solo nombrarlo por la importancia que, no podemos negar, tiene.

Las tres etapas, y esto es importante, son a su vez ejemplos de los movimientos artísticos representantes de la época, como veremos en el apartado 4. Es decir, pasaremos del Modernismo al Noucentisme y terminaremos con las primeras Vanguardias.

La división de las tres etapas corresponde a:

PRIMERA: «El número 1 va sortir al 10 de gener de 1918, amb un format de **245 x 170 mm.** amb 96 pàgines a dues columnes».10

En realidad el número de páginas oscila entre 86 a 100.

SEGUNDA: «El número 79, de juliol de 1924, ja havia aparegut amb un aspecte completament renovat. El format de la publicació s'havia ampliat tant que gairebé doblava les mides de l'època anterior. Es passava d'un format de pàgina de 245 x 170 mm. a **330 x 245 mm.** aproximadament».11

En este caso las páginas se reducen a 46.

TERCERA: «Mig any després per juny de 1932 *D'Ací i d'Allà* reapareixia amb un nou format (**330x285 mm**), un nou preu (cinc pessetes el número) i **una nova presentació**».12

En esta época el número habitual de páginas era de 98. El último número será el 185, de fecha junio de 1936, dejará de publicarse a causa de la guerra.

Ya tenemos definidos los tres formatos, tres presentaciones, que tal como esta relacionado en el apartado anterior, nos servirán para poder estudiar las expresiones gráficas representadas en cada etapa.

- 1ª etapa, 245 x 170 mm. (1918 - 1924).
- 2ª etapa, 330 x 245 mm. (1924 - 1931).
- 3ª etapa, 330 x 285 mm. (1932 - 1936).

2.3 Criterios de selección bibliográfica

El sistema utilizado para hacer la investigación sobre el tema esta basado en lecturas de libros, catálogos de exposiciones y artículos de revistas, en los que por un motivo u otro aparece nombrado el magazine *D'Ací i d'Allà*.

En primer lugar, y a partir de la recomendación de mi tutora la doctora Teresa Sala, empezamos consultando el *Catalogo de la exposició Avanguar-*

10 TORRENT, J.; TASIS, R.. *Historia de la Prensa Catalana*. Ed Bruguera, 1966. Barcelona, p. 502.

11 TRESSERRAS, J.M. *D'Ací i d'Allà: ...* 1993. op, cit, p. 63.

12 TORRENT, J. TASIS, R.. *Historia de la Prensa...* 1966. op, cit, p. 505.

des a Catalunya : 1906 - 39. Desde aquí conocimos el libro de J.M. Tresserres, *D'Ací i d'Allà, aparador de la modernitat (1918-1936)*. Escrito a partir de su tesis doctoral, y que fue el inicio para ir descubriendo bibliografías, que el había utilizado en su tesis y que fuimos buscando, para poder leer en su totalidad. Descartamos aquellos temas que no eran de interés, centrándonos en el diseño gráfico, la publicidad, la prensa, y la fotografía. También, hicimos búsquedas desde Internet, a partir de nomenclaturas específicas, que nos iban acercando a la información deseada.

Todas las direcciones encontradas las guardábamos en la utilidad Mendeley, conocida a través del Crai de la UB.

Desde el centro de documentación del Museu del Disseny de Barcelona, de la Biblioteca Agustí Centelles, especializada en fotografía, la Biblioteca Sofía Barat, donde encontramos publicaciones del ayuntamiento de Barcelona, la Biblioteca Enric Bricall de la escuela Elisava especializada en diseño y por supuesto, la Biblioteca de la facultad de Geografía e Historia, hemos ido agrupando todo el material sobre el que después sacaríamos la información necesaria.

Pudimos visualizar y tocar las revistas desde el Arxiu Històric de la Ciutat de Barcelona, así como desde una colección privada. Incluso compramos un número de la segunda etapa, en el mercado de Sant Antoni de Barcelona.

Una vez recopilada la información fue separada por temáticas: Protagonistas, Revistas, Diseño Gráfico, Artes Gráficas, Contexto, Etapas, Vanguardias, Publicidad y Fotografía, y dentro de cada temática, por orden cronológico. Para poder cruzar la información, he utilizado unas tiras de colores, que marcaban temas comunes dentro de las diferentes temáticas.

Es decir, podría ser que un artículo situado en el tema de publicidad, también hablara de artes gráficas.

De esta manera hemos podido ir redactando el guión trazado en un principio. Es cierto que el libro de Tresserres podría haber sido una guía absoluta para el trabajo, pero curiosamente, fue la primera lectura y después ya no fue consultada hasta casi el final del estado de la cuestión. Comprobando, que aunque sin buscarlo, y partiendo de objetivos diferentes, nos habíamos encontrado en puntos comunes.

3. Expresión Gráfica en Barcelona, 1918 / 1936

Enlazando con el concepto de Expresión Gráfica desarrollado en el apartado 1 de este estado de la cuestión, en el que decíamos, que consistía en reunir diversos medios artísticos con el objetivo de comunicar. Empezaremos a vincular, estos medios artísticos, con los estilos que corresponden a cada etapa de la revista publicada entre los años 1918 al 1936.

Rompiendo las limitaciones cronológicas que marcan las estéticas, y desde un titular representativo, tal como explique en el apartado 2.1, iremos desa-

rollando una descripción mas precisa en lo referente al desarrollo visual de este primer tercio del siglo XX.

Estéticas que fueron fluyendo de manera continuada, casi cambiando por décadas, que justifican su existencia en una época con tanta necesidad de comunicación.

Por otro lado, es destacable comentar que socialmente aparecerá un nuevo público lector, en este caso un lector que pertenece a la nueva burguesía barcelonesa, enriquecida por la guerra europea de 1914-1918.

Esto es una causa relevante, pues este nuevo público, será el que provoque la aceptación y cause el triunfo del magazine de nuestro estudio.

El público barcelonés del primer tercio del siglo XX, a partir de sus demandas y necesidades, provocará la creación no solo de los aspectos de fondo, temáticas y secciones, sino también de su carácter formal, tal como nos comenta Alexandre Galí;

«La diversificación creixent del públic lector de premsa catalana durant les primers dècades de segle serà causa i conseqüència de l'aparició de revistes d'abast temàtic semblantment diferenciat, i d'intenció tan vària com ho eren els sectors socials a què s'adreçaven, moltes de les quals es mouran dins les coordenades ideològiques del noucentisme i contribuiran a difondre'n els valors. [...] Per un public tan frívol com selecte i cosmopolita, segons reclamava la actualitat del Noucents, hi havia encara el llampanant *magazine* "D'Ací i d'Allà" (1918-1936)».¹³

La evolución estética de las páginas del magazine *D'Ací i d'Allà* nos explica claramente, en cada una de sus etapas, no solo los gustos de la sociedad a la que corresponde, sino aun más interesante, el interés, la curiosidad, la ganas de innovar de algunos intelectuales que tuvieron la suerte de colaborar en este magazine, considerado como el paradigma de su época. Como nos dice Treserras «el primer magazine català autèntic»¹⁴

Así que por un lado tendremos el entorno de la sociedad burguesa barcelonesa y sus necesidades, y por otro el de los intelectuales que quieren dar a ese público lo que necesita, cultura, diversión y elegancia.

Estos intelectuales, hombres inquietos, como nuevos humanistas del siglo XX, son capaces de expresarse en diferentes disciplinas, que poco a poco irán profesionalizándose, no solo para satisfacer las necesidades de su público, sino mucho más importante, las suyas propias.

La evolución de la revista, y su Expresión Gráfica, como ya se ha comentado, irá marcada por el desarrollo de las clases burguesas, y sus intereses.

13 GALÍ, A. *Historia de les institucions i del moviment cultural a Catalunya, 1900-1936*. obra completa, llibre XI, Biblioteques populars i moviment literari, Fundació A. Galí, 1984. Barcelona.

14 TRESSERRAS *D'Ací i d'Allà: Aparador ... 1993*, op, cit, p. 12.

Uno de estos intereses esta basado en la defensa, arrastrando aún un espíritu romántico, de un nacionalismo catalán y por otro lado, aunque parezca contrario a lo anterior, la sociedad barcelonesa tiene el máximo interés en sentirse parte de la nueva sociedad europea.

Para ello debe apropiarse de todo lo novedoso que surgía mas allá de las fronteras. Convertirse en una sociedad moderna al estilo europeo.

Lo moderno es el resultado de alejarse de la estética anterior, de todo lo que se consideraba bajo el influjo del modernismo.

«Se fundamentaba, en el pensamiento de los intelectuales progresistas locales, critico con el grandilocuente monumentalismo y la fantasía kitsch, a menudo genial, que había encontrado en Cataluña un campo fértil».¹⁵

Durante la etapa Noucentisme, la idealización del clasicismo mediterráneo convive con una progresiva aceptación del mundo industrial y técnico como el marco de lo contemporáneo. En este sentido, la pureza formal y la falta de ornamentación se constituyen como las directrices de la nueva estética.

Y desde aquí, entraremos en las Vanguardias. Un conjunto de estéticas rompedoras, defensoras del arte nuevo creado a partir de las influencias europeas, que veremos muy bien plasmadas en las páginas de la última etapa de la revista. De la que hablaremos más adelante, como de las estéticas nombradas anteriormente, que iremos comentando en sus apartados correspondientes, tal como queda reflejado en el apartado 2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE TRABAJO.

3.1 De las artes Gráficas, a la industria gráfica

Antecedentes del S.XIX, que se convierten en realidades en el S. XX.

La evolución de las artes gráficas, es en realidad lo que dará forma a los sistemas de representación visual e iconográficos de la época.

«Els linotipistes i els caixistes, dirigits pel regent, van ser els autèntics protagonistes de la forma de la premsa durant moltes dècades. A les linotípies, es triaven els diferents caràcters i a les platines es disposaven, amb criteri, els blocs de text. Les pinces, les cisalles, els recursos tipogràfics creats per les màquines Elrod i els gravats eren instruments i materials que servien perquè els tipògrafs construïssin amb el seu ofici la imatge que els lectors veien poques hores més tard.»¹⁶

Es este un momento importante para las gráficas, después por supuesto del anterior ocurrido de manera mas radical, durante el último cuarto del siglo XIX.

Fue entonces, cuando «es passa de una activitat professional familiar a una projecció essencialment industrial, degut a l'adveniment de l'era industrial,

15 FONTCUBERTA, J. *Historias de la fotografía española, escritos 1977- 2004*, Barcelona. Ed. Gustavo Gili, S.L. 2008. p 50.

16 PÉREZ de ROZAS, C. El Disseny a la Premsa. Dentro de : *Quaderns de comunicació i cultura, Anàlisi 13*. 1990 p.121.

per influència del maquinisme i als progressos tècnics i científics que revolucionaren les tècniques de producció de la indústria gràfica»¹⁷

Será precisamente en ese momento cuando se empieza a dibujar esta transformación entre el concepto de arte y el de industria, un tema que en otras disciplinas artísticas, será motivo de discusión y reflexión. Sabemos que la industria en este momento de expansión, convertirá el concepto de arte en algo nuevo, las reproducciones en masa y el acercamiento del producto a público en general, romperá con las ideas clásicas de lo que hasta ahora se consideraba arte.

Lo impreso, durante toda la historia, siempre ha evolucionado de manera paralela a los avances técnicos. En este periodo, como en otros anteriores, las facilidades conseguidas a través de la técnica y del desarrollo industrial, en cuanto a la reproducción de textos y de imágenes, se convierte en el germen de la creación de nuevas actitudes y de cambios en la sociedad.

Haciendo una mirada a los antecedentes, vemos que tuvieron que pasar varias décadas desde la aparición de los primeros daguerrotipos en 1839, primer procedimiento fotográfico, hasta que en el periodo marcado entre 1860 y 1880, protagonizaran los cambios en los nuevos procedimientos en fotomecánica.

El fotograbado será el que acaba sustituyendo a otras técnicas de reproducción, y marcará el antes y el después en cuanto a las reproducciones sobre papel.

«A principios del siglo XIX, cuando aparece la litografía, la técnica de la reproducción alcanza un nivel fundamentalmente nuevo. Se trata de un procedimiento mucho más preciso. En vez de incidir el dibujo en un bloque de madera o de grabarlo corroyendo una plancha de cobre, se lo trasponía a una piedra. Así se brindó por vez primera a las artes gráficas la posibilidad de poner sus productos en el mercado, no solo masivamente (como antes), sino también en formas que iban cambiando día a día.

La litografía capacita a las artes Gráficas para seguir la vida cotidiana, reflejándola en ilustraciones, con lo que sintonizaron con el ritmo de la imprenta. Pero en estos primeros tiempos, cuando hacia ya varias décadas que se había inventado la impresión litográfica, la fotografía le sacó la delantera. En el proceso de la reproducción plástica la fotografía liberó por vez primera a la mano de los más importantes cometidos artísticos, que en lo sucesivo recaerían exclusivamente en el ojo al mirar por el objetivo. Como el ojo es más rápido captando que la mano dibujando, el proceso de reproducción plástica se aceleró tan enormemente que llegó a ir al paso de la palabra hablada.»¹⁸

Es Walter Benjamín con estas palabras el que nos hace de enlace directo, y nos sitúa ya en la industria gráfica y también introduce un tema importante, la fotografía.

17 Trenc, Eliseo *“Les Arts Gràfiques a Catalunya”* Homenatge a Barcelona : la ciutat i les seves arts : 1888 - 1936 : Palau de la Virreina, Barcelona : 21 de gener - 29 de març (Catàleg de la exposició). Barcelona Ajuntament

18 Benjamín, W. *Sobre la fotografía*. Edición y traducción de José Muñoz Millanes. Editorial Pre-textos.2013 Valencia. p.94.

La situación era así en Europa. ¿ Pero, como era en Cataluña?.

«Pels vols d l'any 1890, les Arts Gràfiques catalanes havien assolit un nivell tècnic equivalent al del altres països europeus, gràcies a la ràpida introducció de les darreres novetats. Barcelona s'havia convertit en un dels centres editorials més importants d'Europa pel seu paper de principal proveïdor de la península ibèrica i de total l'Amèrica Llatina, paper que conserva fins 1936»¹⁹

Esta claro que en Barcelona la industrialización supo actuar en varios e importantes medios de producción, rápidamente podemos pensar en el textil, pero la industria gráfica, también era uno de los motores de desarrollo de la sociedad catalana.

Y esta industria, en Barcelona, provocará un importante desarrollo en todo lo referente a los medios impresos, que coincidirá con el estilo Modernista de principios de siglo XX, que luego se desarrollará de manera particular durante los años 20 hasta los 30 del periodo del Noucentisme y a partir de los 30 con las novedades rupturistas de las Vanguardias, que terminaran con la guerra Civil Española.

«Los grandes creadores del siglo se interesan por técnicas de impresión artística y no escatiman la árida labor del aguafuertista o del litógrafo. [...] La aparición de las modernas técnicas de fotograbado y la fotomecánica, libera al dibujante y al ilustrador de la esclavitud de una matriz traductora y reproductora de sus dibujos que tenían que ser manipulados por manos ajenas, y que mediante el nuevo proceso podía ser reproducido infinitamente, con total fidelidad.»²⁰

Disponer de nuevos recursos tecnológicos facilita la comunicación exigida en este momento debido a la consolidación de la burguesía catalana, que reclamará una comunicación a todos los niveles.

Y no solo la burguesía, es precisamente en este momento, en las primeras décadas del s. XX, cuando se origina el concepto de *comunicación de masas*, esto conlleva a un momento de gran producción en publicaciones y revistas ilustradas, mucha producción aunque de escasa duración.

«La tradición artística, gràfica i tipogràfica de casa nostra ha permès que les revistes i publicacions de tota mena, de literatura, de humor, esports, actualitat, professionals... i, logicament, les d'art, fossin en general acuradament treballades tot atenent a una presentació i característiques formals de qualitat i estètica».²¹

La industria gráfica ya esta definida, han sido olvidados todos los métodos tradicionales que en este momento no tenían nada que aportar, su función había sido sustituida por la realidad de las maquinas y los nuevos oficios.

19 Trenc, Eliseo "Les Arts Gràfiques a Catalunya" Homenatge a Barcelona : la ciutat i les seves arts : 1888 - 1936 : Palau de la Virreïna, Barcelona : 21 de gener - 29 de març (Catàleg de la exposició). Barcelona Ajuntament.

