CULTURAS

Cadernos de Tipografia e Design / Nr. 24 / Agosto de 2012

Textos em português

Texte in Deutsch

CULTURAS

Cadernos de Tipografia e Design / Nr. 24 / Agosto de 2012

Índice de temas

Modo de usar CULTURAS 4

Neon 5
Gosto de néons 32
The making of a Coca-Cola neon sign for Piccadilly Circus, 1954 41

Design étnico, 1 44
Kayak, Faltboot, caiaque 46
In die Freiheit paddeln 57

Design Nacional 64
Fred Kradolfer: o pacto com o Fascismo 65
ETP – Estúdio Técnico de Publicidade 84
O «Sachplakat», 1920-1950 88
Kradolfer, der «visuelle Denker» des portugiesischen Faschismus 94

Bonecos Portugueses 97
Afinal, da alma de uma nação... 98

Desenho de letras 106
O corpus epigráfico de Salas 107
Quatro vezes visigóticas, em fontes digitais 124

Cursos & Workshops 131
Dá Asas à tua Voz! 132
Paginação profissional com InDesign, Módulo Central 134
Paginação profissional com InDesign, Módulo Avançado 135

Livros 136
Design Editorial 137
Tipos & Fontes 138
Design Gráfico em Portugal, 1870 a 1970 139
Megalitismo. Antas, menires e cromeleques. 140
Os Romanos na Península Ibérica 141
Letras dos Romanos 142
A Cultura Visigótica 143

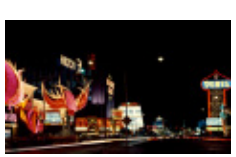


Foto da capa: Neon signs shine in Las Vegas, Nevada, in the early 1980s. Carol M. Highsmith, 1980 - 2006. LOC.

Os 100 anos do néon. Como o leitor já percebeu pela foto na primeira página, a estética dos anúncios de néon é um dos temas centrais deste número. *City lights* – um charme decadente, já sabemos. Não atende às necessidades do nosso planeta moribundo, já sabemos. Mas a estridente cacafonice de letras eléctricas parece não deixar de nos fascinar. A homenagem surge aqui porque a lâmpada de néon completou 100 anos – foi criada pelo químico francês Georges Claude em 1912. O leitor não gosta de reclames luminosos? Mas veja que, quando precisou mesmo daquela Aspirina, a farmácia o chamou com o seu néon verde...

O segundo grande tema desta edição não poderia fazer melhor contraste. Fugir da paranóia eléctrica dos reclames luminosos urbanos? Rumo à Natureza? Um passeio tranquilo e sossegado por rios e lagos, deslizando pela água, sem ruídos de motor? Sem fazer poluição, sem estragar a Natureza? Então falemos dos *Faltboote*, herdeiros do Kayak. É a nossa primeira abordagem ao «Design Étnico». *(veja página 46)*. Eu sei que a designação «Design Étnico» não é feliz; por isso ando à procura de um termo que melhor traduza a inspiração do Design moderno em invenções realizadas por etnias que vivem longe da nossa «civilização». Tem sugestões? Para já, posso anunciar que no próximo **CULTURAS** falaremos das «hamacas». P.H.

Tipografia, Design de Produto, Paginação, Infografia, Fotografia, Arquitectura, Urbanismo, Sinalética, Música, Arqueologia, Património, Ecologia...
Os leitores dos «Cadernos» apreciam a variedade de temas aqui abordados. Já fazia falta que se transmitisse esta abordagem pluridisciplinar no nome da publicação. Por isso, mudou-se para **CULTURAS**. Esperemos que estejam de acordo.

Boa Leitura!

Modo de usar CULTURAS

Termos de utilização

Esta publicação é para uso pessoal do leitor. Não é permitida a venda a terceiros, ou a disseminação deste PDF por outros sites. É permitido imprimir e citar **CULTURAS**. É permitido imprimir este documento e colocá-lo em bibliotecas públicas. A licença concedida ao leitor não permite copiar e/ou vender os conteúdos (textos, imagens e grafismos) a terceiros.

Não é permitido colocar este PDF em sites como ISSUU, etc. É terminantemente proibido colocar esta versão noutros sites, pela simples razão: passados alguns dias (ou semanas) depois do primeiro lançamento, recebemos reacções, sugestões e comentários dos leitores, que nos permitem melhorar o conteúdo. Deste modo, aparecem segundas (ou mesmo) terceiras edições, que incluem esses melhoramentos. As cópias ilegais, difundidas noutros sites, não beneficiam desses melhoramentos.

O que é que «Culturas» não é

Esta publicação não é uma revista «científica» ou «académica». Em Portugal e no Brasil, o nível geral das publicações ditas «científicas», «universitárias» ou «académicas» é tão baixo (excepções confirmam a regra), que não nos interessa ser comparados com estas publicações.

Citações

Quem quiser incluir num trabalho académico, jornalístico, etc. uma referência a textos presentes nos nossos artigos, deve fazer a citação e a respectiva referência segundo:

Nome(s) do(s) autore(s)
Título do artigo
Culturas nr ...., data ....
Publicado em: *www.tipografos.net/cadernos*

Editor, Copyright

Os cadernos de **CULTURAS** são redigidos, paginados e publicados por Paulo Heitlinger; são igualmente propriedade intelectual deste editor. Qualquer comunicação dirigida ao editor – calúnias, louvores, ofertas de dinheiro ou outros valores, propostas de suborno, etc. – *info.tipografia@gmail.com*.

Publicidade

Os dois últimos capítulos – Workshops e Livros –são preenchidos com anúncios e publicidade, não paga. Para integrar os seus anúncios, mande-nos textos e imagens, que integraremos na publicação, grátis.

Colaboradores

Os cadernos estão abertos à mais ampla participação de colaboradores, quer regulares, quer episódicos, que queiram ver os seus artigos, investigações e opiniões difundidos por este meio. Os artigos assinalados com o(s) nome(s) do(s) seu(s) autor(es) são da responsabilidade desse(s) mesmo(s) autor(es)– e também sua propriedade intelectual, claro.

Aconselhamos os nossos leitores a usar a versão 10 do Acrobat Reader – a versão X. Esta ferramenta, mais evoluída, não só permite visualizar vídeos e clicar todos os hiperlinks inseridos neste texto digital, como permite adicionar comentários. Deste modo, pode personalizar melhor esta sua cópia do livro!

Temas

CULTURAS incide sobre temas relacionados com o Design, o Typeface Design, o Design Gráfico e de produto e a análise social e cultural dos fenómenos relacionados com a visualização, edição, publicação e reprodução de textos, símbolos e imagens. Publicados em português, castelhano, galego e catalão, mas também em alemão e inglês, **CULTURAS** não professa qualquer orientação nacionalista, chauvinista, partidária, religiosa, misticista ou obscurantista. Não discutimos temas pseudo-científicos, tais como a Semiótica ou o «Lateral Thinking», por exemplo.

Em 2012, a distribuição continua a ser feita grátis, por divulgação da versão em PDF posta à disposição dos interessados em *www.tipografos.net/cadernos*.

© 2007, 8, 9, 10, 11,12 by Paulo Heitlinger. All rights reserved.

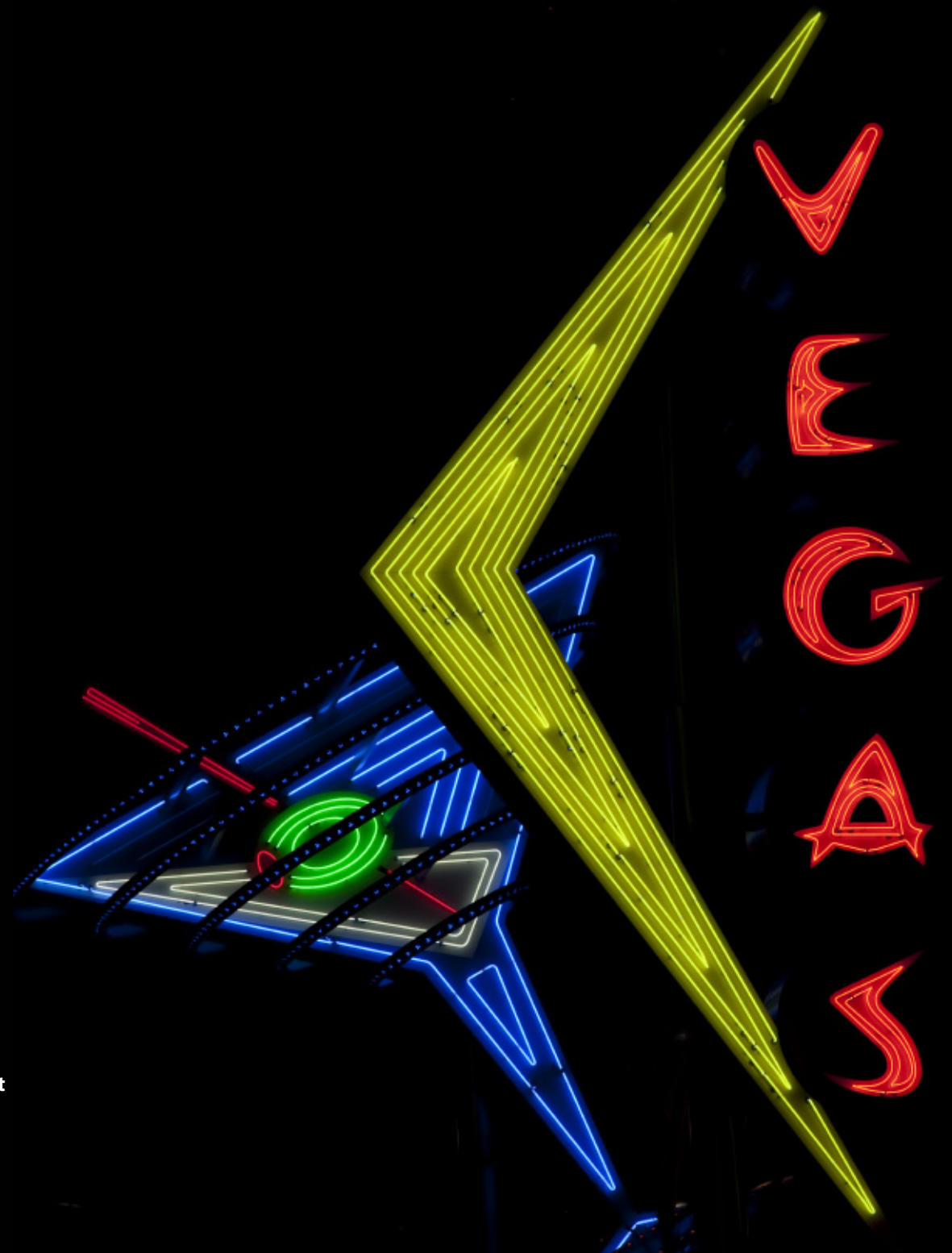
Neon

Pappadeaux's fish restaurant neon sign, Houston, Texas. Photo: Carol M. Highsmith (*1946) Date: 1980 – 2006. LOC.

THE
Flame
STEAK · PRIME RIB
BREAKFAST · LUNCH · DINNER
AMERICAN EXPRESS
CARDS
24 HRS

Holiday Motel (by day), Las Vegas, Nevada.
Foto: Carol M. Highsmith, 2007. LOC.

Holiday Motel (by night), Las Vegas, Nevada.
Foto: Carol M. Highsmith, 2007. LOC.



Historic Vegas neon sign, Freemont Street, Las Vegas, Nevada. Foto: Carol M. Highsmith, 2009. LOC.

SMOKIN'
GOOD TIMES!

Blues City Cafe neon sign, Beale Street, Memphis, Tennessee. Foto: Carol M. Highsmith, 2008.

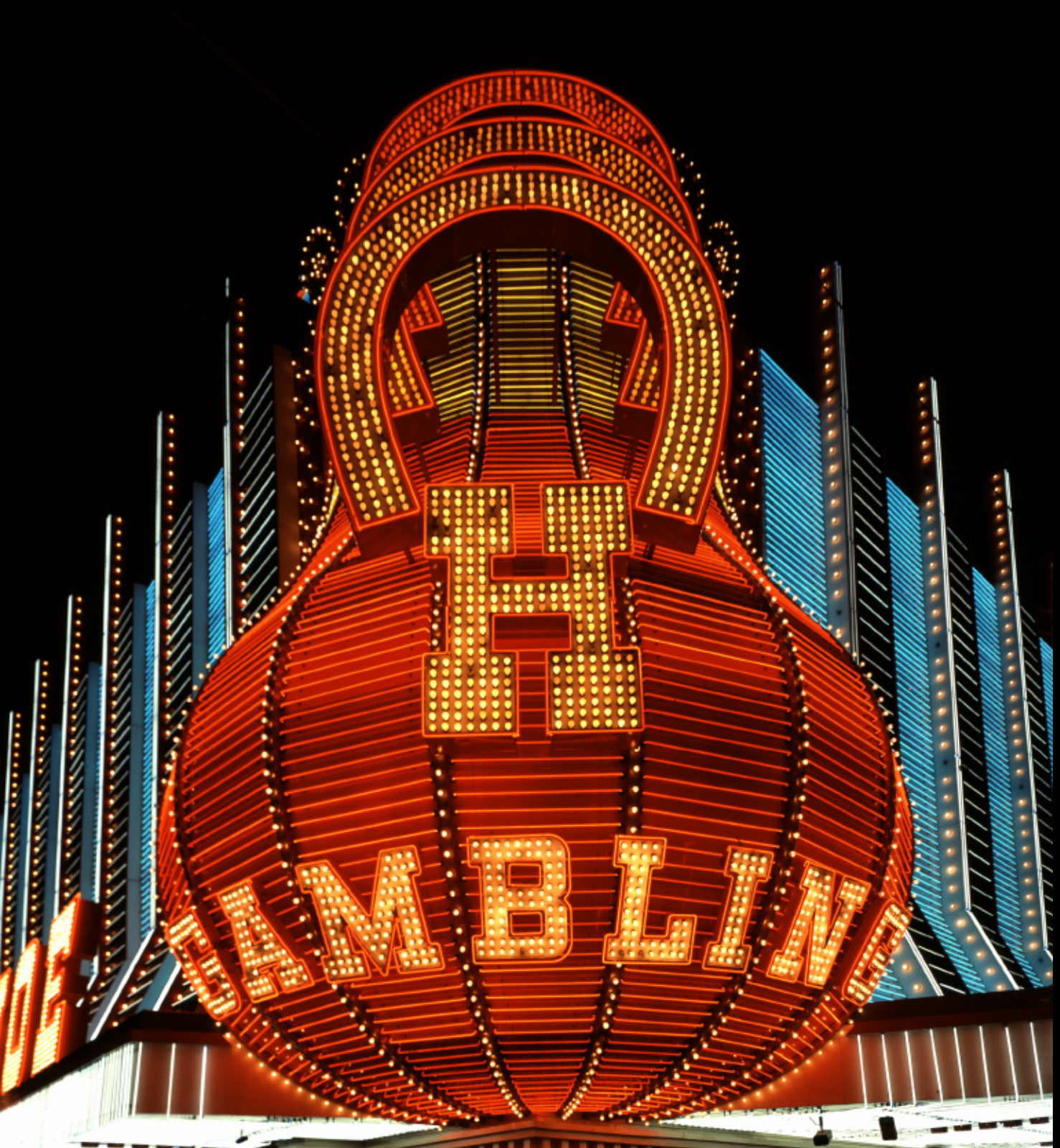
Memphis Music neon sign, Beale Street, Memphis, Tennessee. Foto: Carol M. Highsmith, 2008.

Old Motels and Historic Neon Art, Las Vegas, Nevada. Foto: Carol M. Highsmith, 2008.

Hacienda Horse and Rider, historic neon sign, Las Vegas, Nevada. Foto: Carol M. Highsmith, 2008.

Old Motels and Historic Neon Art, Las Vegas, Nevada. Foto: Carol M. Highsmith, 2007. LOC.

Chief
HOTEL COURT
VACANCY
STEAMED HEAT



Neon sign at the Horseshoe Casino, Las Vegas, Nevada. Foto: Carol M. Highsmith, 2008.

Circus Circus Hotel and Casino neon sign, Las Vegas, Nevada.
Foto: Carol M. Highsmith, 2008. LOC.

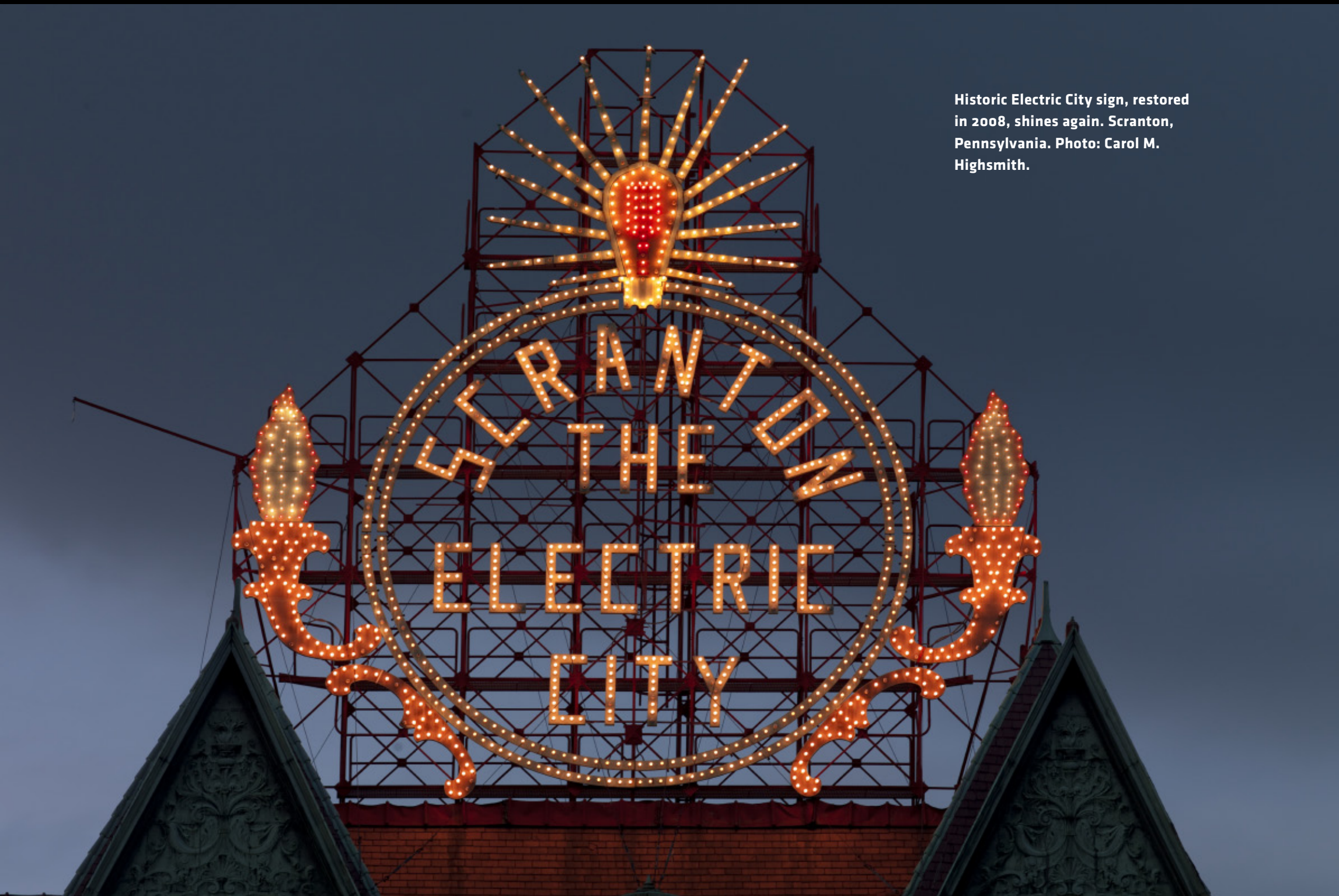
Historic El Cortez Hotel neon sign, Freemont Street, Las Vegas, Nevada. Carol M. Highsmith, LOC

Glitter Girl neon sign at the Freemont Street Experience, Las Vegas, Nevada. Foto: Carol M. Highsmith. 2009. LOC.

Greyhound Bus Station, 1200 Blanding Street, Columbia, Richland County, SC. LOC

Foto: Carol M. Highsmith, 2008.

Replica of the "Diver" sign in West Hollywood. The original, built for the Virginia Court Motel in Meridian, Miss., is part of the collection of the Museum of Neon Art.



Historic Electric City sign, restored in 2008, shines again. Scranton, Pennsylvania. Photo: Carol M. Highsmith.

Foto: Carol M. Highsmith, 2008.

Foto: Carol M. Highsmith, 2008.

Binion's Horseshoe Casino sign at Neon Boneyard, Las Vegas, Nevada, EUA. Foto: Carol M. Highsmith.

Treasure in the Neon Museum's "boneyard" in Las Vegas, Nevada. Foto: Carol M. Highsmith (*1946).

BUDWEIS

Vintage neon sign at the Henry Ford Museum. Driving America exhibit. 2012.

TURN
RIGHT
Pensacola
Beach
SCENIC
DRIVE EAST ALONG
GULF OF MEXICO
Whitest Beaches
LS • RESTAURANTS

Gosto de néons

Há muito tempo que tenho o desejo de fotografar o processo de fabricação de letras de néon — deve ser um desejo típico daqueles que aspiram a fazer fotografia artística. De qualquer modo: quando tiver um momento livre, passarei à prática. Entretanto, pesquisando pela Internet, deparei-me com o trabalho da fotógrafa norte-americana Carol Highsmith *www.carolhighsmithamerica.com*, que incluo nas páginas deste artigo. Curiosamente, Carol, que é uma fotógrafa de grande prestígio oficial lá na terra de Obama, fazendo fotos, ou muito boas, ou muitas patriótas, não captou o movimento das luzes néon – como o faz, por exemplo, a foto ao lado. Mas Carol Highsmith não é a única que se dedicou ao tema. A arquitecta Kirsten Hively fotografa sinais em néon dum bairro nova-iorquino. O inventário, comentado pela autora, está disponível em Project Neon: http://projectneon.tumblr.com/

Quando oiço expressões ultra-badaladas como *Typeface in Motion* ou *Motion Graphics*, sinto nos lábios um sorriso cínico. Isto de pôr as letras a mexer é já tão velho como os anúncios de néon, que, para mim, eram deveras sugestivos porque estavam, precisamente, sempre a mexer e a piscar, as cores a mudar, com

Wiggley Hamburger Man. McDonald's hamburger man, reflected into a window. Henry Ford Museum. Dearborn, Michigan. Driving America exhibit. 2012.

os mais surpreendentes efeitos ópticos. Quando era miúdo, podia passar minutos seguidos a observar as intermináveis sequências dos anúncios com as letras a apagar e acender, aqueles magníficos efeitos luminosos. Isso, sim, meus amigos, isso era *Type in Motion*!

Um dia, durante um passeio nocturno, a minha mãe reparou que eu não conseguia ler certas letras dos anúncios luminosos na Praça dos Restauradores, em Lisboa. No dia seguinte tinha uma consulta marcada no oftalmologista. Era míope, claro, como muita gente na minha família. Nunca mais deixei de usar óculos. Mas continuei a gostar dos «reclames luminosos», como então se dizia.

Já agora, e como tenho uma formação académica como físico, aproveito para falar do inventor da luz néon: Georges Claude (1870 — 1960). Este francês, químico, físico, terá sido, por volta de 1902, o primeiro a aplicar uma descarga eléctrica num tubo de vidro fechado, contendo gás néon. A ideia era criar uma lâmpada. Inspirado na invenção de um tal Daniel McFarlan Moore, Georges inventou a lâmpada de néon, que encontrou a sua primeira expressão funcional e comercial em 1912. Faz precisamente 100 anos!

A invenção foi apresentada em 1910 ao público em Paris. Foi patenteada em 1915. À semelhança do que acontece com a lâmpada fluorescente de Peter Cooper Hewitt, a lâmpada de néon é também uma lâmpada de descarga de gás. O princípio subjacente ao funcionamento destas lâmpadas «fluorescentes» já aparece no século XVII nos registos de pesquisadores, como Jean Picard.

Reclamos luminosos e decoração com luz néon. Cinema Condes, Lisboa, Portugal. Foto: Estúdio Horácio Novais.

Já em 1902, Georges Claude e o empresário Paul Delorme tinham fundado a empresa L'Air Liquide SA, para produzir industrialmente oxigénio líquido. A partir de 1923, Claude começa a vender anúncios luminosos construídos com tubos de néon para os Estados Unidos, nos quais se tornam rapidamente populares como novos meios publicitários. Estas iluminações, visíveis mesmo de dia e denominadas *liquid fire* (fogo líquido), chamavam a atenção de muitos curiosos, que as observavam durante horas a fio. (Portanto, não era eu o único!)

Escreveu o jornal «i» que o primeiro painel luminoso com recurso a luz néon surgiu em Los Angeles e apresentava, na loja de um vendedor de automóveis, a marca Packard. Na época foi origem de monumentais congestionamentos de trânsito já que todos abrandavam a marcha para apreciar a exótica e brilhante novidade. Entretanto, Earle C. Anthony – principal representante da marca para alguns estados dos EUA – comprou os dois reclames com a palavra "Packard" por 24.000 dólares – uma pechincha! P.H.