20 RUBIO Isabel, Ana. *La ilustración Gráfica en los comienzos del s. xx. Teodoro Miciano*. Butlletí de la Reial Acadèmia Catalana de Belles Arts de Sant Jordi, IX, 1995. p. 143

21 GIRALT-MIRACLE, D. Les revistes, imatge del seu temps. Dentro de Historia i actualitat del disseny gràfic a Barcelona, Metropolí Mediterrània. Quadern central n°3, Ajuntament de Barcelona. 1986. p.66

3.2 Nuevas profesiones, nuevas expresiones

La configuración en lo gráfico de la estética Noucentiste.

«La cultura catalana d'entre segles era exigent i perfeccionista. Els editors, els impressors estaven atents a tot allò que s'esdevenia a França, Alemanya, Anglaterra i a Italia en l'artístic i en el tècnic, i com que no hi havia la figura diferenciada del grafista o dissenyador, tots practicaven una cultura generalista que els va fer experts en la paginació, en la utilització dels tipus, en l'administració dels colors.»²²

Realmente, hasta que no surgió la necesidad de adaptarse a las novedades industriales, en los talleres se trabajaba de manera conjunta y los trabajadores tenían diversos oficios. Las maquinas integradas en los talleres, facilitaban la producción y permitieron desarrollar especialidades laborales mas creativas. Esto provocó la aparición de nuevas profesiones de tal forma que el cajista, se convirtió en creador de tipografías y el dibujante litógrafo, aquel que quería dejar de ser el reproductor de los dibujos de otro, se convirtió en creativo publicista.

«La publicitat va ser un factor clau per el desenvolupament de la il.lustració, la fotografia i l'aplicació de us tipus de lletra. Per part del disseny gràfic de l'època es desplega mitjançant els anuncis, que llavors ja abundaven i fins i tot ocupaven la majoria de l'espai de les portades».²³

Por supuesto, también potencia la creación de nuevas profesiones, el papel representado por la prensa en el proceso de profesionalización de intelectuales, algunos se volvieron en editores, traductores y periodistas. Uno de los ejemplos podría ser Carles Sodevila, que con una formación en derecho, terminó siendo un importante periodista y director del magazine *D'ací i d'Allà*. entre otras cosas.

Tal como ha quedado evidenciado en el apartado anterior, la creación de nuevas profesiones provenía entre otras cosas de la relación directa con el avance tecnológico e industrial, pero también y es muy importante, por la definición de un nuevo público, un nuevo tipo de hombre y de mujer, que invadirán las calles de la nueva urbe.

Es en realidad un proceso de causa efecto. La existencia de un público característico, es el producto de la existencia de unos medios de comunicación novedosos. Así que por un lado tenemos una producción rápida y por otro una sociedad con ganas de aprender y de crecer.

Fijémonos en como se irán formando algunas de estas nuevas profesiones, empezaremos con el diseñador gráfico;

²² GIRALT-MIRACLE, D. Bracons I Clapés, J. «La generació dels «grafistes». Ed. Reial Acadèmia Catalana de Belles arts de Sant Jordi. 2007. Barcelona. p 10.

²³ PÉREZ ROZAS, Carles. El Disseny a la Premsa. Dentro de : Quaderns de comunicació i cultura, Anàlisi 13. 1990 p.121.

«El món de les imprentas anava creixent i no sols es perfeccionava en l'aspecte tècnic sinò que es feia més exigent també en l'estètic. Els artistes, a peu de taller, coneixien millor els requisits de la tipografia i la litografia, i els impressors, particularment els mestres de taller, esdevenien protodissenyadors, articuladors de tots els elements que cal conjuminar a l'hora de fer un imprès (caplletres, vinyetes, filets, culs de llàntia, famílies tipogràfiques, papers, tintes), sistematitzant els elements que fins aleshores utilitzaven eclècticament els impressors [...] es produí una simbiosi entre tots els que tenien coneixements tècnics, capacitat creativa i sensibilitat artística».²⁴

Creatividad y sensibilidad, que tanto si provenían de un entorno de taller, como si eran de un entorno intelectual con formación académica, se representaban con un estilo que podemos enmarcar dentro del Noucentisme con un carácter moderno y renovador.

Se nos juntan dos elementos, una práctica profesional moderna y un estilo que tiende a simplificar las formas, por que «d'una banda, l'objectiu del Noucentisme era eminentment popular i formatiu i, de l'altra, estava en clara sintonia amb els corrents europeus de tall racionalista con l'Art Déco, que seduí una gran part dels nostres artistes»²⁵.

La nueva gráfica estaba muy extendida, la industria estaba continuamente produciendo objetos. Objetos que se tenían que etiquetar, embalar y vender. Para ello necesitaban la utilización de diferentes medios publicitarios, las ciudades eran verdaderos escaparates ambulantes, pero nuestro interés esta dedicado a la publicidad en prensa y a la configuración de la páginas de las revistas ilustradas y para realizar estos dos objetivos existía el nuevo diseñador gráfico.

«Pere Català i Pic, Enric Money, Antoni Clavè, Enric Crous Vidal, els estudis Sala i Frisco, etc., constitueixen l'avançada de la definitiva professionalització de l'activitat que avui coneixem per disseny gràfic.»²⁶

Esta nueva disciplina, aun dentro de los criterios formales del Noucentisme, estará aplicada por el diseñador gráfico, que bajo las influencias europeas creará la base de la ruptura visual, que más adelante se materializara, pero que de momento tendrá una actitud prudente.

«La presència d'un traç, lleument tremolenc en el moment de concretar amb tinta les geometries de l'estructura i, d'altra banda, la persistència, malgrat l'abstracció geomètrica, de traces o signes figuratius, amb els quals sembla deslligar-se de la tendència internacional, sobretot de la alemanya, per tal de mantenir referències mediterrànies i potser panteïstes, més pertinents amb les conviccions ideològiques i formals del Noucentisme».²⁷

Así, que nos tendremos que esperar a principios de la década de los 30, para poder encontrar formas más rompedoras, y para poder hablar de la exis-

24 GIRALT-MIRACLE, D. BRACONS i CLAPÉS, J. «La generació dels «grafistes». Ed. Reial Acadèmia Catalana de Belles arts de Sant Jordi. 2007. Barcelona p.11.

25 GIRALT-MIRACLE, D. BRACONS i CLAPÉS, J. «La generació dels «grafistes». ... 2007., op. cit, p.12.

26 SATUÉ, Enric. El llibre dels Anuncis Vol I Els temps dels artesans (1830-1930) Ed. Alta fulla, 1885, Barcelona. p.39.

27 SATUÉ, Enric. El Disseyn gràfic a Catalunya. Els llibres de la frontera.1987, Barcelona, p. 71.

tencia en Barcelona, de profesionales dedicados al diseño gráfico. Estos empezarán a aplicar las influencias de las vanguardias europeas y lo plasmarán en el momento de crear la maquetación de una revista, como en el Magazine *D'Ací i d'Allà*, y en el momento de desarrollar un tema muy potente relacionado con la comunicación de masas, la publicidad.

Dentro de un entorno que tiene elementos de arte, de industria y de comunicación, la publicidad será precisamente la disciplina que recoge a los profesionales "ilustrados", creadores que entienden de industria gráfica, que entienden de arte y entienden de comunicación.

Así de esta manera, el nuevo diseñador, empezará a expresarse a partir de unas influencias que llegarán desde el constructivismo, la nueva tipografía, la nueva fotografía, el expresionismo cinematográfico Alemán y la nueva arquitectura racionalista que aportó J. Ll. Sert.

«Esto creó en Barcelona un ambiente predispuerto a valorar la publicidad como una nueva forma organizadora de comunicación. No es raro, por esto, encontrar en revistas de carácter general artículos sobre publicidad, tema que pasa a ser consubstancial a una declarada posición de modernidad. El anuncio como «género» meditado se convierte en objeto de cultura que tienta no sólo a los especialistas sino también a pintores y escultores cuya carrera se centraba en las salas de exposiciones».²⁸

Así que no solo los litógrafos y los intelectuales con formación, sino también los artistas, son colaboradores en las revistas ilustradas, convirtiéndose así en publicistas, que como ya hemos comentado es una de las profesiones emergentes de la época.

Otra de las expresiones gráficas que tomara protagonismo revolucionando las formas, y que se presentará como alternativa a la ilustración dibujada, tal como nos adelantaba en el escrito anterior Walter Benjamín, es la fotografía.

Es precisamente a partir de 1927, cuando «se plantean nuevas reflexiones entorno a la fotografía. La renovada concepción del arte incluirá a la fotografía pura como una disciplina artística más».²⁹

Utilizada en décadas anteriores como un elemento de representación pictoralista, empezara a tomar un valor único y singular, y se ira desligando del concepto de documento testimonial, para generar justo en este momento, el nacimiento de la fotografía publicitaria. Lo que corresponde al nacimiento de la fotografía industrial y de moda.

Hasta el momento, la fotografía no había interesado en la representación de objetos, pues esta era tan fidedigna, que no interesaba. Los objetos que aparecen publicitados, siempre era necesario embellecerlos, y esto era a través de las manos de los dibujantes.

28 CARRETE, J. Vega, J. Bozal, V. Fontbona F. *El grabado en España. (Siglos XIX-XX)* Summa Artis, Historia general del arte, Vol. XXXII, Madrid, p. 536

29 INSENSER, Elisabet. *La Fotografía en España en el periodo de entreguerras: notas y documentos para una historia de la fotografía en España*. CCG Ediciones: Centre de Recerca i Difusió de la Imatge, (CDRI), 2000. Ajuntament de Girona, p. 132.

«Però els avanços tècnics i professionals, d'una banda, i l'atenció que les escoles i tendències gràfiques dels anys vint havien manifestat pel blanc i negre rigorós, de l'altra, coincideren als anys trenta en l'acceptació progressiva de la fotografia en l'expressió publicitaria. [...] Els anys trenta foren viscuts a casa nostra, històricament, amb més ímpetu que enlloc d'Europa. En aquestes circumstàncies, no es dublà pas acceptar una tendència tan nova i inexperimentada com aquesta de la fotografia industrial³⁰».

Como ya se ha comentado, la fotografía había sufrido un importante avance, huyendo del pictoralismo, y empezando a definirse como un medio de expresión propio, no solo se permitía experimentar en las técnicas, sino también en los medios en los que estaba encontrando su sitio.

En la publicidad, la ilustración y el documentalismo, la fotografía empezará a tomar forma. Mas adelante, en nuevos apartados, podremos ver de manera mas evidente como el magazine *D'Ací i D'Allà*, sobre todo en su última etapa, es un ejemplo de estas novedades.

«La corriente más interesante de la fotografía de ilustración, iba a desarrollarse en paralelo a la principal revista gráfica de la época, *D'Ací i D'Allà*. Resulta fácil entender la atención que esta revista — dada su moderna concepción gráfica, su original tipografía y composición y sus cuidadas reproducciones — iba a prestar a la fotografía. Este hecho viene demostrado por los nombres de Bill Brandt, Emmanuel Sougez o Raul Hausmann que aparecen en los créditos de las imágenes».³¹

Ciertamente los fotógrafos de la época se muestran a su público, no solo a través de las revistas especializadas, sino también a través de las llamadas culturales o de entretenimiento.

Lo que antes el fotógrafo realizaba para un público burgués recreando imágenes en postales o retratando sus familias en exclusiva, pasará a ocupar la nueva industria de la moda, de la publicidad, y de los estilistas, y esto es lo que el nuevo público burgués más progresista podrá disfrutar dentro de los magazines.

Soportes gráficos que abrieron sus páginas a estos fotógrafos, que a pesar de representar en sus imágenes toda la influencia europea y americana, nunca fueron valorados de la misma manera que los fotógrafos europeos o americanos.

Pero el público en Cataluña si que lo valoró y supo aceptar las nuevas tendencias, como la representada por la fotografía industrial.

Ya sabemos, que durante la década de los años 20, en el sector del diseño gráfico, aún se van arrastrando estéticas Noucentistes, pero las ganas de renovación, harán que a partir de los 30, se viva en Barcelona un estado de regeneración, vivido con mas energía que en otro lugar de Europa.

30 SATUÉ, Enric. *El llibre dels Anuncis Vol II Anys d'aprenentatge (1931-1939)* Ed. Alta fulla, 1988, Barcelona.

31 FONTCUBERTA, Joan. *Pla Janini: eje de la fotografía Catalana (1906 - 1936)* p. 59. *Historias de la fotografía española. escritos 1977 - 2004* Ed. Gustavo Gili, S.L.:2001, Barcelona.

Es este estado de modernidad, junto con la situación de progreso de Cataluña, lo que hará que en Barcelona «aparezcan un grupo de fotógrafos catalanes, cultivadores destacados de la llamada fotografía aplicada especialmente en el campo de la publicidad y de la moda».³²

Estos fotógrafos a su vez colaboradores destacados del Magazine *D'Ací i d'Allà*, son: Josep Sala, Pere Català i Pic, Josep Masana, Josep Compte, Emili Vila, Ramon Batlles y Emili Godes.

Destacan en el grupo Josep Sala, por ser uno de los puntales del magazine objeto de estudio y por ser uno de los "ilustrados" de la época, que gracias a su interés personal e inquietudes, lejanas a sus orígenes profesionales como profesor de baile, llegaría a dominar disciplinas diversas de manera importante.

Muy destacable su labor en la fotografía industrial y en fotografía publicitaria, fue colaborador en la segunda etapa del Magazine de *D'Ací i d'Allà*. y director artístico en el primer año de la tercera.

«Les seves obres exquisides i refinades són parelles dels magistralts fotògrafs alemanys contemporanis. La sensibilitat en la composició, la il·luminació i en l'enquadrament les fan, encara avui, úniques en el gènere, especialment la variada sèrie d'argenteria feta pel seu fidel client, la Joieria Roca de Barcelona.»³³

El otro fotógrafo representante de la fotografía moderna es Pere Català Pic, provenía de forma autodidacta del mundo del retrato, pero a partir del interés en el conocimiento de las novedades en su profesión llegó a convertirse en un gran divulgador de la nueva fotografía y en un gran representante de la fotografía publicitaria.

«En els seus articles s'esforçava a reclamar la posició de creador per al fotògraf, a demostrar que en la fotografia hi havia un món experimental verge, i que la publicitat havia de lligar-se a la fotografia».³⁴

Otros artistas fotógrafos fueron el cartelista y pintor, Emili Vilá, que supo utilizar la fotografía para sus diseños publicitarios, Emili Godes también se dedicó profesionalmente a la fotografía publicitaria e industrial, utilizando para ello técnicas como el fotomontaje, el fotograma y las sobrepresiones y Ramón Batlles y Josep Massana que fueron destacables en el campo de la moda y la publicidad.

«El artista de entreguerras aporta como elemento típico el carácter polifacético y multidisciplinar de su discurso creativo. Se valora más al artista global, capaz de desenvolverse en múltiples medios, que al especialista de sofisticado perfeccionamiento en uno solo. De ahí, pues, que algunos autores, que no procedían del campo específico de la fotografía, se valiera de esta técnica junto a otras».³⁵

32 LOPÉZ MONDEJAR, P. Historia de la fotografía en España. Lunwerg Editores. 1999, Barcelona pag. 150

33 SATUÉ, Enric. El Disseyn gràfic a Catalunya. Els llibres de la frontera. 1987. Barcelona. p 80.

34 MIRALLES Francesc / Catala - Roca. Historia del art Catala. L'epoca de les avantguardes 1917-1790 Vol VIII Ed. 62 1983. Barcelona p. 156

35 FONTCUBERTA, Joan. Historias de la fotografía española. escritos 1977 - 2004 Ed. Gustavo Gili, S.L. 2008, Barcelona, p. 179.

3.3 Apropiación y reflexión de lo moderno

Conocimiento de las tendencias europeas 1/3 siglo XX.

Los cambios son evidentes, la crisis domina el territorio Europeo. Crisis que surge a partir de la reflexión sobre los límites del sistema capitalista, producidos por el valor del dinero. La industrialización a separado las sociedades, y roto las estructuras que mantenían controlado el pensamiento.

Es una crisis de pensamiento, esto supone terminar con las ideas y con la cultura pasadas con el propósito de trabajar por una nueva concepción del mundo. Esto desembocará en 1914 con la primera de las grandes guerras, que provocará a nivel mundial transformaciones políticas, económicas e ideológicas.

Importantes categorías de pensamiento se transformarán, y la necesidad de romper con el pasado, defendiendo los nuevos valores de la revolución socialista rusa, generarán las nuevas estéticas en el arte. Expresionismo alemán, cubismo francés, futurismo italiano, constructivismo ruso, el dadaísmo generado desde Alemania, y el surrealismo desde Francia.