Neon lights «made in Portugal».

Cine-Teatro Império, Lisboa, Portugal. Letras e decoração em néon. Edifício projetado pelo aquitecto Cassiano Branco (1897-1970) e inaugurado em 1952. Foi desactivado na década de 1990 e classificado Imóvel de Interesse Público em 1996. Foi: Estúdio Horácio Novais, sem data.

Sapataria Hélio.
Lisboa, Portugal
Foto: P.H.

Sapataria «A Deusa», Lisboa, Portugal. Foto: P.H.

100 Years Ago

The first neon light was demonstrated 100 years ago today in Paris. The inventor, Georges Claude, was a French engineer considered to be the "Edison of France" until his wartime collaboration with the Nazis derailed his career and caused him to be imprisoned and stripped of all his honors.

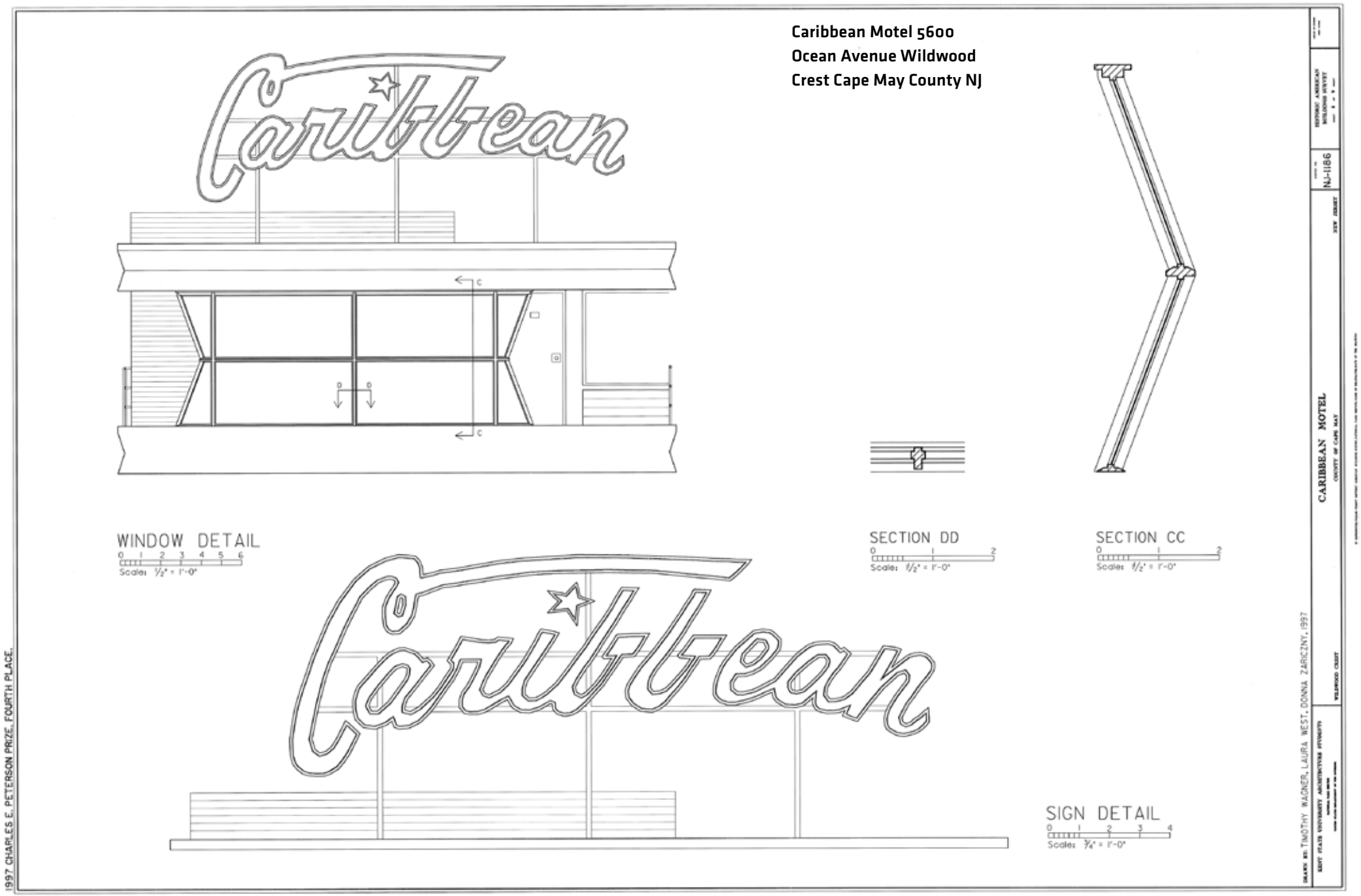
Claude achieved business success with his invention, which was more or less a byproduct of his experiments in liquefaction of oxygen and other industrial chemicals. Claude figured out how to purify neon in a closed glass tube, and how to control the electrical discharge that was passed through the tube, using electrodes to optimize the glow effect.

Most of the "neon lights" that we see today are in fact not neon, but other gasses such as argon or mercury vapor. The heirs of Claude nevertheless manage a tidy stipend, because Claude not only patented the extraction process of neon, but the electrode design as well.

A staunch monarchist, Claude collaborated openly with Germans during the Nazi occupation of France. He was arrested after the Allied Liberation of France and was tried and convicted for propaganda work. In 1945 he was sentenced to life in prison but was set free in 1950 on the strength of his research in ocean thermal energy conversion. He died in 1960.

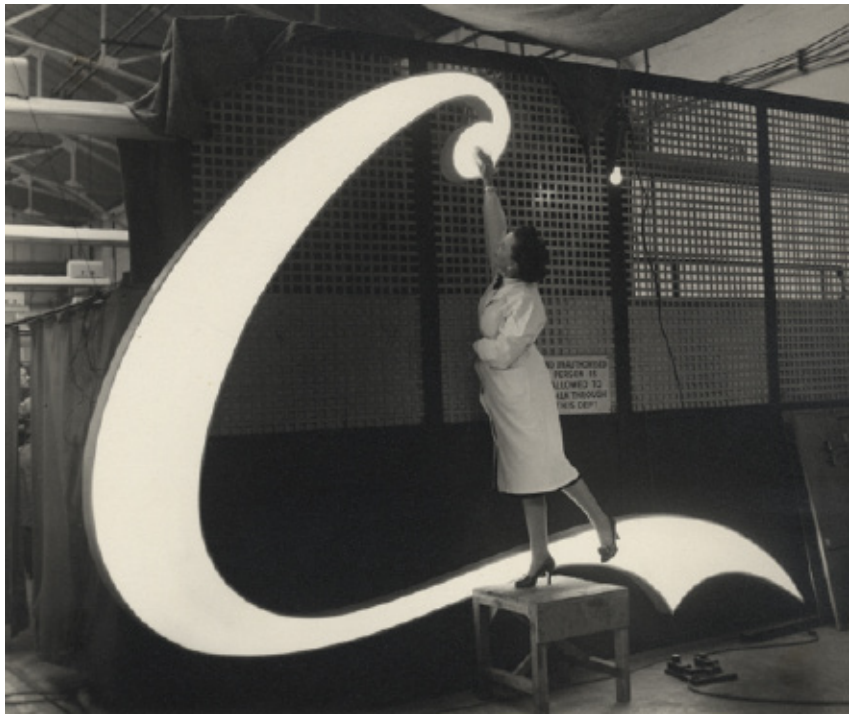
Symbols - Daytime, Salvation Army Shield, Liquor Store Bottle, Neon Signs above Storefronts, South Station, Two Parked Cars, Store Signs along Sidewalk. Researcher: Gyorgy Kepes (American, 1906-2001)
Researcher: Kevin Lynch (American, 1918-1984)
Photographer: Nishan Bichajian (American, 20th century)
creation date: between 1954-1959

Erecting neon sign, Fargo, North Dakota Foto: John Vachon (1914-1975), 1940. LOC.


Caribbean Motel 5600
Ocean Avenue Wildwood
Crest Cape May County NJ
WINDOW DETAIL
Scale: 1/2" = 1'-0"
SECTION DD
Scale: 1 1/2" = 1'-0"
SECTION CC
Scale: 1 1/2" = 1'-0"
SIGN DETAIL
Scale: 3/4" = 1'-0"
CARIBBEAN MOTEL
NJ-1186
1997 CHARLES E. PETERSON PRIZE, FOURTH PLACE.

The making of a Coca-Cola neon sign for Piccadilly Circus, 1954

Have
COKE



Coca-Cola
REFRESHING

ATLAS ASSURANCE
BOVRIL
SCHWEPPES
TONIC WATER
COPE'S
Have a Coke
DELICIOUS
Coca-Cola
REFRESHING
GUINNESS
TIME

Illinois Central R.R., freight cars in South Water Street freight terminal, Chicago, Illinois. Foto: Jack Delano, 1943. LOC.

Design étnico, 1

Ethnic Design

Ak-ah-malak remando no seu kayak em Baffin Inlet, N.W.T. Canada. Foto: LOC.

The Muskrat-hunter, Kotzebue. Colecção de fotografias de Edward S. Curtis, LOC.

Kayak, Faltboot, caiaque

O kayak (caiaque) é uma canoa hoje utilizada para viagens fluviais de lazer e, muito menos frequentemente, também para competições desportivas. De facto, para mim o mais interessante é que seja uma canoa não orientada para o desporto de competição, mas para proporcionar uma boa «ligação» com a Natureza. Notas de Paulo Heitlinger.

O caiaque foi derivado do modelo de canoa (Qajaq, no idioma *Inuit*) usado pela etnia *Inuit* (vulgarmente chamados Esquimós). Ao contrário da piroga, que é um tipo de embarcação característico do Amazonas, da África e da Oceânia, comprida, estreita, e feita de um só tronco de árvore cavado, o caiaque tem uma estrutura esquelética, o que o torna muito leve, transportável e manobrável.

O caiaque, muito usado na Gronelândia pelos *Inuit*, mas também por algumas etnias dos Índios norte-americanos, existe desde tempos imemoriais; é um meio de pesca e de caça a pequenas baleias, essencial para a sobrevivência das étnias esquimós. De certo modo, tem características comparáveis ao trenó, que é o meio de locomação usado para vencer grandes distâncias sobre os gelos do Norte.

Kayak significa «barco de caçador»; o seu uso era permitido exclusivamente aos homens. Deslizando rápida e silenciosamente pelas águas costeiras, esta

Inuit no seu kayak, fotografado em 1929 pelo famoso (e não menos polémico) fotógrafo norte-americano Edward Sheriff Curtis durante a expedição a Noatak, Alasca, EUA.

canoa, com um perfil muito baixo, quase rente à superfície da água, permitia ao caçador de focas aproximar-se das suas presas de modo a poder lançar o arpão de forma efectiva. Eventualmente, a embarcação até permitia a caça a pequenas baleias, comuns nestas zonas. Ao mesmo tempo, tinha capacidade e resistência suficiente para realizar longas travessias em mar. A estas características funcionais alia-se uma convincente estética das suas formas. Conforme se comprova em fotografias do século XIX, a canoa era leve e facilmente transportável em terra.

Na construção desta pequena e compacta embarcação empregavam-se ossos de baleia, peles e tripas de foca. (A madeira é raríssima nestas zonas.) Os ossos flexíveis de baleia formam a estrutura do esguio barco e para as costuras da pele de foca do revestimento usavam-se tripas de foca, secas. Os remos dos caiaques esquimós têm uma pá em cada extremidade, e eram muito mais estreitos do que as pagaias usadas hoje nas canoas desportivas.

A impermeabilização eficiente era uma característica essencial. Para manter um caiaque imune à penetração da água, bastava imergi-lo na água, sempre que não estava em uso.

O «Faltboot»

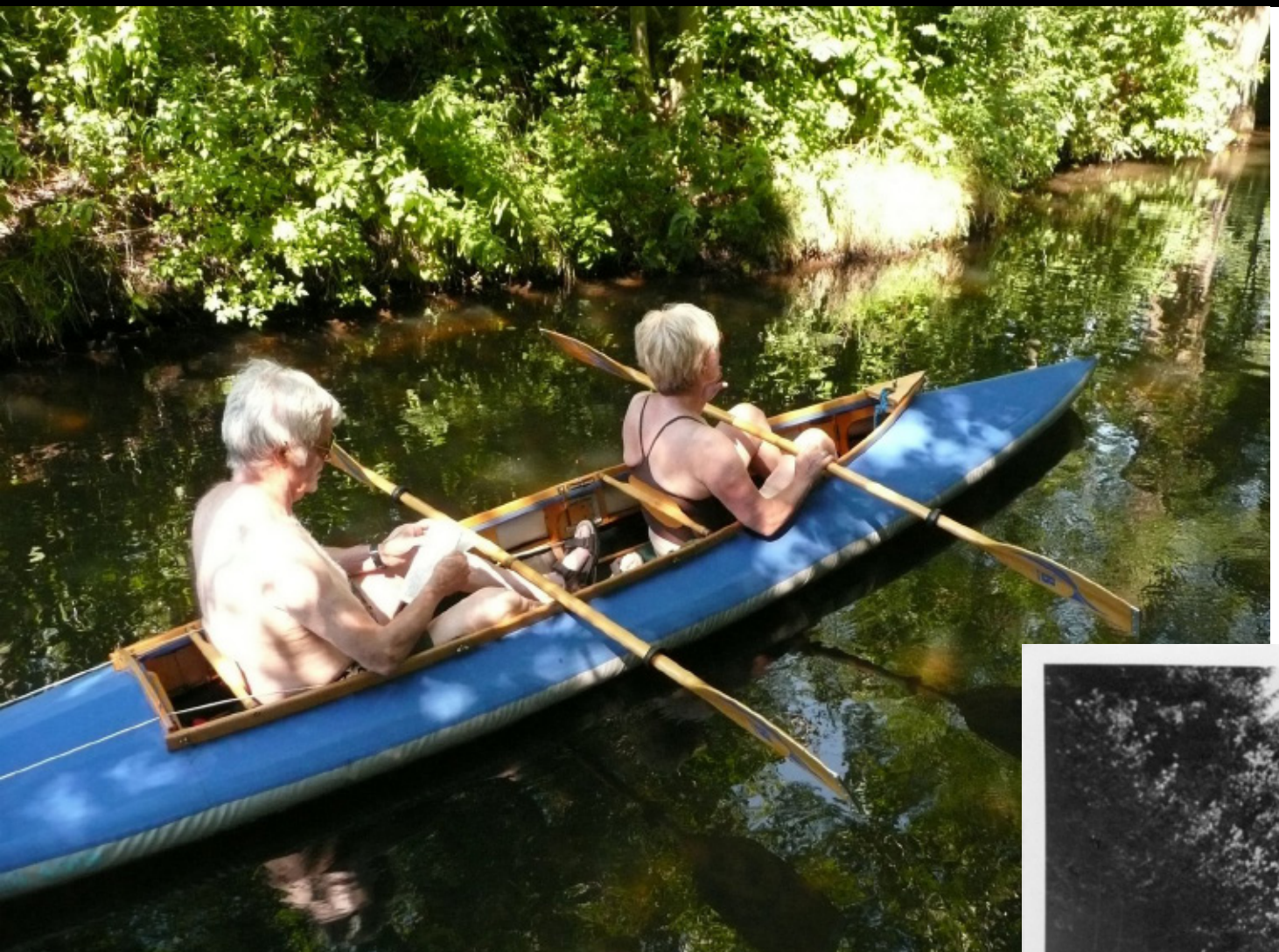
Na Alemanha, construíram-se (e ainda se constroem, felizmente) muitos *Faltboote*, (*folding kayaks*), canoas para um ou dois remadores, com esqueleto de madeira, juntas de metal,

Dois rapazes Inuit numa canoa em Nunivak, 1930. Foto de Edward S. Curtis. LOC, Library of Congress. Neste artigo, não se trata de idealizar os Inuit. Habitavam zonas muito parcas em recursos e hostis para a sobrevivência humana – como a Gronelândia, o Norte do Canadá e o Alasca. Eram caçadores-recolectores e nunca tiveram grande densidade populacional. Viviam em pequenos grupos, separados por grandes distâncias. Os Inuit não conheciam a metalurgia antes do contacto com os europeus. O seu habitat não é favorável à existência de formas de guerra e a sobrevivência deveria ser a única preocupação. Mas, ao contrário do que se pudesse esperar, os Inuit praticavam formas de guerra, tinham preocupações defensivas na escolha e construção dos habitats. Possuíam armas defensivas: armaduras feita de placas de osso, cozidas umas às outras, formando uma protecção usada debaixo da roupa. Esta arma é altamente especializada e tem utilidade apenas na guerra. Antes do aparecimento da Real Polícia Montada do Canadá, os Inuit tinham altas taxas de homicídio, várias vezes superiores às das sociedades estatais contemporâneas.
Os feudos, raids e batalhas campais eram práticas comuns. Num acampamento Inuit todos os homens já tinham morto alguém, a maior parte das disputas eram por mulheres, apesar do costume tradicional de as partilhar. A guerra interna era comum na forma de raids. Várias histórias foram recolhidas entre os anciões dos Esquimós do Noroeste do Alasca que descrevem estes raid (com massacre) ao pormenor.

O bote esquimó e o seu derivado, o Faltboot

Inuit man with a kayak.
Foto: Captain Edward Augustus Inglefield. June-July 1854. Wet collodion negative.

Wandereiner, Klepper, 1925/27
Detalhe construtivo: junção de elementos à proa.
Foto: Die Neue Sammlung; A. Laurenzo



Um fim de semana, ou um Verão inteiro a flutuar sobre as águas calmas de rios e lagos: o prazer de passear num Faltboot é partilhado por muitos jovens – e por todos os idosos, que ainda se sentem suficientemente robustos para remar, desfrutando um contacto directo com a flora e a fauna dos rios.

Em baixo: um grupo de remadores no rio Stever, Alemanha, na década de 1950.

Deutsch: Eine Gruppe von Vereinssportlern mit Faltbooten, Anfang der 1950er Jahre.

desarmáveis, e revestimento têxtil impermeabilizado com borracha.

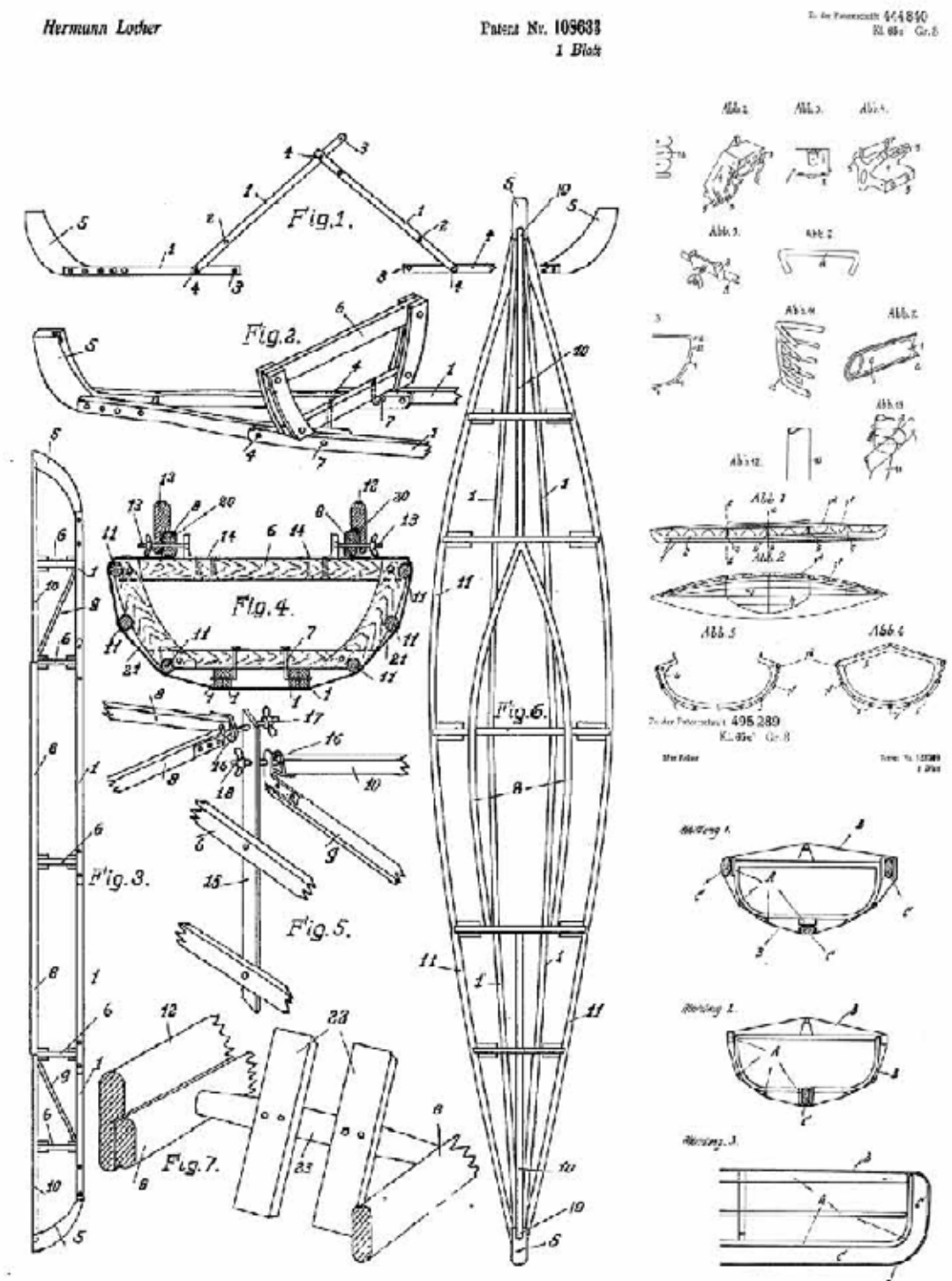
O primeiro destes caiaques desmontáveis, com estrutura de bambu, foi construído por Alfred Heurich em 1905, que nessa época era um estudante de Arquitectura alemão. Para fazer o teste, Heurich remou na sua canoa no rio Isar, de Bad Tölz até Munique.

Heurich tinha-se inspirado nos kayaks esquimós patentes ao público no *Münchner Völkerkundemuseum* (Museu Etnográfico de Munique). Quando requereu a patente para a sua invenção, em 1906, (de um barco já inventado há muito tempo pelos Esquimós) associou a marca «*Delphin*» ao seu modelo de canoa desmontável.

O *Delphin* tinha um esqueleto de bambu com um revestimento de lona. Podia ser facilmente desarmado (o autor destas linhas comprova-o, pois usou um modelo mais moderno durante muitos anos) e as partes eram transportadas em três sacos de lona, cada um destes pesando menos de 4.5 kg.

Os Faltboote da firma Klepper

Mas o sucesso comercial para este tipo de barco de recreio estava reservado ao alfaiate Johann Klepper, que estabeleceu uma fabricação de canoas em Rosenheim, na Alemanha. Em 1907, Klepper comprou uma licença de construção ao inventor Alfred Heurich. Os caiaques Klepper tornaram-se extraordinariamente populares, devido ao seu tamanho compacto, quando desarmados e dobrados, e à facilidade de transporte.



O *Klepper Faltboot* foi introduzido em 1906, muitos anos antes dos caiaques de casca dura (de plástico) se tornarem populares. Um «Keppler» era um bote de madeira e lona, desmontável e dobrável, permitia fazer longos cruzeiros fluviais, podia levar tendas para acampar, víveres e até mini-equipamentos para cozinhar. O *Flusswandern* (eventualmente traduzivél para «cruzeirismo fluvial») tornou-se extremamente popular na Alemanha, Suíça, Holanda e na Áustria. Frequentemente, a prática do Nudismo – Freikörperkultur – vinha associada a uns dias de férias passados de modo pleno de autenticidade, em plena exposição ao sol e às brisas...

Mas também sempre houve aqueles que insisitiram na performance, em fazer aventuradas proezas a bordo desta mini-embarcação. O aventureiro Oskar Speck empreendeu uma jornada de sete anos (!), da Alemanha até à Austrália, nos anos 1930, usando caiaques manufacturados por outro produtor, a Pionier-Faltboot-Werft. Durante a II. Guerra Mundial foram desenvolvidas várias variantes de canoas para fins militares, visto estes barcos, extremamente silenciosos, permitirem incursões aos comandos e espiões.

O modelo *Klepper Aerius II* foi introduzido em 1951 – e continua em produção. Em 1956, Hannes Lindemann atravessou o Atlântico a bordo de um *Aerius II*, demonstrando a integridade e resistência deste magnífico caiaque.