Pero de manera más directa nombraremos la influencia arquitectónica del racionalismo europeo, que se dio a conocer en Cataluña, a partir de la exposición internacional de Barcelona de 1929, a través del Pabellón de Alemania de Ludwig Mies van der Rohe.

Las transformaciones que vivían los ciudadanos fuera de nuestras fronteras, no correspondía a las realidades del ciudadano barcelonés.

La política reaccionaria que nos gobernaba desde 1923 al 1930 con la dictadura de Primo de Rivera, nos mantenía alejados de cualquier avance cultural e intelectual.

A pesar de eso, en Cataluña se pudieron sentir y percibir estos nuevos aires de expresión. Artistas e intelectuales supieron mantenerse alerta de lo que se hacía fuera y las fuentes a partir de las cuales configuraron sus aprendizajes, fueron diversas.

Uno de estos intelectuales inquietos informado y en conexión con la moda Gráfica europea fue Emili Ferrer, creador del estilo gráfico del magazine *D'Ací d'Allà* en su primera época, del cual hablaremos mas adelante.

El, como otros, estaban informados a través de las revistas ilustradas y magazines tipo *Vanity Fair*, *Vogue*, *Harper's*, *L'Amour de l'Art*, etc., que se editaban fuera de nuestras fronteras y llegaban a Barcelona.

Esto era posible gracias a editores como Antoni López-Llàusas, editor del magazine *D'Ací i d'Allà* desde la Editorial Catalonia.

Llàusas, actúa como editor, pero tiene experiencia en las artes gráficas y en la publicidad, y dentro de las iniciativas que mantiene dentro de los intereses de modernidad, su librería se convierte en un centro de suscripciones a revistas, autóctonas y sobre todo extranjeras.

«Revistes franceses, angleses, americanes i alemanyes sobre arts, ciències, modes, viatges, història, política, esports, etc. No oblideu que avui ningú no

pot prescindir de les revistes o magazines que ens posen al corrent, sense esforç, de tot allò que ens interessa i que contribueix a enriquir la nostra cultura, el nostre gust i la nostra sensibilitat».³⁶

Otro medio, viene a partir de la colaboración directa con aquellos artistas europeos que se refugiaron en Cataluña huyendo de la guerra.

«En esa época, se respiraba en Barcelona aires frescos e innovadores. Ello se debía en parte al reemplazo generacional que comenzaba a tener lugar y en parte también a la incorporación de muchos intelectuales que huían de los conflictos mundiales, como le había ocurrido a los dadaístas en Zurich»³⁷

A pesar de que los artistas que se instalaron en Barcelona, no fueran los mejores en su país, conocían las estéticas que corrían en esos momentos en el centro de Europa y contribuyeron por un lado a dar forma a las nuevas actividades profesionales, como ya hemos comentado, y por otro lado a introducir las nuevas tendencias formales.

«És evident que el paper dels estrangers alemanys la majoria que s'establiren aquells a Catalunya fou importantíssim en aquest procés de modernització gràfica, sobtat i gairebé general».³⁸

Entre ellos, y en relación con el magazine *D'Ací i d'Allà*, debemos nombrar al suizo Frisco fotógrafo y diseñador, conocedor de las técnicas gráficas y fotográficas más nuevas de su país, y que se asocio con la empresa de fotograbados Llovet, haciendo un tándem creativo que les llevo, entre otros proyectos, a ser los directores creativos del magazine desde 1933.

«Ja hem citat Frisco, però hi hem d'afegir el nom d'un bon il·lustrador que col·laborà en la revista "D'Ací i d'Allà" i en las "Cuatro estaciones" (versió en castellà per a la seva distribució a Madrid) amb algunes cobertes reexides: Wil Faber, pintor famós que va arrelar des d'aleshores a Catalunya. Les Indústries Gràfiques Seix Barral contractaren, l'any 1929, els serveis d'un estranger que procedia del prestigiós estudi gràfic Draeger, de Paris, amb un altre cognom alemany Schuwer, del qual Joan Seix recordava que "Era un compaginador molt notable, el primer que a Barcelona treballà amb el nou concepte de dissenyador gràfic, en aquell temps inèdit". Un altre dissenyador remarcable, autor d'anuncis en blanc i negre ben suggestius, signava amb el nom de Knoll».³⁹

De la relación de los profesionales que se instalaron en Barcelona, hay que resaltar a Wil Faber, por ser uno de los creadores de algunas de las portadas del magazine.

36 LLANAS, M. PIÑOL, R. Notes sobre l'activitat professional d'Antonio Lòpez-Llausàs fins 1936. Textos Literaris Contemporanis. U. Vic. La literatura catalana contemporània: intertextos, influències i relacions. Societat Catalana de Llengua i Literatura. Filial Institut d'Estudis Catalans. UAB. p. 173.

37 FONTCUBERTA, J. *Historias de la fotografía...*, 2008, op. cit., p. 55.

38 SATUÉ, Enric. *El Disseny gràfic...* 1987, op.cit., p.83.

39 SATUÉ, Enric. *El llibre dels Anuncis Vol II ...* 1988, op.cit., p.22

«Faber va ser un dels alemanys que davant la imminència del triomf del nazisme optà per sortir del seu país, i anà a establir-se a Barcelona. Corria l'any 1932. A Barcelona pogué desenvolupar ben aviat una intensa activitat professional i artística, centrada especialment en el grafisme i la il·lustració».40

Por supuesto, en todo este grupo de profesionales venidos de Europa, nos haría falta uno que se dedicara a la tipografía. No podemos hablar de los avances en la Expresión Gráfica del primer tercio del siglo XX en Barcelona, sin nombrar a Trochut Bachmann, como uno de los referentes más influyentes en la construcción de tipos, aplicación creativa y difusión de los mismos.

Trochut es un emigrado francés, que en plena primera guerra mundial, junto a su mujer, decidió instalarse en tierras catalanas.

«Trochut Bachmann s'havia platejat sempre la necessitat de fomentar la imaginació de caixistes i impressors per tal d'obtenir, amb elements tipogràfics convencionals, la dignificació i originalitat mínims desitjables per als petits impresos comercials, sovint realitzats en tallerets tipogràfics i lluny, per la modèstia de les comandes, de la possibilitat de comptar pel disseny amb un dibuixant professional».41

El empuje tipográfico producido por estas influencias tan directas, es muy significativo, como veremos en al entrar en las páginas del magazine *D'Ací i d'Allà*.

Son importantes los profesionales que deciden instalarse en nuestra ciudad, pero también son importantes, las muestras que vienen de fuera. Así que debemos remarcar, las exposiciones de arte, que desde las galerías mostraban lo que ya existía mas allá de las fronteras, pero que, para el ciudadano barcelonés, representaban absolutas novedades.

«El 1912 va ser l'any d'una remarcable exposició celebrada a Barcelona: l'Exposició d'Art Cubista de las Galeries Dalmau del carrer de Portaferrissa entre el 20 d'abril i el 10 de maig. Podia no ser aquella la primera presentació del darrer art parisienc als catalans, però va assenyalar un canvi de dimensió de l'art conegut».42

«Seguida el 1918, de la primera exposició de Joan Miró, que practicava una mena de síntesi de *fauvisme* i cubisme. El 1920 va ésser l'exposició dels *fauves* del nucli francès, alhora amb Miró y Sunyer. El 1922, la de Picabia, presentada por André Breton».43

Y en relación a las exposiciones, por supuesto debemos nombrar la Exposición Internacional de Barcelona 1929. La exposición tenía como objetivo dar a conocer los nuevos adelantos tecnológicos y proyectar la imagen de la

40 TRESSERRAS, J.M. *D'Ací i d'Allà*: ... 1993, op. cit., p. 157.

41 SATUÉ, Enric. *El Disseyn gràfic a Catalunya*... 1987, op.cit., p.76

42 GREEN, Christopher. *L'avanguardia estrangera*. Dentro de: *Homenatge a Barcelona*. La ciutat i les seves arts 1888-1936. Ajuntament de Barcelona. 1987. Barcelona.

43 CIRICI-PELLICER, A. El temps de l'avantguarda. dentro de *Serra d'Or*. Barcelona. Junio 1961 p.31. http://www.cervantesvirtual.com/portales/serra_dor/obra-visor-din/serra-dor-16/html/. Consulta Abril 2016.

industria catalana en el exterior; pero actuó como moneda de cambio y sirvió para que el ciudadano barcelonés pudiera ver en directo, desde los pabellones de diversos países, arquitectura y estéticas, que hasta el momento solo había podido ver en libros y revistas.

La exposición del 1929, será el punto y final a las demostraciones de estéticas Noucentistes, dando la entrada a las propuestas que surgirán desde un grupo de arquitectos, representados por J.L. Sert, defensores absolutos del estilo racionalista de Le Corbusier.

Enlazando con este grupo de arquitectos intelectuales, y también con un papel importante en la difusión, aparecerán las organizaciones colectivas que se crearon alrededor del interés por el arte nuevo. En Barcelona en 1929 aparece el GATCPAC (Grup d'artistes i tècnics catalans per al progrés de l'arquitectura contemporània). Que entre otras actividades, editaba una revista A.C. en la que demuestra el interés en la lucha por el arte nuevo.

«En 1933, el GATCPAC abre un local de exhibición en el Paseo de Gracia, de Barcelona. Por primera vez en España se ofrecen muestras de diseño, desde el industrial al urbanístico, pasando por el pictórico, el escultórico y el arquitectónico. Se establece una biblioteca con exposición permanente de materiales, muebles, utensilios y accesorios; se organizan conferencias y se promueve el Congreso Internacional de Arquitectura, en el que intervinieron Le Corbusier, Gropius, Giedion y otros».⁴⁴

Y en 1932 a través de un grupo de tertulianos de café, representados por Joan Prats, se formara el grupo ADLAN (Amics del Art Nou), «grup intel.lectual, que entre 1932 i 1939 organitzà, entre altres, les exposicions de Joan Miro, Angel Ferrant, Artur Carbonell, Alexander Calder, Hans Arp i Picasso».⁴⁵ También patrocinará exposiciones en las Galerías Catalonia, alguna de ellas conflictiva como la de 1933, de Salvador Dalí.

Estas dos asociaciones, serán las responsables de la edición del número de invierno de 1934 del magazine *D'Ací i d'Allà*, dedicado al arte del siglo XX, bajo la dirección de J.L. Sert i de J. Prats.

A su vez este número de magazine, se convirtió en el mejor exponente de lo que se estaba haciendo fuera y quedo como referente para los futuros artistas que en esa época y en posteriores, no tuvieron otro medio desde el que conocer a fondo las nuevas Vanguardias.

⁴⁴ AGUILERA-RODRIGUEZ, C. *Los amigos del arte nuevo*. Cuadernos de arquitectura > 1970: Núm.: 79 ADLAN testimonio de una época. Disponible en: <http://www.raco.cat/index.php/CuadernosArquitectura/article/view/11049>. Consulta Abril 2016. p.7.

⁴⁵ CIRICI-PELLICER, A. *El temps de l'avantguarda*. ... 1961, op.cit., p.32.

3.4 La importancia de la vanguardia

Desarrollo de la vanguardia gráfica en Barcelona.

Ya hemos comentado las fuentes a partir de las que el artista y profesional de la prensa, se iba alimentando para poder producir una obra acorde con los sentimientos de su época. Pero las maneras como se expresaban, el estilo, el cambio radical que supuso el conocimiento de las estéticas extranjeras, las explicaremos en este apartado.

«D'altre banda, l'art d'avanguardia oferia ja, en aquella primera dècada del segle XX, novíssims repertoris per a fer possible la renovació dels llenguatges gràfics a l'us: el cubisme com alternativa al decorat perspectiu convencional; el moviment mecànic i la velocitat, anunciats a crits de primer pels futuristes i després pels dadaistes; una llarga sèrie de preinformalistes, amb Kandinsky y Klee entre els pioners».⁴⁶

Aunque las actitudes vanguardistas estuvieran representadas desde la pintura y la escultura, en Cataluña fueron las artes gráficas donde se empezaron a mostrar las primeras manifestaciones.

«Com és natural, la iniciativa va partir de la pintura i l'escultura, que poden expatriar-se més fàcilment que no els arquitectes. Els pintors i els escultors podien integrar-se a la vida internacional, centrada a les hores a París, i els homes i les obres del nucli de París es podien transferir fàcilment a Catalunya».⁴⁷

En esa primera década en Barcelona, aparecieron brevemente las formas de ese radicalismo vanguardista que estaban presentes en Europa. Se publicaran algunas revistas, de corta duración, en las que se muestra el interés de los intelectuales del momento, por expresarse a partir de las nuevas estéticas.

«Esta aproximación, típicamente vanguardista, de la poesía a lo gráfico mediante el caligrama, el juego de distintas tipografías y la viñeta, tuvo una primeriza tribuna en la revista barcelonesa *Troços* (1916-1918), dirigida por el mismo Junoy, y recibirá una inyección de fuerza de primera magnitud con la aparición, también en Barcelona, de la revista *391* (1917), uno de los grandes órganos del Dadaísmo internacional, revista emprendida por Francis Picabia, editada por el marchante Josep Dalmau e impresa por una casa de máxima solvencia, Oliva de Vilanova»⁴⁸.

De todas maneras, este intento de ruptura provocada por las vanguardias en Cataluña, fue modelada por el Noucentisme, y las nuevas publicaciones

46 SATUÉ, Enric. *El Disseygn gràfic a Catalunya. Els llibres de la frontera*, 1987, Barcelona, p.71.

47 CIRICI-PELLICER, A. "Temps d'avanguardia", dentro de *Serra d'Or*. Any III, núm. 6, juny 1961, p.30. http://www.cervantesvirtual.com/portales/serra_dor/obra-visor-din/serra-dor--16/html/. Consulta Abril 2016.

48 CARRETE, J. VEGA, J. BOZAL, V. FONTBONA F. *El grabado en España. (Siglos XIX-XX)* Summa Artis, Historia general del arte, Vol. XXXII, 1988. Madrid. p. 547.

que sustituyeron a *Troços* y *391*, ya mostraron en su Expresión Gráfica, una síntesis entre estilos, de los que el Noucentisme tenía más protagonismo.

En la exposición de artes decorativas de 1925 en París, la máxima era presentar formas que hasta ahora no se hubieran conocido, huyendo de cualquier historicismo, de esta forma se fue configurando el estilo Art Deco, un estilo geometrizable que invadirá las calles.

Un estilo con características cercanas al Cubismo, con formas y volúmenes muy esquemáticos y sintéticos, que estarán aplicados no solo en el entorno gráfico, sino que triunfarán sobre todo en el interiorismo y en los objetos.

«Los jóvenes artistas mayoritariamente buscaban su mejor modo de expresión en la simplificación a veces hasta inhábil de las imágenes más elementales. Y ésta era la tendencia que nutría la parte plástica de la mayoría de las publicaciones culturales avanzadas»⁴⁹

A finales de los años 20, y gracias a la explosión en formas y estilos mostrados en la Exposición Internacional del 1929, empezará la etapa de asentamiento de las influencias vanguardistas en Barcelona, dando fin al predominio del Noucentisme.

Como ya comentamos en el apartado 3.3, en 1931 surgirán grupos de intelectuales creativos, uno desde el entorno de la arquitectura el GATCPAC y otro desde la pintura y la escultura el ADLAN.

Los intelectuales que conforman estos grupos son las voces que potencian el asentamiento de las nuevas formas, desde el funcionalismo arquitectónico, o el surrealismo en pintura. Estas influencias configuran el nuevo diseño del magazine *d'Ací i d'Allà* en los años 30, aplicado en la composición de páginas y sobre todo en las portadas.

Una muestra evidente de la colaboración de estos grupos con el magazine, queda reflejado en la colaboración, ya comentada, en el número extraordinario de invierno de 1934.

«Ahora bien, el grafismo vanguardista, o simplemente renovador, no encontró a un público relativamente amplio hasta la nueva etapa de la revista barcelonesa *D'Ací i d'Allà* a partir de 1932. Aquel nuevo *D'Ací i d'Allà* tenía una maqueta aparentemente tan vanguardista como la de AC, pero en realidad carecía de aquel rigor purista de las revistas racionalistas y ponía todos los recursos de la modernidad más en boga al servicio de un producto lujoso y culto a la vez».⁵⁰

Las estéticas vanguardistas serán aceptadas por el público entre otras cosas, a partir de las revistas de consumo.