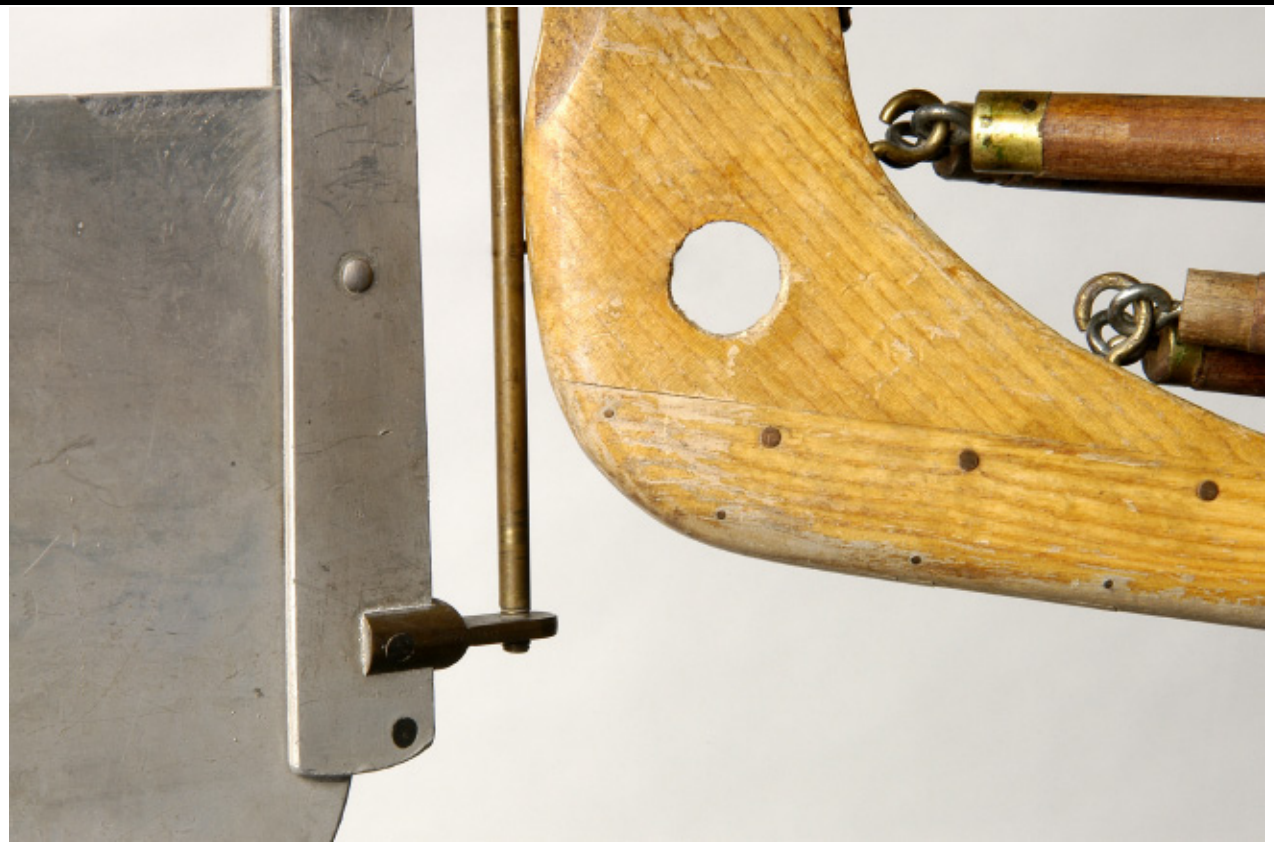
O Flusswandern (cruzeirismo fluvial) tornou-se muito popular na Alemanha, Suíça, Áustria e Holanda. Estes jovens viajaram de comboio até ao ponto do rio/lago onde decidiram começar o seu passeio fluvial. Todas as peças do Faltboot estão acomodadas em sacos/mochilas.

Os adeptos da FKK foram enrusiásticos utilizadores dos Faltboote.

Assim como o Volkswagen (Käfer, carocha) e a Vespa (uma lambreta), o *Klepper Faltboot* tornou-se um símbolo da mobilidade alcançada nos anos 50, dando liberdade de acção e independência a quem queria passar momentos de prazer no meio da Natureza. A elegante canoa com esqueleto de freixo, embora já tivesse alcançado a produção em série nos anos 20, só nas décadas dos pós-guerra é que teve uma ampla divulgação – na Alemanha, mas também a nivel mundial. O seu peso leve, a facilidade de montagem, a sua estabilidade sobre a água e o preço acessível tornaram o *Klepper* um barco não só usado em muitas expedições, mas também no âmbito do lazer, para o cruzeirismo em rios, lagos e até costas marítimas.

Objecto de culto?

Não foi preciso esperar pela exposição que lhe dedicou o Museu de Artes Aplicadas em Frankfurt (Staatliches Museum für angewandte Kunst, *http://www.die-neue-sammlung.de*) para perceber que o Faltboot é dos mais originais designs de produto do século XX, conjungando todas as categorias realmente notórias do bom design: produção em série, baixo preço, funcionalidade, utilidade, estética, durabilidade, longevidade, sustentabilidade, materiais «amigos do ambiente».



***Wandereiner*, Klepper, 1925/27. Detalhe construtivo: fixação do leme de alumínio à popa. Articulações metálicas, desmontáveis. Foto: Die Neue Sammlung; A. Laurenzo**

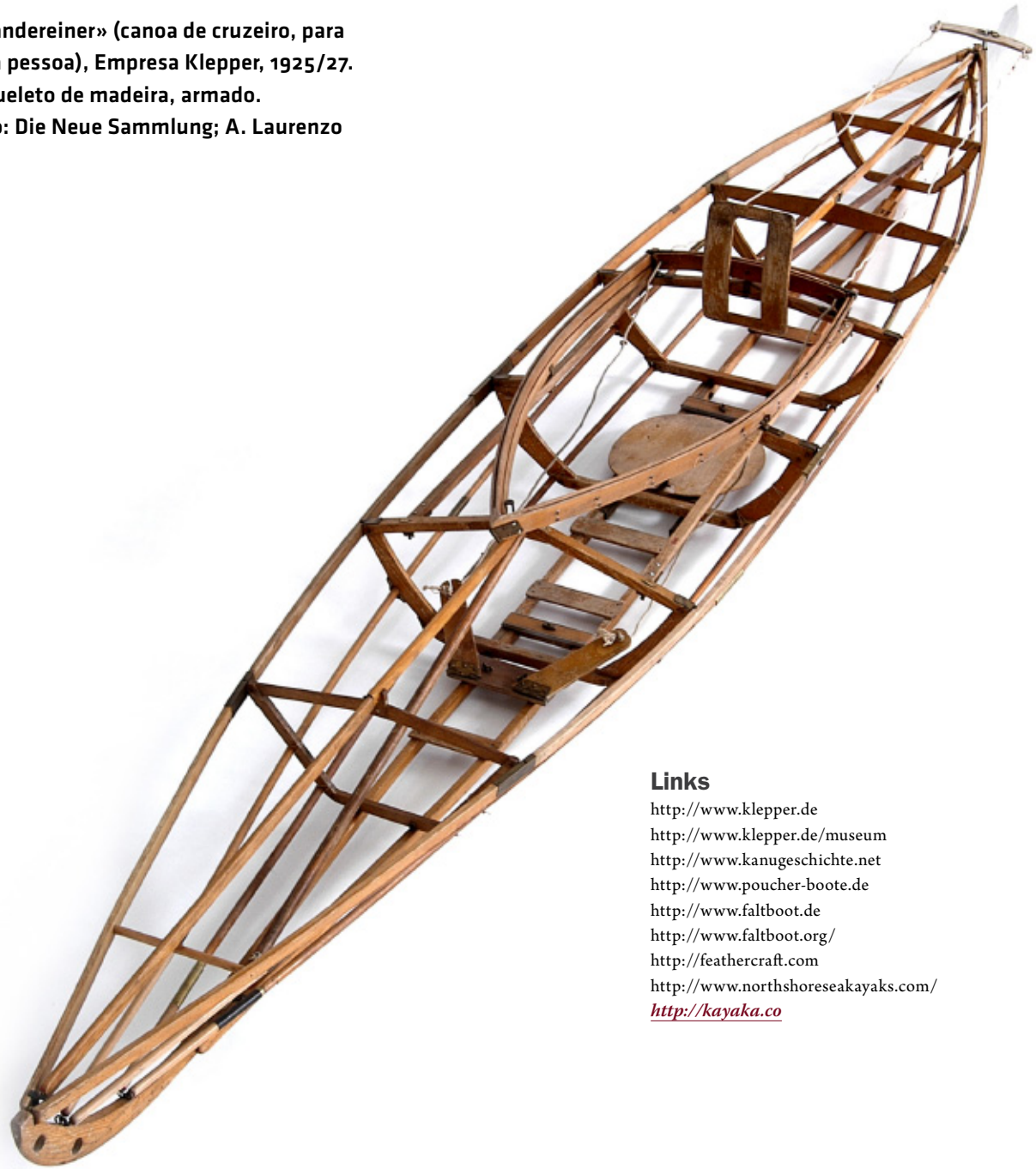
De Maio a Setembro de 2006 esteve patente a exposição «Klepper – Wandereiner 1925/27. Ein Boot fährt um die Welt», pondo em destaque muitos pormenores construtivos deste bote desdobrável.

A partir da década de 1970, quando se começaram a forçar os desportos radicais, este tipo de embarcação começou a ser mais conhecido pelo público em geral. Mas as embarcações para desporto de competição são de plástico e/ou de fibra de vidro, e perderam características importantes das canoas de madeira e lona. O material usado pelos esquimós eram ossos e peles de foca; os *Faltboot* são feitos de madeira de freixo e de lona; hoje são utilizados fibra de vidro e plástico, materiais não-sustentáveis. O plástico utilizado é o polietileno de média densidade; são fabricados pelo processo da rotomoldagem.

Sem dúvida, fizeram boa figura nas emissões televisivas dos últimos Jogos Olímpicos, mais comerciais que nunca. Os caiaques de plástico de casca dura podem ser ideais para regatas de competição ou para *white waters*, pois têm grande resistência a impactos contra rochas e pedras, mas perderam todo o encanto dos barcos de prazer e lazer, que, felizmente, ainda são fabricados.

Ainda hoje continuam a ser vendidas canoas desmontáveis de várias marcas, com lugar para um ou dois remadores. Com leme, estabilizadores laterais e até com a possibilidade de colocar uma pequena vela.

«Wandereiner» (canoa de cruzeiro, para uma pessoa), Empresa Klepper, 1925/27. Esqueleto de madeira, armado.
Foto: Die Neue Sammlung; A. Laurenzo



Links

http://www.klepper.de
http://www.klepper.de/museum
http://www.kanugeschichte.net
http://www.poucher-boote.de
http://www.faltboot.de
http://www.faltboot.org/
http://feathercraft.com
http://www.northshoreseakayaks.com/
http://kayaka.co

http://kajakkspesialisten.blogspot.pt/2012/05/new-expedition-on-its-way.html

In die Freiheit paddeln

Das Faltboot, welches vor 100 Jahren von Alfred Heurich «erfunden» wurde, ist die Umsetzung eines Konzeptes, welches die Inuit-Völker seit langem in ihren Kajaks verwirklicht hatten: das leicht manövrierbare Kanu, gebaut aus einem Gerippe und mit einer wasserdichten Haut versehen. Ein Fall von «modernem Design» mit einem ethnischen Hintergrund: inspiriert wurde Heurich durch Eskimoboote im Münchner Völkerkundemuseum.

Das Faltboot von Klepper, ähnlich wie der Käfer und die Vespa, wurde schon in den Dreißiger, dann wieder in den fünfziger Jahren zu einem Symbol der Freiheit, der Mobilität und der Unabhängigkeit. Das faltbare Boot fand eine breite Akzeptanz unter Naturliebhabern und Wanderer. Die elegante Konstruktion aus Eschenholz erlebte, obwohl bereits in den 20er Jahren zur Serienreife gebracht, in den Jahrzehnten nach den Zweiten Weltkrieg weltweite Verbreitung. Zunächst in den Nachbarländern Österreich, Schweiz, Holland und Schweden, schließlich in USA und Kanada.

Das geringe Gewicht, eine ausreichende Kippstabilität und die hohe Haltbarkeit, die leichte Handhabung und vielfältige Möglichkeiten des Einsatzes machten es keineswegs nur geeignet für Leistungssport, Forschungsreisen und Expeditionen in ferne Länder, sondern vor allem auch für den, immer grö-

Echo Continental, Firmenzeitung der Continental Gummiwerke Hannover AG im Eigenverlag von 1913 bis 1944.

ßere Bedeutung gewinnenden Freizeitspass – zumal sich der Preis in überschaubaren Grenzen hielt.

Erfunden wurde das Faltboot vor rund 100 Jahren. Der Münchner Architekturstudent Alfred Heurich (1883-1967) baute aus Bambusstangen und Stoff ein zerlegbares Boot, mit dem er am 30. Mai 1905 die Hochwasser führende Isar von Bad Tölz bis München befuhr. Diese „wildbewegte" Fahrt gilt als Geburtsstunde des modernen Kajaksports.

Inspiriert wurde Heurich durch Eskimoboote im Münchner Völkerkundemuseum. Die ursprünglich für Walfang und lange Reisen verwendeten Kajaks der Inuit waren zwar nicht zerlegbar, wiesen aber ein sehr ähnliches Konstruktionsprinzip auf: Über ein Gerüst aus Holz wurde eine Haut (Robbenhaut) gespannt. Der Vorteil dieser Skelettbauweise bestand sowohl in der Stabilität als auch im geringen Gewicht des Bootes.

1907 erwarb der Rosenheimer Schneidermeister Johann Klepper von Alfred Heurich die Lizenz für den Bau der Faltboote. Einer problemlosen Serienproduktion stand allerdings noch vieles im Wege. So war es schwierig, an den Bambusstäben mit ihren ungleichen Stärken Beschläge anzubringen.

Zudem hatte das Boot eine unzureichende Längsspannung, so daß die imprägnierte Segeltuchhülle nach dem Gebrauch stark durchhing. Serienreife erlangte das Boot erst nach zahlreichen Verbesserungen; neben einer Kniehebelspannung

Faltboote und Zelte. Plakat des Faltbootherstellers Hammer aus Bad Mergentheim aus den frühen 50er Jahren. Ab 1929 wurden Faltboote bei Hammer produziert, nach wirtschaftlich schwierigen Zeiten kaufte der Reifen- und Gummihersteller Metzeler 1968 die Produktionsstätten auf und verlegte nach kurzer Zeit den Standort nach Polen.

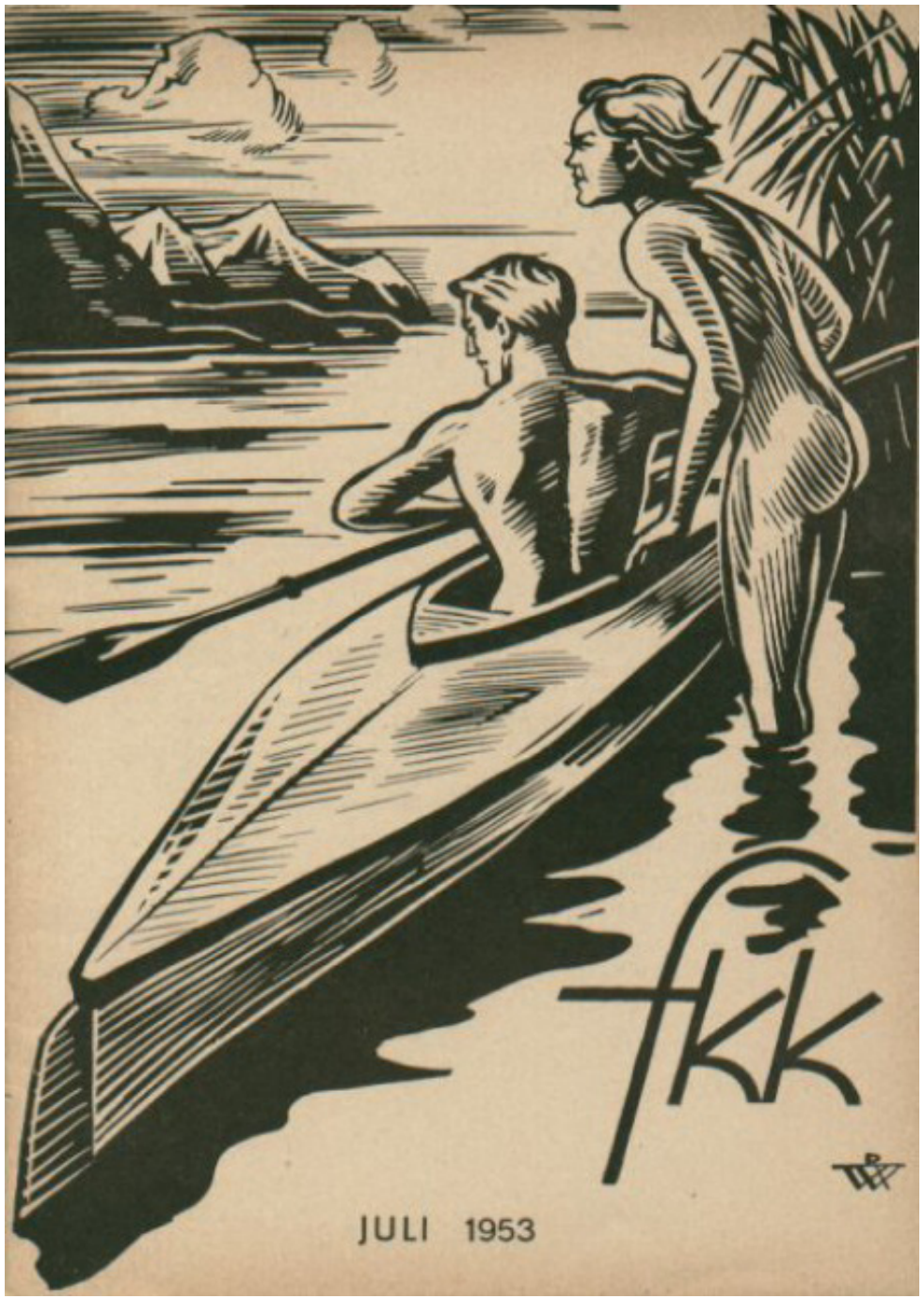
gehörte dazu vor allem die Verwendung von massivem Eschenholz für das Gerüst.

Mit diesen Neuerungen der zwanziger Jahre entstand ein frühes Beispiel des Systemdesigns, das internationale Beachtung fand – und 1937 auf der Weltausstellung in Paris mit dem „Grand Prix“ ausgezeichnet wurde. Ein Jahr vorher, 1936, war das Faltboot zum ersten Male Olympia-Disziplin gewesen, in den „berühmten“ Spielen, die Hitler für die Weltöffentlichkeit inszeniert hatte. Das Faltboot kam immer stärker in das Fahrwasser des Leistungssports. Weitere Erfolge in Sportwettkämpfen belegten die Schnelligkeit der Konstruktion.

Für Abenteurer und Forscher zählten die Faltboote der Klepperwerft seit eh und je zu den wichtigsten Ausrüstungsgegenständen. So kamen sie mit Roald Amundsens Expedition am Nordpol zum Einsatz (1926); der Abenteurer Sven Hedin unternahm damit seine spektakulären Entdeckungsreisen in Asien (1928) und Ernst Sorge seine Spitzbergen- Expedition (1935).

Nach den Kriegsjahren und den damit einhergehenden Zerstörungen erfolgte der langsame Wiederaufbau der Klepper-Werke. Verbunden mit dem Neuanfang war die Weiterentwicklung des Faltkajaks.

Die Fortsetzung der spektakulären Forschungsreisen fachte seine Popularität zusätzlich an. Herbert Rittlinger befuhr den Oberen Nil (1954), Hans Ertl den Amazonas (1955), und Hannes Lindemann überquerte 1956 mit einem Klepper-Zweier den Atlantik – im Einer schaffte diese Fahrt 1928 bereits Franz Romer. 1984/1985 fuhr



Arved Fuchs im Klepperboot um Kap Horn und zum Nordpol.

Herbert Rittlinger

À propos Herbert Rittlinger. Dieser Schriftsteller, Fotograf, Forschungsreisende und Pionier des Kanusports publizierte über eine Kombination, die zahlreiche Naturfreunde schon vielfach mit großer Begeisterung umgesetzt hatten: das Faltboot passte wunderbar in die Praxis der FKK-Entusiasten.

Herbert Rittlinger (1909 – 1978) verfaßte Reisebeschreibungen, Romane und Sachbücher. Mit seinen Erlebnisberichten aus entlegenen Gegenden erreichte er sechsstellige Auflagenzahlen und war in den 1930er, 1940er und 1950er Jahren ein viel gelesener Schriftsteller.

Besonders aufmerksame Rezeption erfuhren seine Werke im Kreis der Kanusportler, da er auf vielen Reisen mit dem Faltboot unterwegs war; er legte allerdings Wert darauf, nicht auf seine Rolle als Kanute oder Reiseschriftsteller reduziert zu werden. Sein erstes Buch *Faltboot stößt vor* dokumentiert seine Einmann-Wildwasserfahrten (1932) in den Ostkarpaten und in den Schluchten des Euphrat. Rittlinger besuchte auf der Rückreise von diesen Abenteuern Leo Trotzki in Istanbul.

Danach war er zwei Jahre als Matrose, Koprapflanzer und Goldsucher unterwegs in Japan, der Südsee, Neuguinea und Australien. *Südseefahrt* ist der Titel seines Buches aus dieser Zeit.

1936 befuhr er den Amazonas mit seinem Faltboot aus 4100 Meter Höhe in den Anden bis Iquitos

Sonnenfahrt in die Provence - Von Herbert Rittlinger - 1958.

(ca. 1600 km) und setzte die Reise auf einem Flußdampfer bis zur Mündung fort. *Ganz allein zum Amazonas* war das erfolgreichste Buch Rittlingers. Von sieben Auflagen wurden insgesamt 300.000 Stück verkauft.

Rittlinger war mit dem Maler Max Schwimmer befreundet, der Zeichnungen zu seinen Büchern beisteuerte. Über ihn lernte er seine Frau Marianne kennen, die er 1938 heiratete. Die sommerlichen Faltbootfahrten in der Vorkriegszeit mit ihr und zwei Freundinnen auf dem Schwarzen Regen, auf der Drau, der Enns und im Salzkammergut waren der Stoff für das Buch *Das baldverlorene Paradies*, in dem er die Zerstörung von Wildflüssen durch Baumaßnahmen anprangerte.

Während des II Weltkrieges kam Rittlinger zur Propagandakompanie. Später kam er zur Abwehr und leitete, als Kaufmann getarnt, die Residentur »Fremde Heere West« in Istanbul. Mit Tochter Judith zog das Paar nach dem Krieg nach Seeon nahe des Chiemsees.

Rittlinger schrieb weiterhin Bücher über Reisen, Aktofotgrafie und Kanufahren. Der Paddel-Klassiker *Die neue Schule das Kanusports* erschien erstmals 1950 und wurde in den folgenden Jahrzehnten immer wieder überarbeitet und neu aufgelegt. Auch heute noch wird daraus gerne zitiert. Die letzte große Reise führte das Ehepaar Rittlinger 1957 an den Rio Azul in Mexiko. Dort entdeckten die beiden nicht nur einen Urwaldfluss der sie an den Rand ihrer Kräfte führte, sondern auch ein

Züchtig angezogen, wie im Plakat der Firma Klepper, oder gleich lieber frei und nackt, wie in den Blättern der FKK-Magazine?

Die Firma Klepper prägte die Anfänge des Kanusports in Deutschland. Plakat: Klepper Museum. Titel zweier FKK-Zeitschriften.

Heiligtum der Mayas und einen bis dahin unbekannten Stamm derer Nachkommen.

Während der *Wandereiner* von 1925/27 als Urmodell für das bis heute produzierte Faltboot steht, veranschaulicht der *Slalom 59* eine Zwischenstufe aus den 50er Jahren. Materialien und Beschläge wurden zwar im Lauf der Jahrzehnte verbessert, doch am Konstruktionsprinzip hat sich seit den frühen Modellen von Keppler kaum mehr etwas verändert – ebensowenig an der Fertigung, die nach wie vor handwerklich in Rosenheim durchgeführt wird.

Die Idee, ein robustes und dennoch sehr leichtes Boot zum Mitnehmen zu bauen, ist an sich schon sehr bemerkenswert, aber nicht völlig neu; sie wurde ja von den Inuit erfunden. Die Umsetzung dieser Idee in ein modernes Faltbootsystem, das konstruktive-gestalterische und funktionelle Aspekte verbindet, belegt das innovative Potential des Entwurfs von Keppler. Es ist auch, im besten Sinne, Öko-Design, da es eine Form der Bewegung im Wasser erlaubt, die sehr schonend für die Natur ist. Einige Klassiker der Moderne erlangten ihre Position in der Design-Geschichte, ihren Status als „Designikone“ durch Umsetzung von bereits erprobtem Ethnic-Design – ein Kontext, in dem auch das Klepperboot gesehen werden kann. Aber, vor allem: es ist ein Boot, um in die Freiheit zu paddeln.

Die SW-Fotos stammen aus der Sammlung der Library of Congress. Sie wurden vom kontroversen Fotografen Edward Sheriff Curtis während seiner Expedition nach Noatak, Alaska, aufgenommen.

Design Nacional

Graphic Designers contribution for Portuguese Fascist Propaganda

Fred Kradolfer: o pacto com o Fascismo

Uma figura dinâmica e importante, e ao mesmo tempo, uma dos protagonistas menos conhecidos, que caracterizam a fase inicial do Design de Comunicação português: o suiço Fred Kradolfer (Zurique, 1903 – Lisboa, 1968) trabalhou eficientemente a imagem visual do Estado Novo. As seguintes notas fazem parte do livro «Design Gráfico em Portugal, os primeiros 100 anos, de 1870 a 1970», que já está à venda.