La estética que esta aplicada en sus páginas a través de los artículos y fotografías de temas de actualidad, conformados por interiorismo, arquitectura, moda, arte, y publicidad, llegará al público burgués e intelectual. Y lo que en la década anterior, habían sido páginas que educaban las formas del nuevo

49 CARRETE, J. VEGA, J. BOZAL, V. FONTBONA F. *Summa Artis, Historia general del arte. El grabado en España. (Siglos XIX-XX)*, Vol. XXXII, Espasa Calpe, 1988 Madrid, p.551.

50 *ibíd.*, p. 553.

ciudadano moderno, ahora serán la guía para mantener actualizado a un público con intereses en la cultura de las vanguardias. Un público que convivirá aún con una burguesía reaccionaria que mantiene los gustos del Noucentisme, pero que desea evolucionar, y terminar con la dictadura del pasado, disfrutando de las posibilidades de libertad de pensamiento que le ofrece el gobierno de la 2ª República.

4. El magazine D'ací d'allà.

Hasta este momento del estado de la cuestión, hemos ido presentando sutilmente nuestro objeto de estudio, es decir, hemos ido hablando de manera general *D'Ací i d'Allà*, de todas las generalidades que hemos considerado importantes antes de empezar a describir exactamente el *que*, del magazine, para después pasar al *como*, dentro de los apartados, 1ª, 2ª y 3ª ETAPA.

Nuestro magazine, pertenece a ese momento, ya descrito anteriormente, en el que el termino ingles se apodera de una nueva posibilidad de comunicación, cuyo objetivo es llegar al lector urbano, que esta deseoso de convertirse en el ciudadano del futuro.

El 10 de Enero de 1918, se publica el primer número, *D'Ací d'Allà* (hasta el número 55 no se llamará *D'Ací i d'Allà*), un periódico que se subtitula "Magazine mensual" y que anuncia que se venderá a partir del día 10 de cada mes y su precio será el de 1 peseta.

Nace formando parte de una ambiciosa empresa de cultura, la Editorial Catalana, que es una de las propuestas culturales que nacen en los primeros decenios del siglo XX, cuando el gobierno Catalán estaba en manos de la Mancomunidad.

Los intereses de la editorial recién creada, estan basados en poder conseguir una cultura Catalana al mismo nivel que cualquier cultura Europea.

Este interés cultural con objetivo nacionalista, utilizará los nuevos medios de comunicación para cubrir las necesidades no cubiertas de la sociedad y que algunos intelectuales despiertos supieron cubrir.

«Editorial Catalana (1917-1924) fou responsable de tota la primera etapa de "D'Ací i d'Allà, i provà de convetir la revista en un dels estalons de tot el seu projecte editorial. L'empresa, creada com a instrument de penetració i influència cultural en la societat catalana, amb una clara intencionalitat política, va convertir-se en una de les grans factories del noucentisme».51

La Editorial Catalana formaba parte de las ultimas iniciativas culturales impulsadas por Prat de la Riba, el promotor principal del magazine, fue Fran-

cesc Cambó, que sería el responsable de la primera etapa, «provà de convertir la revista en un dels vaixells insignia de tot el seu projecte editorial». 52

Su inspirador y director durante la primera etapa, fue Josep Carner.

El poeta Josep Carner, como ya se comento con anterioridad, tuvo la intuición de proponer un proyecto absolutamente novedoso, que sabia que tendría una gran aceptación. La formula del magazine ya había triunfado en el extranjero durante el XIX, ahora era el momento de que apareciera en tierras catalanas.

De esta manera *D'Ací i d'Allà*, será la revista ilustrada que marca un antes y un después en la producción en prensa, de la época.

La novedad de la publicación consistía en «d'abundancia de dibuixos, fotogravats tramats, bona impressió i cobertes tipogràfiques a tot color amb la reproducció d'obres dels artistes més reconeguts del moment».53

También en su interior y con papel satinado, se representaban obras artísticas, entre artículos de viajes, moda y de literatura, aunque esta de un carácter bastante sencillo.

«*D'Ací i d'Allà* (1918-1936) obtingué, durant una temporada la més artística per les reproduccion en color i sobre bon paper setinat, d'obres dels nostres pintors, però la menys interessant pel contigut literari, una determinada audiència com a magazine de moda, que feia de bon to tenir a las saletes de rebre». 54

El magazine solo fue dirigido por Josep Carner durante un año, después y hasta el año 1924, estará bajo la dirección de Ignasi Folch i Torres, que mantendrá el mismo formato propuesto por Carner.

Por otro lado, y aunque no estuviera reconocida como tal la labor de la dirección artística durante esta primera etapa podríamos decir que estaría encabezada por el ilustrador Emili Ferrer.

Muchos eran los colaboradores ilustradores, pero el que dejo su sello en el estilo gráfico a partir de 1919, fue Ferrer.

Empieza junto con otros artistas como D'Ivori, Torné-Esquius, Canyellas, Junceda, y Roqueta, colaborando en las portadas, que por si solas merecerían un estudio específico, y desde donde Emili Ferrer demuestra un estilo superior, de tal forma que incluso en el año 1920, llega a monopolizar las portadas del magazine.

«Un Ferrer ben informat i en connexió pemanent amb la moda gràfica europea va rebre una profunda influència del gust orientalizant i d'aire japonès durant el anys de la Primera Guerra Mundial.»55

En realidad, no solo sus características a la hora de dibujar hacen del estilo Ferrer el mejor, sino que además, será el escogido por el público burgués, para formarse en las maneras y los gustos europeos.

Diríamos que representa en sus ilustraciones, los nuevos estilos que rompen con las formas del pasado. Entrando de manera mas directa a lo que se

52 CASASSAS, J. Coordinador. Premsa cultura i intervenció política dels intel·lectuals a la Catalunya contemporània (1814-1975) El textos de Cercles. 2005 Universitat de Barcelona.p.96

53 GIRALT-MIRACLE Daniel. Les revistes, imatge del seu temps. Dentro de *Historia i actualitat del disseny gràfic a Barcelona, Metropolí Mediterrània*. Quadern central nº3, Ajuntament de Barcelona.1986, p.69

54 CADENA J.M. Les revistes d'art a Catalunya. Dentro de *Serra D'Or*. Barcelona, Marzo 1971, p. 27

55 TRESSERRAS, J.M. *D'Ací i d'Allà*, ... 1993, op. cit., p.24.

mostraba en los magazines europeos como *Vogue* y *Harper's*, formas bellas y elegantes, que eran utilizadas por el público, para conseguir aceptación, prestigio y distinción.

Respecto al carácter general del magazine, esta demostrado, que en esta etapa es en todas las disciplinas, bastante ecléctico. Los colaboradores gráficos son personajes de diferentes entornos de pensamiento y de estilo, con diferentes influencias e intereses. Esto es una razón para poder entender la convivencia de estilos, algunos arrastrados del Noucentisme y otros cercanos a la geometrización del Art Deco. Esto perdurará hasta el momento que empieza a tomar importancia el papel del "director artístico".

A partir del número 78 de junio de 1924, la revista tomara una nueva trayectoria, con una nueva dirección y un nuevo editor.

Es sumamente importante la labor de este nuevo director, Carles Soldevila, no solo en el terreno periodístico con un estilo tan particular, sino por la intención plasmada en sus páginas. Una intención marcada por el interés de definir los objetivos culturales en la sociedad de la época.

«La funció a representar en el teatre urbà de la Barcelona barroera dels anys vint consistia a agafar grapats de nou-rics i altre gent de cabals, però d'educació poc polida i de dubtosa "classe". Un cop aplegats tots, el número principal era solmetre'ls a tractament tocantlos amb aquella vareta màgica anomenada *D'Ací i d'Allà*, i convertint-los en unes "dames" i uns "cavallers" més homologables»⁵⁶

La dictadura del gobierno de Primo de Rivera de 1923, hacía difícil la función de la Editorial Catalana, hasta ahora editora del magazine, así que tuvo que pasar a ser propiedad de uno de los editores independientes surgidos en ese momento, Antoni López Llausás.

El será el continuador de una saga de importantes editores, que decide independizarse y crear una agencia de publicidad, después una imprenta y finalmente una librería. La Librería Catalònia, desde donde realizará funciones de editor y distribuidor. En realidad la intención era hacer de la librería un centro cultural, promotor de diversas actividades complementarias como la edición de colecciones de libros catalanes, conferencias y exposiciones.

López Llausás, nombro como director a Carles Soldevila, siendo los dos, los creadores de la transformación del magazine en esta 2ª etapa.

«El nou *D'Ací i d'Allà*, seria més espectacular, més moderns, més lleuger, menys doctrinal, més adequat a les noves condicions que imposava la dictadura de Primo de Rivera. [...] perseguiria un major impacte visual, que la fes destacar en el punt de venda, però amb uns costos reduïts i amb una certa simplificació de la producció».⁵⁷

Soldevila que era abogado, a partir de 1923 se dedicará a la literatura y al periodismo, y desde 1924 se hará cargo del magazine. Son tiempos diferentes a la primera etapa de la revista, y Soldevila aplicará un carácter distinto.

56 TRESSERRAS, J.M. *D'Ací i d'Allà...* op. cit., p. 43.

57 TRESSERRAS, J.M. *D'Ací i d'Allà: ... op. cit.*, 1993, p. 57.

«Es el tono de Carles Soldevila, menos vibrante y mas europeizado, más afrancesado, si se quiere, en un juego sucesivo de influencias. Más elegante y distinguido también, lo cual se acentúa todavía en la tercera etapa de la revista».58

El magazine continuará apareciendo el día 10 de cada mes. Esta vez su tamaño corresponde a 330 x 245 mm, y su precio 1,25 pesetas.

Se publicará desde 1924, hasta Diciembre de 1931, durante estos años defenderá su estatus de magazine en todos sus sentidos, llegando al mismo nivel que el de las publicaciones extranjeras. La estética gráfica y la variedad temática serán los puntales de este reconocimiento, resaltarán sus portadas, la introducción ya mas constante de la fotografía y las colaboraciones literarias ahora con otra calidad mas ágil y moderna.

Hay gran variedad de secciones con una dedicación especial al arte, escultura, pintura, artes aplicadas, reseñas de exposiciones, literatura catalana, poesía, arquitectura, cine y música. También se ampliarán las temáticas femeninas, pero teniendo presente que no es un magazine exclusivo de mujeres. Soldevila siempre había tenido interés en poder dignificar el periodismo para la mujer, y mantener la equiparación de derechos, conseguida con la República. Por esta razón, junto con las propuestas mas femeninas, encontramos secciones dedicadas al hombre moderno, con artículos sobre viajes exóticos y literatura extranjera.

Encontramos autores que nos hablan de la existencia de una época de crisis situada entre 1926 al 1931.

«Aquesta crisi, potser menys llarga i marcada, però sostinguda entre alguns alts i baixos, fou encara més perceptible en els textos de la revista que en la seva presència gràfica, que simplement s'encallà i es vulgaritzà». 59

Una crisis, que como todas, tienen un resultado positivo y dará pie a la aparición de una tercera etapa donde ya de manera definitiva el magazine *D'Ací i d'Allà*, obtendrá su máximo esplendor.

De esta manera el número 168 de Diciembre de 1931, terminará la segunda época del magazine *D'Ací i d'Allà*, medio año despues, en Junio de 1932, reaparecerá con un nuevo formato, aún más atrevido y moderno.

Entre las novedades, esta vez mucho más radicales, encontramos la ampliación del formato, ahora será de 330 x 285 mm, casi cuadrado, con un encuadernado en espiral metálica y con un nuevo precio, 5 pesetas el número, pasando de una publicación mensual a trimestral.

El objetivo de la trimestralidad en su publicación, era enfocar los numeros a la moda que le correspondía por estación del año, de esta manera también cumplía con su función de lectura de evasión al no presentar ningún tema de actualidad.

Su estética visual con influencia evidente del racionalismo Aleman, reducirá los textos, buscando potenciar los espacios de la fotografía y de la publicidad.

58 TEIXIDOR, J. Carles Soldevila. El escritor y su tiempo. Dentro de Destino, n° 1537, Barcelona, 21 de Enero 1967, p.31.

59 TRESSERRAS, J.M. *D'Ací i d'Allà* ... 1993, op. cit., p. 65.

La dirección continuará siendo de Carles Soldevila, pero como novedad muy importante en el entorno de la prensa y del diseño, aparecerá reconocida la labor del director artístico. Esta nueva categoría profesional, aparecerá en los créditos editoriales de la revista, como un miembro más en su producción.

Este importante papel, lo realizará Josep Sala, siendo sustituido un año después por los fotógrafos y grabadores, Frisco-Llovet.

«Josep Sala, profesor de baile en su juventud y pintor de vocación, fue un caso verdaderamente insólito en el panorama del diseño español de la década de 1930. Como una estrella fugaz, apareció de repente, maduro y rutilante, dominando con envidiable técnica todos los campos del diseño gráfico moderno. La ilustración en blanco y negro, espontánea y vanguardista, y la fotografía publicitaria, en la que se puede considerar como uno de los principales introductores, sobre todo por las series que realizó para la joyería Roca, de Barcelona, le acreditan como un distinguidísimo profesional».⁶⁰

Recordemos, que Sala ya había publicado en la 2ª etapa del magazine publicidad de sí mismo, en la que no solo estaba creando una nueva estética de comunicación, sino que estaba mostrando una nueva tendencia en la fotografía, al representar de manera artística aquello que se quería promocionar.

«En tot cas, tornant a les contribucions principals que determinaren el caràcter de la publicació en aquesta seva darrera etapa, resulta evident que els successors de Sala, els ja citats Llovet-Frisco, treballaren sobre el model inicial de juny del 1932. Un model perfectible que s'aniria reajustant a cada número, però que ja estava elaborat en les seves línies fundamentals».⁶¹

Nos parece interesante terminar este apartado comentando, de nuevo, la importancia del número de Invierno de 1934, dirigido por Josep L. Sert y Joan Prats, dedicado al Arte del siglo XX. Es relevante su carácter de testimonio de las corrientes europeas de vanguardia en su globalidad. Se muestra, a partir de un conjunto de imágenes bien reproducidas, y de artículos escritos por los más entendidos en arte de la época, las artes plásticas historiadas desde la óptica de la vanguardia. Esta información a principios de los años 30, era difícil de conseguir, por lo que le da un valor añadido, ya que no solo sirvió para dar formación a los artistas de su época, sino para los siguientes que se formaron en épocas posteriores.

La cita de Antoni Tapies, que encontramos en la contraportada de este trabajo, y que pertenece al libro *Memoria Personal*, nos habla de la influencia que tuvo este número en su formación como artista.