Kradolfer veio para Portugal no «momento certo», numa altura em que a primeira geração de artistas gráficos portugueses procurava orientação e inspiração. Kradolfer, pelos impulsos que transmitiu a esta pequena comunidade, foi o renovador e modernizador do Design gráfico em Portugal. No seu blog *almanaquesilva.wordpress.com*, o designer Jorge Silva escreve: «Kradolfer requalificou a comunicação publicitária portuguesa com formas e tipografias sintéticas, geometrizadas». Mais importante que isso, introduziu o «Sachplakat» em Portugal *(veja página 88)*. Chegado a Portugal em 1924, este suíço foi o mentor das «artes» da decoração e da publicidade para a segunda geração de artistas gráficos. Na sua bagagem intelectual trazia o reportório visual típico do período Art-Déco (na variante alemã), que em Portugal, estranhamente, costuma ser designado por «Modernismo».

Artista multifacetado, impulsionou as «artes gráficas» em Portugal, tendo usado a sua criatividade em diversos suportes e meios, do cartaz ao vitral, da cerâmica aos anúncios luminosos. Lutando com enormes dificuldades existenciais – aliás, como muitos outros artistas do seu ramo –, Fred Kradolfer viu-se obrigado a aceitar qualquer proposta de «biscates» que lhe fossem oferecidos. Deste modo, fez praticamente tudo o que estava relacionado com o desenho, letreirismo, publicidade, decoração, ilustração, Design editorial e Design de exposição.

E também se desdobrou no ramo das Belas-Artes, tendo feito pintura de cavalete; presentemente, começam a aparecer em leilões várias das pinturas a óleo que realizou ao longo da sua vida. Obras suas, todas as elas de valor questionável, foram adquiridas pelo Museu Gulbenkian e pelo Museu do Chiado.

Mas o seu impulso essencial não se deu na pintura; Fred Kradolfer foi o gráfico que revolucionou o cartaz publicitá-

Parte de um painél decorativo. Em baixo: uma das raríssimas fotos de Fred Kradolfer, que o mostra a caminhar pela Rua Augusta, em Lisboa.

rio em Portugal nas décadas de 1930 a 1950, impondo o estilo do «Sachplakat» *(veja página 94)*. E também foi aquele que mais vigorosamente contribui para construir a imagem visual do chamado *Estado Novo.*

Fred Kradolfer (1903 – 1968) nasceu em Zurique. Adquiriu a sua formação na Escola de Artes Aplicadas em Zurique, onde completou o curso de Ourivesaria. Ainda em Zurique, e apesar da sua juventude, foichamado a pintar painéis de grandes dimensões para a Catedral de Zurique. Vai para Berlim, onde fez o curso de Artes Gráficas na Escola de Belas Artes e depois para Munique, onde frequenta o curso de Arquitectura, na Academia de Munique, o qual não completa.

Durante o período que se seguiu, Kradolfer levou uma vida errante, passando por diversas cidades: Paris, onde trabalhou na decoração de montras de estabelecimentos comerciais; Roterdão e Bruxelas. Quis ir ao Brasil, mas acabou por se fixar em Portugal, no ano de 1924. Kradolfer terá dado o nome à Costa do Sol, recém-chegado a Portugal, ainda sem falar português, quando viu a paisagem da linha de Cascais, exclamou: "Voilá! C'est la Cote du Soleil!"

Chegou a Portugal após já ter vivido na Bélgica e em Paris. Fred Kradolfer tornou-se o principal promotor das novas linguagens visuais das «artes gráficas»; foi a mais importante referência para os profissionais deste ramo. Quando Kradolfer chegou a Portugal, não havia organização nem linhas estéticas nas artes gráficas e «o que dominava era o academismo bolorento, ou o conhecimento de uma certa vanguarda através de breves visitas ao estrangeiro: através das más reproduções absorvidas nas revistas. Não havia uma cultura (educacional) suficiente para compreender as novas estéticas, mas sim uma intuição, um sentir os novos ventos do século. Esse sentir registou-se nas ilustrações a capas de revistas da moda, nas decorações dos Clubes, Cafés, onde reinavam o Bernardo Marques, o José Pacheco, o Barradas... que navegavam num modernismo cezaniano ou expres-

Um trabalho típico do estilo publicitário de Fred Kradolfer: cartaz para a Exposição Colonial Portuguesa, realizada em Paris, em 1931. Cromolitografia impressa pela Litografia Nacional, no Porto. Identifica-se facilmente a assinatura do artista: o f minúsculo ligado com o Kapa. Ao contrário do estilo «soft» do Art-Déco francês, Kradolfer preferia grafismos e letras mais vigorosas, típicas do «Grotesk» alemão.

«Como cozinhar sardinhas portuguesas de conserva». Versão inglesa: «Unusual dishes». Livrinho promocional da indústria do ramo, desenhado por Fred Kradolfer, em 1937.
Realizado pela agência ETP (Estúdio Técnico de Publicidade), fundada em 1936 pelo designer José Rocha (1907-1982), que foi o coordenador desta excelente campanha.
Além desta brochura foram feitos mais folhetos e também uma embalagem de promoção (em baixo).
A empresa de publicidade *Letra ETP* detem todo espólio da ETP, que, para além de Fred Kradolfer, contou com a colaboração da Maria Keil, Bernardo Marques, Ofélia Marques, Carlos Botelho, Thomaz de Mello, Emmérico Nunes, Stuart Carvalhais, Carlos Rocha, José Feio, Paulo Ferreira, Jorge Matos Chaves, Carlos Ribeiro, Carlos Rafael e Eduardo Anahory.

Caixa de amostras de conservas de peixe para prova.

Uma campanha de Marketing com pés e cabeça...
Material publicitário da campanha de promoção das sardinhas portuguesas executada pelo ETP Estúdio Técnico de Publicidade, em 1937, com design gráfico de José Rocha e Fred Kradolfer.

Exposição Internacional de Paris, 1937. Pavilhão de Portugal. Confecção de sandes de sardinhas. Fotógrafo: Estúdio Mário Novais (1933-1983), 1937. Responsável pela participação portuguesa: António Ferro. Arquitectura do Pavilhão: Arquitecto Keil do Amaral. Team de pintura, montagem e logística liderado por Fred Kradolfer.

sionista. Esse sentir viria a reflectir-se na publicidade (...) assim, a acção de Fred Kradolfer, aliada à criatividade do atelier Arta, vai transformar as artes gráficas; vai fomentar as artes publicitárias; vai criar uma «escola moderna de Artes Gráficas.»[1]

Em Portugal, Kradolfer era o único profissional que tinha obtido uma formação académica, pois tinha feito o mencionado curso de Ourivesaria na Suíça. Irradiou entusiasmo e guiou um grupo de artistas gráficos que incluía Jorge Barradas, Bernardo Marques, Emmérico Nunes, Roberto Nobre, Amarelhe, António Soares, Carlos Botelho, José Rocha, Thomas de Mello, Paulo Ferreira e Maria Keil. Stuart de Carvalhais parece ser o único que manteve o vigor e a expressão do seu estilo pessoal.

Trabalhou na Exposição Colonial (1931) e na Exposição Internacional (1937), ambas em Paris, na Exposição Internacional de Nova Iorque (1939) e na Exposição do Mundo Português (1940). O seu trabalho foi desenvolvido juntamente com os já mencionados artistas gráficos consagrados, um grupo conhecido como a «equipa de António Ferro» ou a «equipa do S.P.N.» (Secretariado de Propaganda Nacional).

1. Sousa, Osvaldo Macedo de, *Fred Kradolfer – A Inovação Gráfica no Modernismo.* In: Artes Plásticas, Lisboa, N.º 3, pp.40-43. 1990.

Um trabalho típico do estilo «expressionista» que Fred Kradolfer usou no início da sua carreira em Portugal: cartaz para a empresa Shell, invocando os «3 reis magos»...

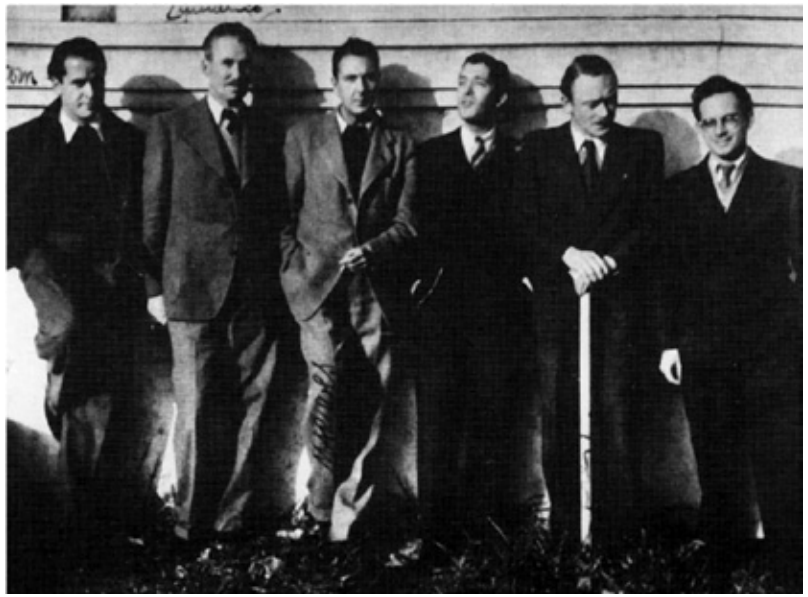
Na capa deste livro, Kradolfer combina a sua gramática visual com o pendor caricatural do tema, compondo um chauffeur bonacheirão (Fonte: Almanaque Silva).

É curioso (ou simptomático para a falta de análise crítica em Portugal?) que muitas vezes, a actividade destes profissionais, no âmbito das exposições organizadas pelo regime fascista, tem sido caracterizada como «trabalhou como decorador», aplicando-se este eufemismo simpático e inocente, em vez de se fazer uma apreciação crítica destas actividades.

A verdade é que Kradolfer e o grupo por ele liderado não «decoraram»; foram os responsáveis pela concepção visual e execução dos pavilhões portugueses, dando uma eficiente expressão por imagem à propaganda de Salazar. Contribuiram de forma activa para estabilizar o regime ditatorial, ao mesmo tempo que lhe poliam a imagem – em Portugal, e no estrangeiro.

Se usássemos os termos com os quais se fez a avaliação crítica do regime fascista alemão e dos arquitectos (p.ex., Speer), cineastas (p.ex. Leni Riefenstahl), artistas e publicistas que para ele trabalharam, Fred Kradolfer não teria sido um mero «Mitläufer» (simpatizante), mas sim um activista e mobilizador. De facto, Kradolfer não foi um cúmplice passivo, de segunda categoria, mas sim um personagem activo, que investiu toda a sua extraordinária criatividade nos pavilhões que projectou e executou. O resultado foram as conseguidas salas de exposição, que integravam e combinavam, de forma muito eficiente, maquetas e modelos em 3D, fotografias de grandes dimensões, pinturas murais, bonecos folclóricos, tabelas com números estatístiscos, mobiliário e outros mais elementos.

Kradolfer foi o mais eficiente articulador do novo vocabulário visual do Estado Novo.Foi versátil e inventivo. No campo da publicidade comercial, foi um mestre do «Sachplakat» *(veja página 94)*. Mas também não teve pejo de recorrer ao trivial. Representou elementos do folclore português, estilizados,



Alguns dos artistas gráficos do S.P.N.: Tomás de Melo (Tom), Emérico Nunes, Bernardo Marques, José Rocha, Fred Kradolfer, Carlos Botelho. Faltam Estrela Faria, Paulo Ferreira e Eduardo Anahory.

Thomaz de Mello, Fred Kradolfer, Emmérico Nunes, Bernardo Marques, Carlos Botelho e José Rocha (fundador da ETP).

Uma das mais explícitas e agressivas manifestções gráficas do Fascismo português. Exposição Internacional de Paris, 1937. Pavilhão de Portugal. Sala do Estado. Foto: Estúdio Mário Novais, 1937. Responsáveis pela participação portuguesa: Comissário: António Ferro Autor do pavilhão: Arquitecto Keil do Amaral. Maquetes infográficas de Fred Kradolfer e Bernardo Marques.

objectos de uso quotidiano (bilha, pote, espiga, flores, etc.) e da vida campestre (porcos, touros, cavalos, burros, etc.), típicos na altura. Em lambrilhas, pequenos azulejos decorativos, experimentou a combinação de motivos e elementos ornamentais. Este foi a versão mais infantil da nova imagem do Portugal fascista: os bonecos folclóricos.

Mas também realizou painéis de ideologia fascista de «grande porte» – aqueles que glorificavam a imagem supostamente heróica dos Descobridores, Fundadores, Restauradores, etc. Esta foi a versão de propaganda radical, que não ficou nada atrás do que se fez na Alemanha sob a NSDAP.