60 SATUÉ, Enric. *El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días*. Alianza Forma, 1988, Madrid, p. 548.

61 TRESSERRAS, J.M. *D'Ací i d'Allà ...* op. cit., p. 156.

1ª Etapa

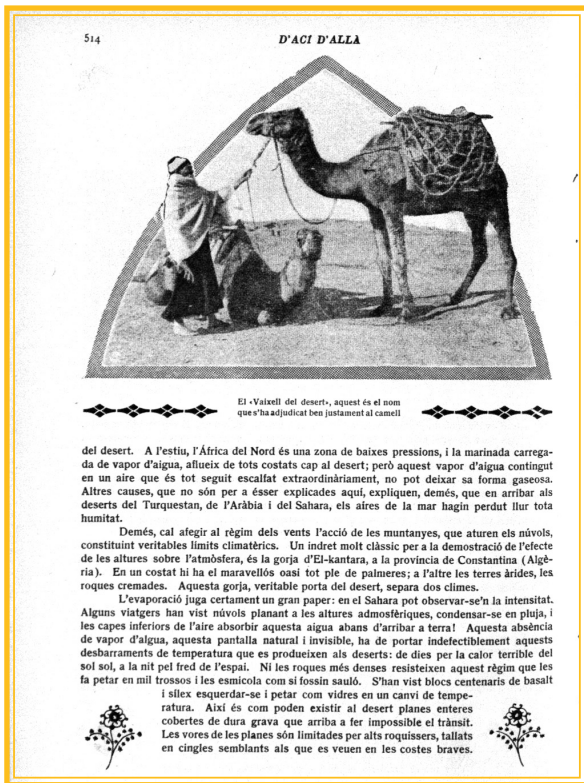


Fig. 1 - Junio 1920, página 16

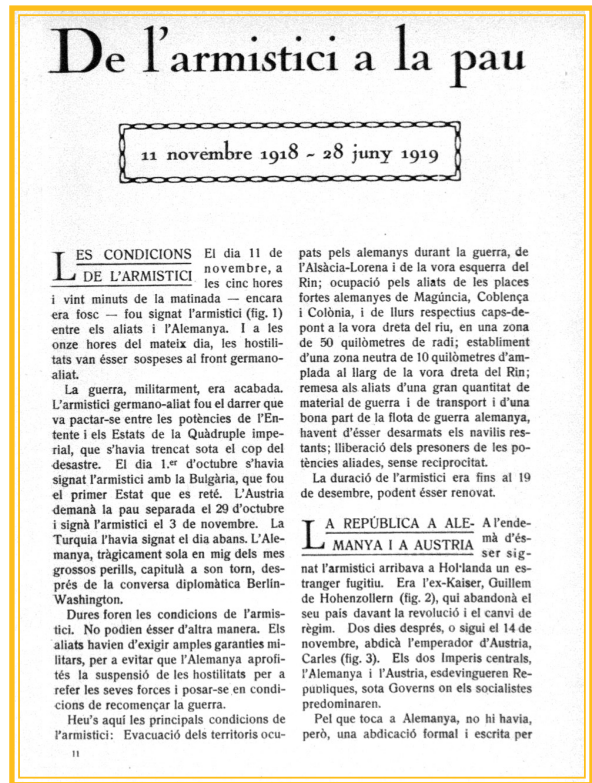


Fig. 2 - Agosto / Septiembre 1919, página 72

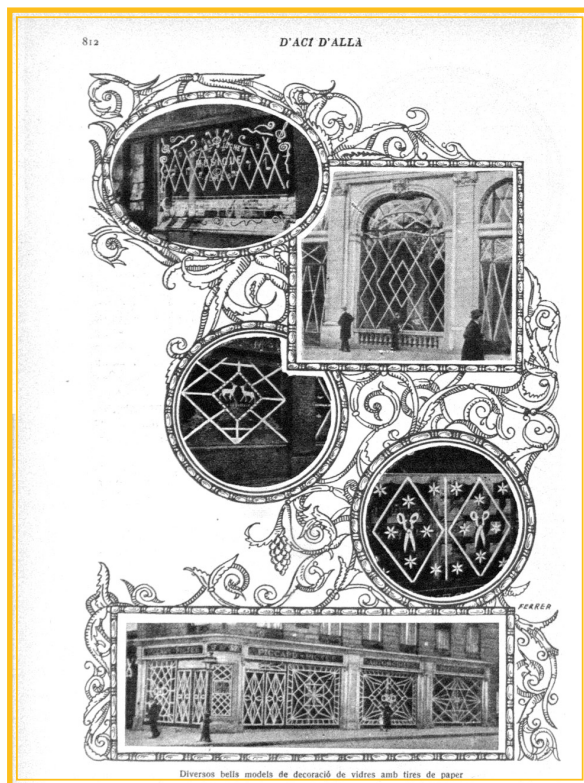


Fig. 3 - Agosto / Septiembre 1919, página 21.



Fig. 4 - Marzo 1918, página 84.

4.1 - 1ª etapa, 245 x 170 mm. (1918 - 1924)

- COMPAGINACIÓN.

La revista tendrá un formato de 245 x 170 mm, con una área inscrita de mancha útil por página de 128 x 184 mm.

Tenía entre 80 a 100 páginas con una retícula a dos columnas. Esta retícula, no se utiliza cuando la página soporta muchas imágenes, las cuales entonces romperán el reticulado y se distribuirán a modo de collage. Generalmente se mantiene la estructura de dos columnas en las páginas exclusivas de texto, dando pie a la posibilidad de hacer composiciones de una o dos columnas.

En el primer número encontramos después de la Presentación, 16 secciones. Estas, estarán compuestas por: cotilleos cultos, divertimento literario de calidad, comentarios artísticos, variedades, y las secciones informativas Crónica Catalana y Crónica Extranjera, que dejaron de aparecer en la 2ª etapa.

Esta distribución de secciones puede variar en algunos números especiales, como el de Agosto/Septiembre de 1919, dedicado a la primera Guerra Mundial y a los números extraordinarios de Navidad publicados en el mes de Diciembre de cada año.

- COMPOSICIÓN.

La información se apoya sobre una estructura de dos columnas, sobre la que se van componiendo las páginas a partir de los titulares a una o dos columnas. Los textos, por norma general se aplican en dos columnas, acompañado de cabeceras sin alineación justificada, y en algunos casos en forma triangular.

Encontramos páginas de carácter compositivo fotográfico, en las que el resultado visual casi corresponde más a un fotomontaje que a una presentación individual de imágenes, aunque por norma, en la mayoría de las páginas, se mantiene la proporción de la retícula de base.

Corresponde al ideal de orden del Noucentisme, donde la composición tiene un carácter general estático, a causa del equilibrio conseguido entre imagen y texto. La relación entre los dos componentes esta muy compensada. Encontramos composiciones que luego se repetirán, esto le da un carácter armónico a toda la publicación, consiguiendo una mayor comprensión de los textos.

Dentro de esta armonía visual, destacaremos la aplicación de equilibrio tonal de carácter Noucentiste, solo roto por la aplicación de color en portada y contraportada, sobre todo el primer año de su publicación. A partir de 1919, también encontraremos color aplicado en filigranas y cabeceras, así como en secciones compuestas en su totalidad en duotono compuesto o separado (texto en un color y imagen en otro), así como aplicación de tritonos en la

representación de obras pictóricas, que se empezará a utilizar ya en el número de Diciembre de 1918, inaugurando las publicaciones extraordinarias de Navidad.

Estas ediciones extraordinarias, presentarán mayor número de páginas y nuevas composiciones, demostrando de esta manera su excepcionalidad.

En general en las composiciones, destaca la compenetración entre texto e imagen, en relación a los temas tratados, como ejemplo nombraremos el número de Junio de 1920, en el que la composición sobre un tema en el que se habla de los desiertos, las cajas que muestran las imágenes están configuradas a partir de formas orientalistas. (Fig. 1).

En general, también encontraremos composiciones a doble página tanto para infografías, como para composiciones literarias.

- APLICACIÓN TIPOGRÁFICA.

En esta primera etapa, hay una abundante utilización de texto, con aplicación de párrafo de alineación justificado con un cuerpo de letra entre 9 y 10 puntos. La tipografía corresponde a la utilizada durante la época del Noucentisme, caracterizada por un retorno al tipo romano, sobre todo a la modalidad fina, dando un resultado de elegancia a las páginas.

«Tipografías didonas redondas y chupadas y los tipos ornamentales característicos de esta época (fileteadas, orladas, sombreadas, floridas, etc.) se mantendrían, a lo largo de todo el periodo tratado, en los catalogos de las fundiciones existentes».62 Dado que el uso de los catalogos esta generalizado en las imprentas, nos permite confirmar el uso de la tipografía serifa Bodoni de procedencia alemana, muy utilizada en los bloques de texto, en revistas y libros de la época.

Para pies de imagen encontramos la Bodoni en cursivas, y curiosamente, los nombres de las reproducciones artísticas, están configuradas en las muy extendidas Grotescas (sans serif) distribuida, como la anterior, por el fundidor Alemán Neufville instalado en Barcelona.

En los años veinte ya se empezaron a poner de moda la utilización de tipografías creadas a partir de figuras geométricas, círculos, cuadrados rectángulos, las encontraremos en el magazine, aplicadas en las cabeceras de las portadas. Tipografías que fueron recreadas por el impresor Esteve Trochut Bachmann, francés instalado en Barcelona.

Encontramos una interesante relación jerárquica de textos, a partir de distinciones tipográficas, tamaños de texto y situación de los mismos. Destacados, citas, pies de foto, despieces, dan orden a la información en página.

Uso normalizado de capitulares, compuesto por el aumento de dos o tres líneas del texto, del primer carácter de la primera línea de párrafo.

62 PENELA, R. GARCIA, D. *Tipografía española: 1900-1936*. Documentación gráfica: Colección Del Olmo&Vil http://www.unostiposduros.com/wp-content/uploads/2008/09/tipografia_1900_36.pdf. Consulta Mayo 20016.

En el número de Agosto/Setiembre de 1919, especial sobre la primera guerra, encontraremos la aplicación curiosa de la utilización de capitulares, como destacados de texto contorneados. (Fig. 2)

- ORNAMENTOS.

El ornamento se hace visible, desde el acompañamiento de algunas capitulares, hasta el mas común fileteado alrededor de las imágenes.

Este trazado que enmarca la imagen, no solo están compuestos de alternancias entre trazos finos y gruesos, sino que incluye en algunos casos, filigranas con composiciones que se van repitiendo de manera simétrica, creando un carácter geométrico.

Respecto a las cabeceras y orlas, destaca su utilización, en algunos titulares de artículos, combinados con tipografías en línea caligráfica. Sorprende los estilos diversos de estos ornamentos en cabeceras. Hay un eclecticismo en general, ya que podemos encontrar algunos con referencias modernistas y otros mucho mas sintéticos cercanos al Art Deco. Incluso aparecen capitulares ornamentales, con referencia medievalista.

- UTILIZACIÓN DE LA ILUSTRACIÓN.

En el primer año, la ilustración tiene un aire mas arcaizante si la comparamos con las etapas siguientes, pero novedosa si valoramos la introducción de nuevas composiciones con carácter Noucentiste. Recordemos que Emili Ferrer esta detrás de la "dirección artística" en esta etapa.

Destaca la buena relación entre ilustración y texto, remarcando la utilización de los contorneos del texto, que son muy delicados y respetuosos con las ilustraciones.

La utilización del dibujo y de la ilustración están dentro de las características Noucentistes, como hemos comentado, aportando la novedad y revalorizando su utilidad dentro de las revistas ilustradas. Un ejemplo es el uso de la tinta negra de los caracteres dentro del trazo del dibujo, con esto se consigue una armonía visual dentro de la tonalidad cromática. Otro aspecto importante, sería la representación de las figuras humanas en movimiento, realizando alguna actividad, escapando de la rigidez e inexpressividad, remarcando la actividad del nuevo ciudadano.

A partir de 1919, encontramos páginas compuestas con imagen e ilustración, como verdaderas infografías, en las que la fotografía es parte de la ilustración. Es decir el trazo no acompaña la imagen sino que una y otra son un todo. El resultado tiene un punto de escenografía, confirmando el carácter de su autor Emili Ferrer. (Fig. 3).

El estilo Ferrer es estilizado y sintético, dentro del canon del art Deco, cumpliendo el objetivo de una buena comunicación con el lector. Este estilo, hace que la mayoría de ilustraciones que acompañan el texto nunca sea superior a la mancha de caracteres, siempre intenta mantener una perfecta armonía. (Fig. 4).

- UTILIZACIÓN DE LA FOTOGRAFÍA.

Hay una abundante utilización de la fotografía y de grabados, aunque no de muy buena calidad, la trama de puntos utilizada para su reproducción era de muy poca definición, y la impresión se realizaba sobre un papel poco satinado, con un gramaje para las páginas de interior de 80 gramos que era el habitual.

La cantidad tan abundante de fotografía que acompañaba los artículos obligaba a que esta estuviera en tamaños reducidos, y junto con las composiciones tan apelmazadas, impedía la percepción de lo que representaba.

En contraposición a esto, encontraremos imágenes de página completa que solían ir fileteadas.

La imagen fotográfica en esta primera época, no es representativa de novedades, aunque como ya hemos comentado, sí lo es su uso abundante, pero no su autoría o características representativas. Son imágenes documentales y reproductivas, tirando a pictoralistas, como corresponde a esta etapa en el desarrollo de la fotografía en Cataluña.

- APLICACIÓN DE LA PUBLICIDAD.

El porcentaje de páginas de publicidad en esta primera etapa no es muy relevante. Estará posicionada al principio y al final de la revista.

La distribución de la misma, tiene un aspecto desorganizado, los módulos, de diversos tamaños, no se apoyan en la retícula oculta.

A nivel representativo, es evidente que en este momento, las ilustraciones son el medio de expresión más utilizado para comunicar, por lo que será el empleado para presentarnos los productos que se venden, realizada por los grandes artistas ilustradores de la época.

«La publicidad está ligada al arte y al mecenazgo de los grandes empresarios. [...] Lo que predomina es la imagen gráfica, es la hora de las ilustraciones. La ilustración es más importante que el texto. El texto apoya a la imagen.»⁶³

Como ejemplo, tenemos a artistas del dibujo como Ricard Opisso que colabora junto a Junceda, alternándose en una campaña publicitaria de cosméticos de la empresa Pepa-Cura.

La importancia gráfica de la publicidad, constituye uno de los mejores termómetros para valorar el estado de la sociedad, es por ello que en nuestro magazine *D'Ací i d'Allà*, objeto del estado de la cuestión, podremos observar como las primeras publicidades del principio de la etapa, no presentan muchas novedades y mantienen una estética bastante clásica. Pero a medida que entramos en la década de los años 20, si que nos mostrara composiciones en la línea comentada anteriormente, en las que la mano del artista, bajo el encargo del fabricante, marcará la estética de la misma dando un carácter de modernidad. Carácter que ya entrados en la segunda etapa del magazine veremos potenciado, con un avance, en las composiciones publicitarias.

4.2 - 2ª etapa, 330 x 245 mm. (1924 - 1931)

- LA COMPAGINACIÓN.

La revista tiene un tamaño mayor que la anterior, ahora es de 330 x 245 mm, con una área de macha de 184 x 248 mm.

En esta nueva retícula, el espacio blanco de los márgenes disminuye en comparación con el formato anterior. La distribución en la maqueta esta compuesta por tres columnas, generalmente respetada, aunque encontramos alguna sección apoyada en dos columnas o incluso aplicaciones a página completa para imágenes o dobles páginas para infografías.

El número de páginas ahora es de 48, de las cuales 10 o 16 son ocupadas normalmente por la publicidad, siempre colocada al principio o final del magazine.

El alzado de la publicación, mantiene secciones anteriores, pero esta vez, hay mayoría de temas artísticos, lo que permite demostrar la calidad de las reproducciones.

Hay una ocupación muy equilibrada entre los espacios de la fotografía y las cajas de texto y disminuye, respecto a la etapa anterior la utilización de la ilustración.

Se revalorizan las reproducciones a color de las portadas, estas representan obras escogidas de pintores catalanes modernos.

La calidad de la impresión se mejora, el gramaje de la hoja y el satinado es de más calidad. Todo ello da un resultado más elegante, modernizado y de fácil lectura, mostrando una evidente influencia del Art Deco.

- LA COMPOSICIÓN.

Las presentaciones en página, ya no son tan apelmazadas, la estructura de tres columnas permite un mayor juego compositivo entre texto, imágenes y espacios en blanco. (Fig. 5).

Destacar la utilización de más de una maqueta, es decir, hay páginas que componen sobre dos columnas y otras sobre tres, dependiendo de la sección. No existe una igualdad en cuanto a los interlineados, hay páginas en que las líneas respiran con más aire, en comparación a otras que mantienen el mínimo espacio entre líneas, correspondiente al tamaño del cuerpo utilizado.

Una vez aplicadas las bases del nuevo formato, iremos observando cambios y adaptaciones, sobre todo más evidentes, en las publicaciones que corresponden al final de los años 20. Será entonces cuando se muestre un tratamiento gráfico, tipográfico y publicitario de más calidad. Seguramente por influencia, de manera moderada, de las corrientes de estilo racionalista como el Art Deco y de la aplicación de los conocimientos técnicos en impresión y capacidad creativa de su editor López Llausàs.

2ª Etapa

D'ACÍ I D'ALLÀ

La raça dels gegants s'extingeix

132

Es gegants ja no són sinó dos: i tots dos són de l'Ajuntament. A dia d'ara, ara balla, ara balla, el gegant del Pi ara balla pel camí.

Aquest gegant del Pi ja no balla el pel camí ni a casa. Ja només balla en la seva cançó que, en certa manera, és com ballar en l'enterrament. (Hem d'alegrar-nos o entristir-nos veient com s'ha reduït el cens gegant de Barcelona?)

Potser per a l'existència dels pobles no són indispensables els gegants. Tanmateix no hi ha cap poble que no conservi algun costum d'aire primitiu, en descaurel aprofitant el taronni de les nostres èpoques que, d'altra banda, no són pas un excés de fortorra prou capaç. (El sobriquet de maneres rústes, els trucs de les polítiques còmiques, les infantilitats de la moda, certifica prou que, a pesar de totes les invencions, la humanitat conserva un enorme dipòsit de cançó que la manté apta per convertir-se amb moltes infantilitats fèrils.)

Segurament per això, i pel gust de renovar el record de la infantesa, i per la sensació que són els últims descendents d'una gran família de

amb un ridícul i un impopular de llur majestat.

Ara fa un any, el dia espassa. No la duia al costat dels la botina, com escau a un penonçat pacífic i cononimentat. La duia als dits, en una actitud gairebé agressiva. Però no calia capficar-se. Hom entendria de seguida que el colze no havia sortit a la clau del dia per perpetuar ni per castigar cap crim. El bon gegant s'era servit exclusivament per obrir-se pas a través de la xarxa multicolor de les serpentes. Per la que els infants malgastin l'innocència dels projectils a la cara, per bé que el aboqueixin la gineta i els papereus a cabanos, el ni tant són bellugues fàlta homicida per steritir-los.

Mancera que allò que de primer anava semblava, que havia de donar un pas de seny, es convertia tot seguit en una nota senyal de la seva gràcia bonhomia.

En bastien costat avans d'era petita, que en alguna època llunyana els gegants de Barcelona —sobretot ella, la gegantona— llançaven els nous figurats de la temporada. Segurament es tracta d'una invenció o d'una fàccia. Avesta a veure com les modes són imposades per maniques vivents, de mesura normal, amb tendència a l'exclusiva i a la fugacitat, en veu com a munt de creure que mai hagi estat una gegantina dona de fusta i cartó la que donés els nous models a les barcelonines.

Ara se veu clar que els gegants han perdut tota relació amb la moda de les persones de talla natural o que només aquell que filli molt prima pot, a còpia de subtiltes, descobrir-ne alguns.

Els 1921, pujant per la Plaça de Santa Anna




Fig. 5 - Julio 1924, página 24.

D'ACÍ I D'ALLÀ

LES ROSSES REIXEN MILLOR EN EL COMERÇ QUE NO PAS LES BRUNES

132

LES ROSSES s'avançatgen les brunes de la manera que volen. Per tant, el gèneri que no vol noies rosses en les seves oficines no conix el seu negoci. Prescindeix, de lliberament, d'un factor important en el comerç. Així ho declara Miss Anita Loos, la cèlebre autora de «Hom les preferex rosses». «D'altra banda — diu — hi ha persones a les quals no es placent de voltar-se de dones que facin semblant de tenir alguna mentalitat: preferexen nul·lites roses i jo no els en biasmo pas.»

Tot això perquè hi havia un anunci al diari que deia: «Taqüimecanografia, menor de vint-i-cinc anys, educada, entremortada, capaç d'ocupar una bona plaça en una casa important de la Cinquena Avinguda, Bruna. Respondre per escrit.» L'autor d'aquest anunci és vice-president d'una societat comercial; sent una profunda aversió a les rosses i pel que fa al seu anunci, assegura que no és redactat a posta per venjar-se d'alguna rossa, sinó que és el resultat d'un any d'estudi i d'observació de les rosses en les oficines d'una administració.

Segons aquest personatge, les rosses fan un bon paper a la taula, dinant, però no és fer per elles: els ve gran. L'experiència d'aquest senyor sobre les rosses i les roges li ha demostrat que posseeixen les següents qualitats negatives: **Temperament:** massa susceptible; **Independència de caràcter:** tenen llurs idees; **Hores irregulars;** sempre van a la perruqueria durant les hores

d'oficina; **Manca de tacte:** no tenen diplomàcia envers els altres empleats; **Bluffistes:** massa hàbils per fer creure les mentides; **Incapaces:** no treballen concienzósament, sens dubte perquè s'estimen més fer les coses ràpidament i oblidar-se de pressa. Aquest crític admet que les rosses i les roges, són exherides quan creuen útil d'esser-ne, que habitualment són intel·ligents, però poc sensates, que pensen — si pensen — a base de llurs emocions i que les brunes, en canvi, saben reflexionar reposadament.

Miss Anita Loos somriu en llegir l'explicació del senyor que no preferex les rosses. «De moment — diu — no hauria de classificar les roges entre les rosses: Tanmateix són brunes. Llar naturala és massa definida perquè hom les pugui classificar entre les tectes daurades. Si les roges tenen llurs opinions, llurs conviccions i moltes més coses brillants, que les posi a l'index, si li plau, però les rosses són una altra cosa...»

Temperament massa susceptible? No hi estic d'acord. Les roges, potser sí, no n'he trobat mai cap que no el tingues. Les rosses no es preocupen pas d'esser desagradables. «Independents»? Sí, són independents puix que saben que llur bon pamet els ajudarà a sortir sempre del pas. No curen de tenir idees, en el fons no temen sinó adorables capricis. Que van sovint a la perruqueria? El gèneri en qüestió n'hauria d'estar ben content i encara hauria de pagar el perruquer per la conservació d'aquest factor.

A les rosses no cal cap de tenir tacte; ho poden deixar per a les brunes. En general, les rosses no són busca-rosses; llur petit sistema nerviós funciona sense que els calgui recórrer a la lluita.

«Bluffistes»? Això hauria d'esser una recomanació i no una censura. El bluff tanmateix és un element excel·lent en els negocis!

Se les acusa d'incapacitat. Una rossa pot no ésser capaç, però assolirà l'objectiu que es proposa, mentre que les brunes s'encallen. Llurs mètodes reixen sempre.

(D'una noia)



ANITA LOOS I JOHN EMERSON

Anita Loos, que en el nostre gran paper d'últimament esmentat, John Emerson, va adquirir la part d'esser una senyora notable amb el seu llibre «Gentleman Prefer Brunes», treballi successivament a tres les següents empreses: Tannenberg, International Telegraphic, de les rosses, la Ana Loos, que sentia un cert gust per les brunes, i la seva pròpia revista, de color vermell i de fons blau. No és estrany que hag arribat a ésser de les rosses més després de les roges. «Me, Emerson, dita una, no hi ha un bon munt d'home que no es pugui de fer alguna cosa si està disposat a ésser conegut pel President de l'Unió, Aquel, Association, ha estat el matrimoni que ja se col·labora en alguna obra, en prepara una altra que té assegurat un èxit, i no m'és de curiós!»

Fig. 6 - Julio 1924, página 30.

D'ACÍ I D'ALLÀ

CONDICIONS DE L'HUMOR

(Continuació de la pàg. 130)

fonia amb un motiu determinat. El film comença i acaba amb una cançó i durant tota l'obra, el ritme de la imatge, el ritme dels engranatges, el moviment de les psicologies i del medi extern queda subordinat al ritme de la cançó com si en seguíssim la línia melòdica. Imatge i so reforçaren-se l'una a l'altra. De l'única manera que el cinema sonor pot ésser alguna cosa més que un invent curiós.

Van Dyke en la fotografia d'aquest film encara s'ha superat. Amb un cap de nívol, amb una falla d'atravesar dia tot el que ve i dir. El to gris-perla dels segons tercers just amb les fotografies dels còmics i les persones, preses en cercle, el situen en un dels millores entre els creadors d'imatge i so.

Dorothy Lasis ha estat una veritable revelació. Ramon Novarro és la primera veu que ens ha convertit. Bende Adora d'un paper convencionalíssim n'ha fet un a través. I tota jugada ens han fet passat a una bona estona. JACSON MOSKOWSKI

LA SENYORETA GLORIA

(Continuació de la pàg. 131)

la gana i han arribat després a ésser felices. I no veia el que li convenia? No era bon partit? No era elegant i no l'enganyava? I que volia?

Justament fet un any del datatubí quan rufina Xavier Orlina i en feia un cas que treballava com a dependenta. Aquesta consideració, la por de creure que podia esgotar-se ella mateixa i prendre per amor el que era conveinent, la va forçar a rompre més de pressa. No fou cap que acceptés sense estranyar-la Va limitarse a deixar allargar una mica el festig inicial, per veure si s'aturava. Però la màndia per la feia més difícil. Li dolgué — és ben cert — perquè era bo i veu demostrar que la volia més d'altre: el no m'ha pas prove. Que ell la volgués era importantíssim; però que ella l'estimés era imprescindible.

Ella aguantà impassible el xafec de reticències. No volgué entendre les insinuacions, li acceptés consells, ni feu posat d'acollir res. Estava prou breçada amb el temps. I no volia aquell davant de mal enteniment, ni veure un bri d'amor per allò que la progressa. Les amigues més atrevides rebien un xic i la desavenen per esquarter. Després, ella ve creixent que tot era acabar i que podria estar tranquil·la.

Però arribà la tia Neva, la més petita de les germanes de la seva «mamà», i fou precis aguantar el atac de l'entremortada.

En començar, tot anà bé: preguntes molt amables, detalls de Xavier, al·lusions als perills que voltes les danteses. Però després, no molt estils, es produí l'enrag.

«Jo no m'he pas pensat! Si tingueses fortuna, o si encara vivigués la seva «mamà» podries esperar, però ara... i quedaràs sola al món! El teu capaç és la veu. Per no saber-hi de mort primer que tu, i llavors... No sé què esperes! Quina defeció té Xavier! No t'ho crec!» «No té carrera? No és prou simpàtic? No és l'home que et com? Dignes, que més vol!»

(Segueix a la pàg. 132)



NO HO SABIEU? PER A CADA ROSTRE HI HA UNA CAPSA DE POLVOS MYRURGIA

QUE TANCA EL SORTILEGI SUBTIL DE LA JOVENTUT I DE LA BELLESA.

MYRURGIA BARCELONA

Fig. 7 - Marzo 1930, página 41.

D'ACÍ I D'ALLÀ

CORSEGA.413

DIBUJOS : FOTOGRAFIES PER A PROPAGANDA

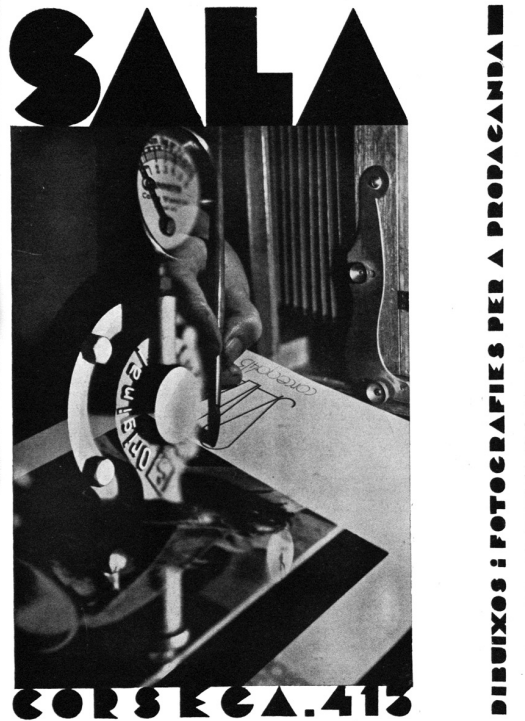


Fig. 8 - Marzo 1930, página 46.

- APLICACIÓN TIPOGRÁFICA.

Hemos comentado la presencia de espacios blancos en la composición de las páginas, esto provoca en general una disminución de la mancha de caracteres. El tamaño utilizado para el cuerpo del texto general, ha aumentado, ahora esta entre 11 o 12 puntos. Las interlineas, curiosamente, no son siempre las mismas, hay páginas en la que la interlinea es más espaciosa, cosa que no era destacable en el formato anterior.

Utilización de capitular simple, marcando los principios de párrafo. En cuanto al estilo tipográfico, se mantiene el anterior de carácter romano en el texto general, en títulos ampliando tamaño, y en subtítulos disminuyendo, creando un aspecto jerarquizado en aquellas páginas que aun hacen un uso excesivo de texto y permitiendo una mejor comprensión y orden. (Fig. 6).

- LOS ORNAMENTOS.

Continúa la utilización ornamental, pero mucho mas limitada, la búsqueda de equilibrio en página, hace que los elementos ornamentales participen como puntos de referencia o de compensación de espacios.

Los fileteados de las imágenes se mantienen en general con un mismo estilo, mas simple, sin combinaciones geométricas.

Por otro lado se mantendrá la utilización de manera esporádica de capitulares ornamentales, que ya se aplicaban en el estilo anterior.

- UTILIZACIÓN DE LA ILUSTRACIÓN.

Otra de las novedades, respecto a la etapa anterior es la disminución de la ilustración.

Encontramos mucho menos decorativismo en general, en este caso tan solo serán aportaciones con un sentido gráfico y comunicativo.

Continuará colaborando el ilustrador Emili Ferrer, pero no de manera tan exclusiva. La idea es que las funciones de "director artístico" ahora ya no están bajo su tutela, sus aportaciones fueron novedosas y absolutas en la primera etapa, pero ahora pesan mas las aportaciones del director Carles Soldevila y del editor Lopèz Llausá.

Ya hemos comentado que en esta época encontraremos en las portadas, importantes reproducciones artísticas de algunas obras de pintores contemporáneos catalanes, pero hay que destacar también las importantes colaboraciones de los mas destacados ilustradores de la época, como Junceda, Lola Anglada, Apa, Castanys, Rafael Tona, Quelus, entre otros.

Es evidente, como ya comente, que un estudio exclusivo de las portadas daría para una extensa e interesante tesis.

- UTILIZACIÓN DE LA FOTOGRAFÍA.

El magazine *D'Ací i d'Allà*, durante esta etapa, nos mostrará el auge y la evolución de la fotografía.

Es justo ahora cuando hay un movimiento mas activo en el campo de la

fotografía, que se demuestra con la aparición de publicaciones temáticas, concursos, y exposiciones. Todo ello gracias a la promoción de asociaciones como la *Agrupació Fotogràfica de Catalunya* y el aumento de aficionados de los cuales un gran número pertenecía a los centros excursionistas.

Podríamos hablar de esta etapa, como la de la transición entre la ilustración, y la fotografía.

Las revistas ilustradas, hacían uso de una gran cantidad de dibujos, realizados bajo el prisma del ilustrador, que realizaban una función de representación de aquello que se leía.

Ahora, a partir del auge de la fotografía, los magazines empezarán a incluir en sus páginas un gran número de imágenes reales, mostrando aquello que el periodista nos esta narrando. Fotografía documentalista, fotografía testimonial, bien reproducida, como ya hemos indicado, que estará repartida por las páginas del *D'Ací i d'Allà*.

Las veremos incluidas en reportajes de viajes, de moda, de cultura, de diseño de interiores, remarcando el uso en la reproducción de obras de arte y también, sobre todo hacia el final de los años 20, se empezará a ver incluida en la publicidad.

«La fotografia prenia aleshores un tomb significatiu. L'adequació d'aquesta tècnica a quefers comercials i publicitaris experimentats a Eutopa des de mitjans dels anys vint tinguè la seva traducció, esplèndida i renovadora, en aquesta dècada oberta a les novetats que constituí la Segona República Espanyola».64

- APLICACIÓN DE LA PUBLICIDAD.

La utilización de la publicidad se mantiene en las primeras y últimas páginas del magazine, esta vez, como ya he comentado el número esta entre 10 a 16 páginas exclusivas para publicidad.

Se empezará a percibir un orden en la colocación de los anuncios, estos son de diversos tamaños, pero siempre corresponden al formato marcado por los modulos creados por la retícula de la página.

La ilustración se mantiene presente, se explota la figura femenina permitiendo un recurso gráfico, que se mantendrá incluso en la 3ª etapa.

Una muestra es la colaboración de Ferrer en *Faixes Madame X* y la exclusividad de Eduard Jener para los anuncios de *Myrurgia*. (Fig 7).

A pesar de esto, mayoritariamente el elemento que se hace mas constante y moderno es el uso de las tipografías.

Tipografías geometrizarantes que nos muestran las influencias europeas más conceptuales, donde los textos son más informativos, ocupando el terreno a la ilustración.

Se mantiene la constante de que son los empresarios los que contratan a los artistas para realizar las publicidades, esto facilita la utilización de novedades gráficas y expresivas, que se muestran en las composiciones publicitarias.

64 SATUÉ, Enric. *El llibre dels Anuncis Vol II...* op.cit., 1988, p. 8.

Es decir, se mantendrá de manera singular el uso de la ilustración en algunas publicidades, aplicación de tipografías geométricas y empezaremos a ver la utilización de la fotografía, (Josep Sala, se anunciará a si mismo a través de una composición fotográfica) seguramente como avanzadilla del cambio de la estética que observaremos en la última de las etapas de la revista. (Fig. 8).

4.3 - 3ª etapa, 330 x 285 mm. (1932 - 1936)

• LA COMPAGINACIÓN.

El número 169 del magazine de junio de 1932, nos presenta un tamaño de 330 x 285 mm, y un aspecto muy lujoso y elegante.

Esto se debe a la utilización de papel couche, y al encuadernado con una espiral metálica, y con portada y contraportada en cartulina. Las hojas con una marca de agua con el *D'Ací i d'Allà* impreso, marca de exclusividad del papel. Todo unido creaba una singularidad de lujo única hasta el momento.

El número habitual de las páginas será de 96, de las cuales entre 36 o 40, eran para publicidad y otras 38 o 40 para fotografía.

La compaginación del magazine, sigue un carácter racionalista, mostrando una calculada simplicidad en cada una de las páginas.

Todo estará dentro de una estructura modular, creada a partir de una retícula interna. Es decir, una rejilla interna oculta, recoge las composiciones de los módulos, que pueden jugar a unirse entre ellos, consiguiendo siempre espacios proporcionales. (Fig.9)

En el alzado de la revista, encontramos secciones de viajes, moda, cine, teatro, arte vanguardista, música de la época, deportes, decoración, retratos fotográficos. Se mantienen algunas temáticas, la diferencia estará en la manera de presentarlas.

«Quant al contingut, donava una gran preferència a la imatge, sobretot a les fotografies femenines: artistes de teatre i de cinema, belleses de la bona societat barcelonina, models de modista. La revista esdevenia una mena de film que aplegava les variacions de la moda femenina, les dades literaries, les novetats de l'art i de la decoració, de l'arquitectura i del cinema».65

Las portadas están impresas a color en cartulina mate, realizadas a partir de colaboraciones muy destacadas, de las que mas adelante haremos referencia.

• LA COMPOSICIÓN.

Una cosa no puede existir sin la otra, nos referimos a la compaginación en relación con la composición. Es por ello que el resultado, de esta retícula

65 TORRENT, Joan; TESIS, Rafael. *Historia de la Prensa Catalana*. Ed Bruguera, 1966, Barcelona pag.5o5.

3ª Etapa



Fig. 9 Primavera 1934, pàgina 24.

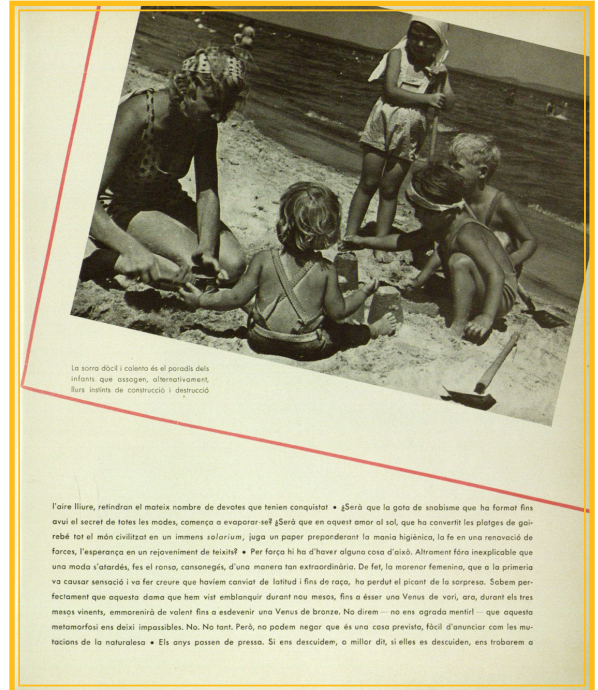


Fig. 10 Junio 1936, pàgina 9.

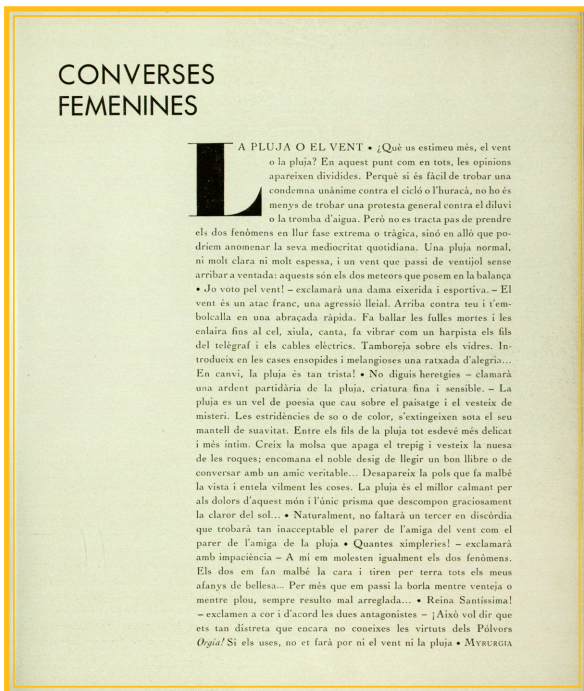


Fig. 11 - Primavera 1932, pàgina 57.

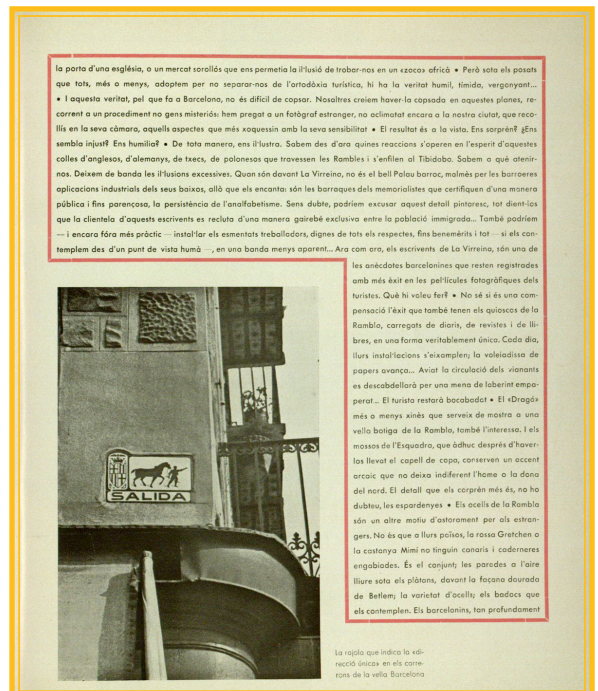


Fig. 12 Junio 1936, pàgina 15.

oculta, nos dará la posibilidad de encontrar composiciones siempre ordenadas y claras. La simplicidad aparente, es el resultado de un cálculo de proporciones, basado en una maqueta de aspecto vanguardista.

Se presenta como novedad, las composiciones más dinámicas a causa del juego de cajas de texto o de imagen, de manera asimétrica, es decir de anchuras diferentes o incluso giradas en diagonal.

Lo más destacable es que el dibujo desaparece, y aparecen de manera evidente los espacios en blanco, que son tratados como bloques densos, no como vacíos. Las cajas para colocar fotografía se amplían, ocupando grandes superficies, algunas cortadas a sangre. (Fig. 10).

La representación del color es por bitonos, característica de elegancia y por cuatricomía, en las reproducciones artísticas y portadas.

La composición sigue una estética funcionalista, pero en realidad el objetivo del magazine *D'Ací i d'Allà*, era potenciar el lujo y la cultura, dirigido a un público en particular.

«Aquel *D'Ací i d'Allà*, de los años treinta era un producto de elite, técnicamente impecable, con un vocabulario plenamente "al día", en el que la alta burguesía catalana demostraba, de la mano de intelectuales como Carles Soldevila, que podía consumir un magazine del todo apartado de pom-pierismos, que hacía suyo un lenguaje racionalista, moderno y exquisito».66

• APLICACIÓN TIPOGRÁFICA.

Los textos en esta nueva etapa se han reducido considerablemente, podríamos decir, que en algunos artículos actúa como pie de foto.

La transformación del texto consiste en adaptarse a los módulos que tiene asignados en la composición de las páginas. Casi no importa tanto lo que aparece a nivel literario, sino de que manera está presentado.

Una de las novedades más relevantes es la utilización de la tipografía Futura en los textos generales.

«Sin lugar a dudas es el tipo Futura (1927), diseñado por Paul Renner para la Bauersche Giesserei, propietaria como ya indicamos de la fundición Neufville, la que copará el mercado tipográfico peninsular y la que representará el nuevo espíritu europeo».67

La letra Futura tiene unas características formales y compositivas, que la pueden convertir en alguna ocasión, en sustituta de la ilustración.

Utilizar esta tipografía, no solo era un signo de modernidad, también representaba una ideología.

Tipografía de palo seco que encontramos en la mayoría de los números, pero curiosamente, algunos siguen utilizando romana, como el número de Otoño de 1932.

66 FONTBONA, Francesc.. La Ilustración gráfica. Las técnicas fotomecánicas, dentro de *El grabado en España (siglos XIX XX) Vol. XXXII de Summa Artis. Historia general del arte*. Espasa Calpe, 1988, Madrid 1988, p. 554

67 PENELA, R. GARCIA, D. *Tipografía española:...* op.cit., 2008.

Aplicación de una tipografía más gruesa, sobre todo en los títulos y en la publicidad gráfica. Un divertimento en general, en la aplicación de capitulares, no hay una norma a seguir; parece como si en cada número se quisiera experimentar con un nuevo estilo de capitular; eso sí, se mantiene en la mayoría de las páginas, la capitular simple.

Novedad absoluta a la hora de colocar los textos, radicalmente justificados a lado y lado de la caja, creando un bloque sólido de caracteres, que ni siquiera esta partido por los finales de párrafo, que son sustituidos por topos, que hacen la función de salto de párrafo. (Fig. 11).

- LOS ORNAMENTOS.

Destaca de manera absoluta la utilización de filetes que recorren las páginas tanto en horizontal como en vertical. Pero siempre de manera única, una sola línea atraviesa las páginas, con el color que participa en el duotono.

El número de Septiembre de 1935, es un muestrario de posibilidades de aplicación del fileteado en página. Diversos grosores y combinaciones, fotos enmarcadas totalmente o únicamente por un ángulo, franjas a sangre a principio o final de las páginas, filetes que contornean las imágenes como conjunto o individualmente. (Fig. 12).

Continuando esta estética ornamental, en Junio de 1936, veremos utilizar de un solo color bermellón, pequeños detalles en todas las páginas. Mediante topos, o líneas repetidas finas que aparecen en diversos lugares de las páginas e incluso coloreando detalles de las fotografías.

- UTILIZACIÓN DE LA ILUSTRACIÓN.

Se decide sustituir la ilustración por la fotografía, ya en la etapa anterior se había notado una disminución del dibujo, pero en esta etapa solamente se aplicará en las portadas.

«Confiadas indistintamente a Noucentistes clásicos como Josep Obiols o Xavier Nogués, igual que a afrancesados decorativistas como Grau Sala o vanguardistas como el alemán radicado en Cataluña Will Faber».⁶⁸

Las portadas de Faber, dos números del 1932 y tres números del 1933, nos muestran unas aportaciones estéticas muy decisivas dentro del carácter rompedor de esta etapa. Su formación alemana, basada en el racionalismo espacial de la Bauhaus, será una nueva aportación germánica, en la revista, aunque no la única. Otros artistas ya han demostrando esta influencia germánica, como por ejemplo Sala, y los contrastes blancos y negros, referencia al expresionismo Alemán.

En esta línea, destacar la portada del primer número de esta etapa, el de Junio de 1932, realizada por Josep Sala.

Remarcar, la colaboración de Lola Anglada, en la portada de Diciembre de 1935, y en los interiores, recreando con dibujos, entornos de la ciudad de Barcelona.

- UTILIZACIÓN DE LA FOTOGRAFÍA.

El *D'ací i d'Allà* de esta etapa, es el magazine que mejor demostrará las corrientes renovadoras de la fotografía, convirtiéndose en una plataforma de difusión de la misma.

La novedad más espectacular, respecto a las otras etapas, es esta irrupción absoluta de imagen de estudio, y el reconocimiento de la fotografía como disciplina artística. La oportunidad de los fotógrafos para experimentar y poder contribuir en la creación estética, era una de los aspectos mas importantes a los que contribuía el magazine, incluyendo artículos sobre la reconocida *nueva fotografía*.

Como ya he comentado, el artífice es Josep Sala, sus aportaciones como fotógrafo y como diseñador, son las que han provocado este protagonismo fotográfico.

Sala y los demás fotógrafos colaboradores estaban representando un movimiento considerado como la *nueva fotografía*, sus imágenes presentaban novedades visuales, por ejemplo, descentramientos en el eje de simetría, o composiciones desde diversos puntos de vista, que aplicaban tanto sobre objetos como sobre personas.

Estos ejemplos los encontraremos en Josep Sala, acompañando los reportajes sobre arquitectura y en sus publicidades. Los reportajes sobre moda, deportes y los retratos, son característicos del estudio del fotógrafo Ramón Batlles, este será considerado como el retratista de la alta sociedad barcelonesa por excelencia.

También encontraremos otras colaboraciones por parte de los fotógrafos; Gabriel Casas, destacando por sus reportajes de carácter deportivo, Areñas, Zerkowitz, Campañà, Josep Masana, singular en la fotografía publicitaria y por supuesto Llovet y Frisco.

- APLICACIÓN DE LA PUBLICIDAD.

Por primera vez, en la historia de la edición catalana, se publicarán en las páginas de una revista, publicidades de aspecto tan lujoso y atractivo.

El magazine *D'Ací i d'Allà*, será también una plataforma de reconocimiento, para la publicidad de la época.

Creemos que la nueva publicidad es el conjunto de casi todos los aspectos que resumen la Expresión Gráfica en esta etapa. La composición del constructivismo, la nueva tipografía, la nueva fotografía, movimientos rupturistas, que permitirán una experimentación a los artistas y creadores en Cataluña.

En el magazine se publicarán estas composiciones publicitarias, elegantes, artísticas y comunicativas, de aquellos productos propios de una sociedad industrial en desarrollo, desde el cuidado del cuerpo, a la maquinaria de la casa.

Algunos ejemplos son: *Joyería Roca*, de Sala, *radiadores de gas*, de Josep Masana, *Salvat Editores*, y *Joan Valenti Joyero*, de Llovet-Frisco, entre otros.

Las grandes empresas se repartirán a los grandes fotógrafos, aunque no encontramos de momento una exclusividad absoluta. La propaganda de *Myrurgia*, paso por el estudio Batlles, por el de Sala y el de Josep Masana.

También hay participación de ilustradores en estas nuevas publicidades,

como ejemplo Evarist Mora colabora con sus composiciones en moda para *El Dique Flotante* y *Gonzalo Comella*. Emili Ferrer, sigue colaborando para fajas *Madame X*, y *Sardinas Masso*, y Pallares, para la empresa *Olimpic*, entre otros.

Encontraremos que a menudo la revista incluye publicidad encartada, co-sida a la encuadernación en espiral.

La transformación publicitaria a lo largo de la publicación del magazine, es absoluta, lo que empezó con mensajes textuales, se ha convertido en mensajes estrictamente visuales. En algunas ocasiones el texto desaparece, o aparece de manera minimalista.

Es un cambio estético muy radical, como decíamos al principio de este apartado, un cambio adaptado a la nueva sociedad de masas, que ignoraba en ese momento lo que estaba apunto de ocurrir y que terminaría con los sueños del consumo innecesario, propio del capitalismo.

5. Conclusiones

Entramos en el último apartado, el de la reflexión sobre todo lo elaborado en referencia al estado de la cuestión del magazine *D'Ací i d'Allà*.

Empezaremos la reflexión a partir de lo mencionado en la introducción, cuando proponíamos nuestro interés en analizar un medio de comunicación de la época, para de esta manera, poder acercarnos a comprender la situación creativa actual.

No olvidemos que ellos partían de una segunda revolución industrial, y curiosamente nosotros ahora estamos en plena revolución digital.

Analizar la expresión gráfica del magazine *D'Ací i d'Allà*, a partir de las similitudes con el entorno digital, se ha convertido en todo un descubrimiento, que nos ha aportado no solo conocimiento histórico y social, sino algo más importante, nos ha permitido analizar las maneras de expresar y comunicar a través de un medio impreso, en una época de principio de siglo tan similar al momento que estamos viviendo ahora.

Esta publicación, es un muestrario absolutamente fiel de una parte de la sociedad, que tanto tuvo que ver con la evolución y el desarrollo cultural del primer tercio del siglo XX. Cada sector social encontraba donde reflejarse, *D'Ací i d'Allà*, fue el reflejo del futuro de la sociedad burguesa.

Las razones, han estado mostradas durante todo lo escrito en este estado de la cuestión. Razones que nos han ido desplazando por diferentes estratos, el social, el político, y sobre todo por el artístico, o mejor sería decir el de la Expresión Gráfica.

Porque no solo hay una manera de comunicar, es un conjunto de varias maneras, sobre un soporte que en este caso es el papel. Un soporte que desde el momento que esta en las calles y se hace accesible para el ciudadano, esta cumpliendo con su función.

De ahí la importancia de la prensa escrita en esta etapa histórica.

Recordemos que el objetivo de este estado de la cuestión, es mostrar las características estéticas que se muestran en el magazine desde la perspectiva de la fotografía, del diseño editorial y de la publicidad.

Hemos enfocado todo a partir de este objetivo, pero el proceso de trabajo nos llevó a descubrir que el volumen de información que podríamos general era muy amplio, así que tomamos una decisión.

Era cuestión de empezar a partir de la información que provenía de las lecturas y de la observación del magazine, y desde aquí, configurar unos intereses específicos.

Es como la observación a través de una ventana desde la cual, tenemos una visión general al observar una escena, limitada por el marco de la ventana, desde la que enfocamos nuestra atención en aquello que nos causa más interés.

Así que desde las lecturas, ya seleccionadas por temas, y sobre el guión pactado, a modo de retícula, hemos ido creando la composición. Partiendo desde los aspectos generales, hablando de las nuevas profesiones y sus autores, hasta las maneras directas de como se representaba en las páginas impresas del magazine.

Hemos podido apreciar a partir de estas representaciones, y en eso coinciden todos los autores, que esta revista ilustrada, es indispensable para poder seguir la evolución de las artes plásticas y gráficas en la prensa de la Cataluña anterior a la guerra civil.

«No en vano Cirici Pellicer la calificó como una de las revistas mejor editadas del mundo, considerando este número especial (el de Navidad de 1934) como el más importante testimonio del sentido plástico de toda una época»⁶⁹

Los autores consultados, provienen de diversas profesiones, siguiendo el eclecticismo que mostraba la revista en sus orígenes, publicistas, diseñadores, filósofos, fotógrafos, pintores, profesores, arquitectos, editores, entre otros, cada uno de ellos aportando su visión de la revista. Diferentes prismas para un mismo objeto, una observación que nos parece interesante de remarcar.

Así nuestra función, ha sido mirar de poner orden entre todos, clasificando sus aportaciones, y mostrarlas en el estado de la cuestión.

Hemos estado de acuerdo con la mayoría de los autores, menos en el tema que describimos a continuación.

A pesar de que en casi todas las lecturas consultadas sobre el magazine, se incide en que, es en su tercera etapa cuando realmente tiene un valor, para nosotros ha sido reveladora su importancia gráfica desde el principio de su publicación.

Tal como nos comenta A. Calvera, «Sólo en el caso del magazine *D'Ací i d'Allà* (1ª época: 1918-1923), el Noucentisme consiguió participar en la cultura de masas con una respuesta propia, pero para lograrlo hubo de renunciar a no pocos de los rasgos gráficos y estéticos que lo identificaban».70

Es decir, que las propuestas que marcaban la estética del magazine, son aportaciones novedosas desde la primera etapa, y no solo la tercera, que sería la más reconocida y aplaudida por los autores en general.

Después de realizar este trabajo, podemos decir, que cada etapa de la revista representa una gran fuente de novedades, otra cosa será que a nivel estético, podamos aceptar más la última que la primera etapa.

Es innegable, que al final de la 2ª etapa, curiosamente cuando algunos autores dicen que es una etapa de crisis en la publicación, existe un avance en su estética, aunque no total, si en detalles cercanos a las aportaciones vanguardistas. Un ejemplo, sería el orden en la composición de las páginas y otro, las nuevas composiciones publicitarias.

Seguramente, el valor de esta publicación ha sido ser el testigo de un principio de siglo con tanto interés en todos los aspectos, un final de pensamiento y el principio de otro.

Surgir de los beneficios de una guerra europea y morir en los principios de un guerra civil.

Y entre guerras, el ideal por sobrevivir.

Dejamos en manos de cada uno de los lectores, el pensar que en la actualidad también estamos en un momento de pura supervivencia de pensamiento y de valores. Pero sin regusto catastrofista, como en algún momento ya hemos comentado, las crisis siempre son buenas, la creatividad se despierta y nos permite continuar con más conciencia.

Barcelona, Junio 1916

70 CALVERA, A. El desenvolupament del Modernisme i els seus orígens. Artículo dentro de *D'art* 23. Revista del departament d'història de l'art. Universitat de Barcelona. 1997. p. 250.



Invierno 1935 página 73.

*Agradecer a todas las personas que me acompañan en este camino de vida y que han sabido respetar mis horas de estudio, y soledades, para poder tirar adelante con este proyecto.
Sobre todo a mis padres, que se han ido durante estos años de mi estudio de Grado y que están muy orgullosos.
Y Gracias a la vida, que me sigue dando nuevas oportunidades, ...*

6. Bibliografía

- BENJAMIN, Walter. *Sobre la fotografía*. Edición y traducción de José Muñoz Millanes. Editorial Pre-textos, 2013, Valencia.
- BRIHUEGA, Jaime, *Las vanguardias artísticas en España, 1909-1936*, Colección Fundamentos 72. Ediciones istmo, 1947, Madrid.
- CASASSAS, Jordi, Coordinador. *Prensa cultural i intervenció política dels intel·lectuals a la Catalunya contemporània (1814- 1973)*
Textos de Cercles. Universitat de Barcelona, 2005.
- CARRETE, J. VEGA, J. BOZAL, V. FONTBONA F. *El grabado en España. (Siglos XIX-XX)* Summa Artis, Historia general del arte, Vol. XXXII, Espasa Calpe, 1988 Madrid.
- ESPINET I BURUNAT. Frances *Notícia, Imatge, Simulacre. La recepció de la societat de comunicació de masses a Catalunya, de 1888 a 1939*. Ciència i Tècnica. Historia, 1998, UAB Servei de publicacions
- FONTBONA, Francesc. La ilustración gráfica. Las técnicas fotomecánicas, dentro Carrete, Vega, Bozal, Fontbona. "El grabado en España (siglos XIX XX) Vol. XXXII de Summa Artis. Historia general del arte. Espasa Calpe, 1988, Madrid.
- FONTCUBERTA, Joan. *Historias de la fotografía española. escritos 1977 - 2004*. Ed. Gustavo Gili, S.L., 2008, Barcelona
- GALI, Alexandre, *Historia de les institucions i del moviment cultural a Catalunya, 1900-1936*. obra completa, llibre XI, Biblioteques populars i moviment literari, Fundació A. Galí, 1978-1986 Barcelona.
- GASCH, Sebastia, *Escrits d'art i d'avanguardia : 1925-1928* /Estudi i selecció de Joan M. Minguet i Batllori, Ediciones del Mall. 1987, Barcelona.
- GIRALT-MIRACLE Daniel. Les revistes, imatge del seu temps. Dentro de *Historia i actualitat del disseny gràfic a Barcelona*, Metropoli Mediterrània. Quadern central n°3, 1986, Ajuntament de Barcelona.
- GIRALT-MIRACLE, Daniel; BRACONS I CLAPÉS, Josep, *La generació dels «grafistes»*. Ed. Reial Acadèmia Catalana de Belles arts de Sant Jordi, 2007, Barcelona.
- GREEN, Christopher. L'avanguardia estrangera. Dentro de: *Homenatge a Barcelona. La ciutat i les seves arts 1888-1936*. Ajuntament de Barcelona, 1987.
- INSENER, Elisabet. *La Fotografía en España en el periodo de entreguerras : notas y documentos para una historia de la fotografía en España*. CCG Ediciones : Centre de Recerca i Difusió de la Imatge, (CDRI), Ajuntament de Girona, 2000.

JARDI Enric *Els Moviments d'Avanguardia a Barcelona*. Ediciones del Cotal S.A.1983, Barcelona, Col·lecció L'autor i l'obra n° 11.

LLANAS,M. PIÑOL, R. *Notes sobre l'activitat professional d'Antonio Lòpez-Llausàs fins 1936*. Tèxtos Literaris Contemporanis. U. Vic. La literatura catalana contemporània: intertextos, influències i relacions, Societat Catalana de Llengua i Literatura. Filial Institut d'Estudis Catalans, 2009, UAB.

MIRALLES F. / CATALA - ROCA. *Historia del art Catala. L'epoca de les avanguardes 1917-1790* Vol VIII Ed. 62, 1983, Barcelona

MONDEJAR, Lopez P. *Historia de la fotografia en España*. Lunwerg Editores.1999, Barcelona.

RAVENTOS, JM, *100 anys de publicitat catalana 1899-1999*. Ed. Mediterranea Books, 1999, Barcelona.

SATUÉ, Enric. *El llibre dels Anuncis Vol I Els temps dels artesans (1830-1930)* Ed. Alta fulla, 1885, Barcelona.

SATUÉ, Enric. *El diseño gràfico en España. Historia de una forma comunicativa nueva*. Alianza Forma, 1987, Barcelona.

SATUÉ, Enric. *El Disseyn gràfic a Catalunya*. Els llibres de la frontera, 1987, Barcelona.

SATUÉ, Enric. *El llibre dels Anuncis Vol II Anys d'aprenentatge (1931-1939)*, Ed. Alta fulla, 1988, Barcelona.

SATUÉ, Enric. *El diseño gráfico. Desde los origenes hasta nuectros dias*. Alianza Forma 1988, Madrid

TÀPIES, Antoni, *Memoria personal, Fragmento para una autobiografia*, Ed. Seix Barral,, S.A. 1983, Barcelona.

TAUSK, P. *Historia de la fotografía en el siglo XX : de la fotografía artística al periodismo gráfico* Ed. G. Gili, 1978, Barcelona.

TORRENT, Joan; TISIS, Rafael. *Historia de la Prensa Catalana*. Ed Bruguera 1966, Barcelona .

TRESSERRAS, J.M..*D'Ací i d'Allà: Aparador de la modernitat (1918-1936)* Ed.Llibres de l'Índex, 1993, Barcelona.

TUÑON de LARA, Manuel. Director. *La prensa de los siglos XIX y XX Metodologia, ideologia e informació. Aspectos económicos y tecnológicos. Prentsaem Histotiati Buruzko Lehen Ihardunaldiak I Encuentro de Historia de la Prensa*. Ed. Universidad del Pais Vasco, 1986.

VALLÈS, Edmon. *Historia Grafica de la catlunya autonoma 1931/1939*, Ediciones 62, 1978, Barcelona, pp. 318 - 330.

Catalogos y tripticos de exposiciones.

GIRALT-MIRACLE, Daniel, *Avantguardes a Catalunya. 1906-39* (Catálogo Exposición), Editorial: Fundació Catalunya-La Pedrera, 1992.

TRENC, Eliseo “*Les Arts Grafiques a Catalunya*” Homenaje a Barcelona : la ciutat i les seves arts : 1888 - 1936 : Palau de la Virreina, Barcelona : 21 de gener - 29 de març. 1987, (Catàleg de la exposició). Barcelona Ajuntament.
Revistes Catalanes. Exposición Biblioteca de Catalunya. 2014, Triptic
Arte moderno y revistas españolas 1898-1936. Exposición Museo Nacional de Arte Reina Sofia, 1996/97.

Articulos en prensa.

CADENA J.M. Les revistes d'art a Catalunya. Dentro de *Serra D'Or*. Barcelona, Marzo 1971.

CALVERA, A. El desenvolupament del Modernisme i els seus orígens. Artículo dentro de *D'art 23*. Revista del departament d'història de l'art. Universitat de Barcelona. 1997.
CASASSAS, J. Coordinador, *Prensa cultura i intervenció política dels intel·lectuals a la Catalunya contemporània (1814-1975)* El textos de Cercles. 2005 Universitat de Barcelona

CIRICI-PELLICER, A. El temps de l'avantguarda. dentro de *Serra d'Or*. Barcelona. Junio 1961.

RUBIO ISABEL, Ana. *La ilustración grafica en los comienzos del s. XX*. Teodoro Miciano. Butlletí de la Reial Acadèmia Catalana de Belles Arts de Sant Jordi, IX, 1995.

TEIXIDOR, J. Carles Soldevila. El escritor y su tiempo. Dentro de *Destino*, nº 1537, 1867, Barcelona, 21 de Enero 1967.

Documentos en linea

AHUERTA, Juan Jose. Una crónica olvidada sobre Dalí a “Gracia-Rambles”, 1934 Quadern Central Numero 63 Hivern Primavera 2004. Disponible a: http://www.publicacions.bcn.es/b_mm/bmm63/50.pdf Consulta Abril 2016

AGUILERA-RODRIGUEZ, C. Los amigos del arte nuevo. Cuadernos de arquitectura > 1970: Núm.: 79 ADLAN testimonio de una época. Disponible en: <http://www.raco.cat/index.php/CuadernosArquitectura/article/view/11049>. Consulta Abril 2016

BARJAU, Santi *Els Inicis del pensament publicitari: Pere Prat Gaballí, Rafael Bori i el Publi-Club : la teoria i la pràctica de la publicitat racional a Catalunya entre 1915 i 1939* Butlletí de la Societat Catalana d'Estudis Històrics, 1999.

<http://www.raco.cat/index.php/ButlletiSCEH/article/view/148836> - Consulta Febrero 2016
 CASASÚS GURI, J.M. La influència del primer cinema en la renovació de la periodística catalana d'entreguerres. *Treballs de comunicació*, N.º. 7 (OCT), 1996, págs. 15-20
 Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/extaut?codigo=286856>.
 Consulta Abril 2016.

CIRICI-PELLICER, A. "Temps d'avanguardia", dentro de *Serra d'Or*. Any III, núm. 6, juny 1961.
http://www.cervantesvirtual.com/portales/serra_dor/obra-visor-din/serra-dor--16/html/.
 Consulta Abril 2016.

PELTA, Raquel, Una parte esencial de la identidad barcelonesa, dentro de *Barcelona, Metropolis Mediterrània*. Diseñar Barcelona.2003.
http://www.publicacions.bcn.es/b_mm/bmm_diseno/bmm_disseny_14.htm
 Consulta Abril 2016.

PENELA, R. GARCIA, D. *Tipografía española: 1900-1936*. Documentación gráfica: Colección Del Olmo&Vil
http://www.unostiposduros.com/wp-content/uploads/2008/09/tipografia_1900_36.pdf
 Consulta Mayo 2016

PÉREZ ROZAS, Carles. El Disseny a la Premsa. Dentro de : *Quaderns de comunicació i cultura*, Anàlisi 13. 1990 p.121-124
www.raco.cat/index.php/Analisi/article/.../89108. Consulta Mayo 2016.
<http://www.barcelonaesmoda.com/es/actualitat/distincion-un-siglo-de-fotografia-de-moda/>
<http://mdc2.cbuc.cat/cdm/search/collection/DacidAlla>. Última consulta Mayo 2016.

<http://tdd.elisava.net/coleccion/la-cultura-arquitectonica-el-discurs-del-disseny-el-disseny-i-la-seva-historia/casasUs-es>. Consulta Abril 2016.

<http://tdd.elisava.net/coleccion/4/de-melo>. onsukta Abril 2016.

<http://pagines.uab.cat/lletraimatge/content/els-nous-magazins>. Consulta Abril 2016.

<http://www.museoreinasofia.es/exposiciones/arte-moderno-revistas-espanolas-1898-1936>. Consulta Abril 2016.

<http://www.gencat.cat/culturcat/portal/site/culturacatalana/menuitem.be2bc4cc4c5aec88f94a9710b0c0e1a0/index4fc8.html?vg>. Consulta Marzo 2016.

<http://www.bnc.cat/Exposicions/Revistes-catalanes>, Consulta Marzo 2016.

«**P**ero más todavía a través de aquel famoso número extraordinario de Navidad de 1934 de D'Ací i d'Allà, dedicado al arte del siglo xx. Aunque de momento me desconcertó totalmente, no hubo nada que a la larga me trastornara tanto ni que tuviera tanta repercusión en mi vida. Realmente, había motivos, porque seguramente ni aquí ni en el extranjero se había publicado nunca una antología tan completa del arte nuevo como la de aquel número, la cual, en muchos aspectos, todavía hoy no ha sido superada...».

Antoni Tàpies, *Memoria personal*, p.95.