Exposição Internacional de Paris, 1937: a Infografia tridimensional

O pavilhão português construido na Exposição Internacional de Paris, em 1937, em termos portugueses uma das mais notáveis realizações plásticas da década, foi internacionalmente reconhecida. Ao mesmo tempo, foi uma das mais explícitas manifestações gráficas do Fascismo português, que, em Paris, já se manifestava lado a lado com o Nazismo alemão e o Fascismo de Mussolini.

Com arquitectura de Alfredo Keil, este primeiro grande projecto de propaganda fascista esteve a cargo de uma equipa constituída por Fred Kradolfer, que a liderou, e pela «equipa do SPN».

«Os veículos de propaganda do regime [de Salazar] estendiam-se às grandes exposições nacionais e internacionais. Em 1937, Portugal esteve representado na Exposição Internacional de Paris sob o tema *Artes e Técnicas na Vida Moderna*, e em 1939, na Exposição Internacional de Nova Iorque. No ano seguinte, por ocasião do oitavo centenário da fundação da nação (1139) e do terceiro centenário da Restauração da nacionalidade (1640),

Pavilhão de Portugal. Exposição Internacional de Paris, 1937

António Ferro organizou a Exposição do Mundo Português exibindo, orgulhosamente, [o] Portugal de Salazar a uma Europa em guerra. Foi uma mostra ecléctica, resultante do convite dirigido a todo o tipo de intervenientes como Almada Negreiros, Jorge Barradas, Martins Barata, Fred Kradolfer, Stuart Carvalhais, Bernardo Marques, Carlos Botelho, Tomás de Melo, Maria Keil, Sarah Afonso, Emmérico Nunes, Manuel Lapa, Paulo Ferreira, Alberto Cardoso,

Exposição do Mundo Português, Lisboa, 1940. Inauguração (23/06/1940). Na foto: António de Oliveira Salazar. Num plano posterior, um jovial e sorridente António Ferro. Em frente a Salazar, o engenheiro Duarte Pacheco Pereira. Foto: Estúdio Horácio Novais, 1940.

entre outros. Assim, nela coexistiram vários tipos de expressão como o Regionalismo e o Futurismo».[1]

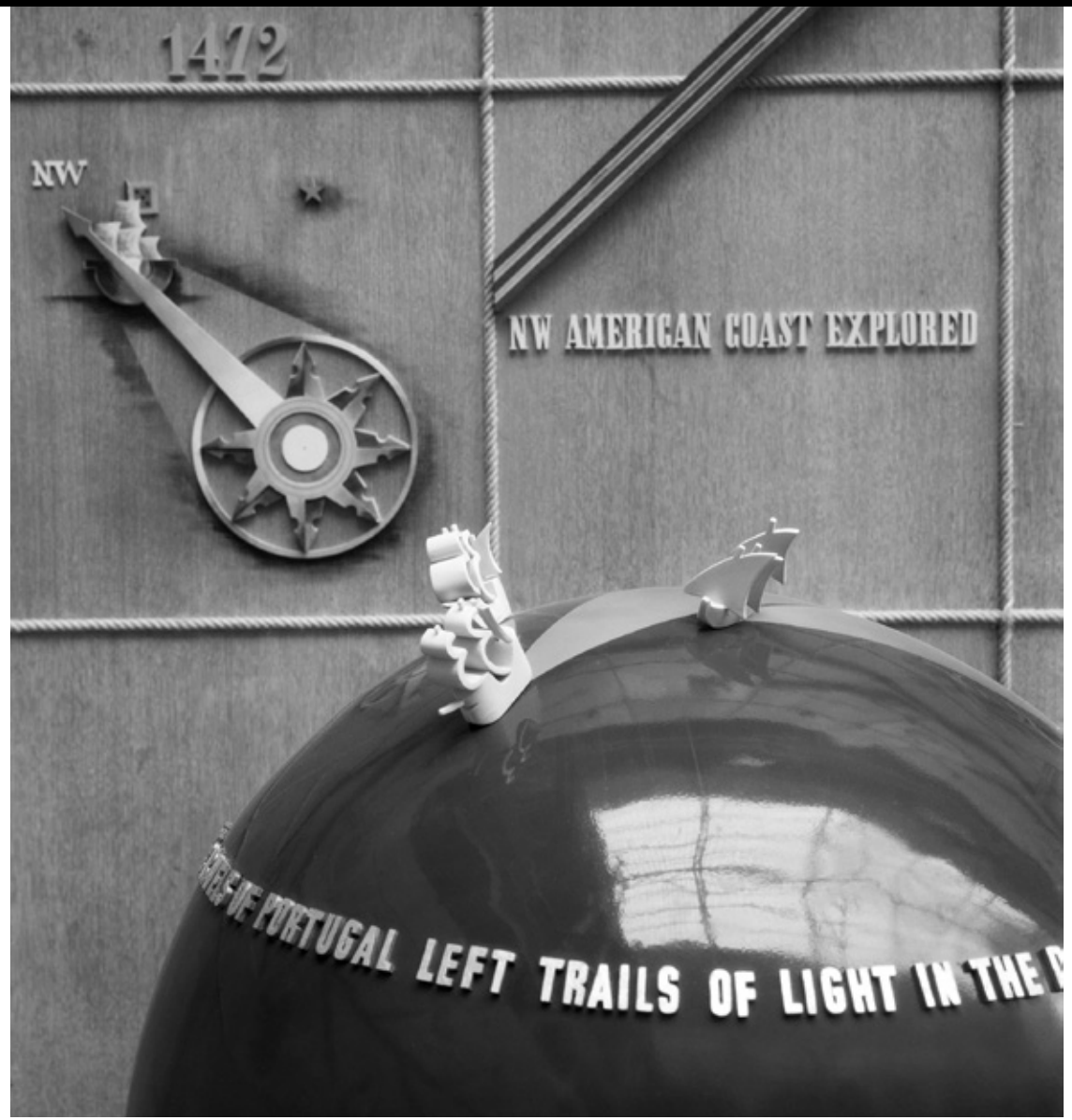
A presença salazarista na Exposição de Paris foi um sucesso para o regime fascista. Mas também houve o reconhecimento oficial dos artistas envolvidos. Por exemplo, Paulo Ferreira começou a ter «outra capacidade de circulação internacional». Paulo Ferreira, depois do reconhecimento em Paris, trabalhará com Daragnès e com a Tipografia Draeger, participará na Exposição do Livro Moderno de Nova Iorque (1946), e fará figurinos para o Grand Ballet de Monte Carlo e para a Companhia Russa de Basil; vê a sua obra publicada nas revistas Graphis e Modern Publicity.

Entre os prémios conferidos a portugueses, divulgados em 1939, contam-se o *Grand Prix* atribuído a António Soares (pintura), a Canto da Maia (escultura), a Dalila Braga (artigos de fantasia) e a Bernardo Marques, Fred Kradolfer, Tom, Carlos Botelho, Emmérico Nunes, José Rocha e Paulo Ferreira. Nesse mesmo ano, rebenta a II Guerra Mundial. Acabam-se as exposições internacionais, abate-se uma profunda noite sobre a Europa.

Em 1944, portanto ainda durante a II Guerra Mundial, Kradolfer participou, juntamente com Bernardo Marques, Carlos Botelho, José Rocha e José Luís Brandão, na concepção e execução dos stands da Feira Popular pertencentes à *Junta Nacional do Vinho*, ao *Instituto Português de Conservas de Peixe* e à *Junta Nacional da Cortiça*. Relacionado com estes serviços, Kradolfer executou um grande número de rótulos e cartazes publicitários.

Esteve fortemente ligado à fundação do *Estúdio Técnico de Publicidade, ETP*, onde demonstrou toda a sua criatividade. Mas, aten-

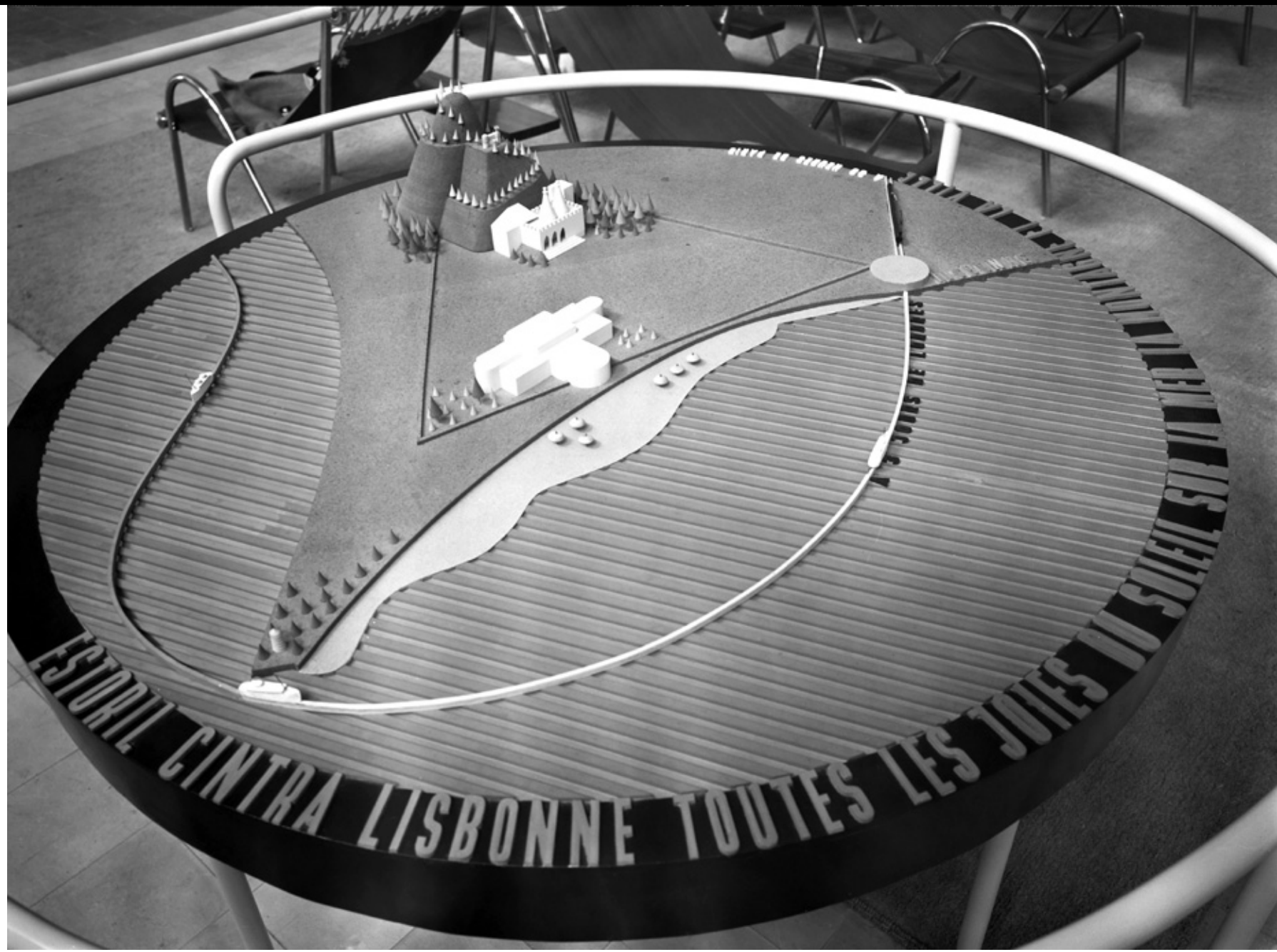
1 *Formas e Expressões da Comunicação Visual em Portugal, Contributo para o estudo da Cultura Visual do século XX, através das publicações periódicas.* Tese de Doutoramento em Design de Ana Margarida Fragoso, 2011.



Infografia em 3D

Exposição Internacional de Nova Iorque, 1939. Pavilhão de Portugal. Sala do Descobrimento do Atlântico. "Epopeia marítima", de Fred Kradolfer. (maqueta). Foto: Estúdio Mário Novais, 1939.

O Pavilhão de Portugal na Exposição Internacional de Paris, 1937, revelou importantes novidades a nível da técnica de exposições: aquilo a que se poderia chamar a «Infografia em 3 Dimensões», combinando mapa, maquetes de edifícios ou objectos, lettering e também números estatísticos. Esta «infografia a 3 dimensões» foi realizada por Fred Kradolfer e Bernardo Marques. Foto: Estúdio Mário Novais, Colecção da Fundação Gulbenkian, online em *www.flickr.com*.



Exposição Internacional de Paris, 1937. Pavilhão de Portugal, Sala do Turismo, painel de Fred Kradolfer e Bernardo Marques. Foto: Estúdio Mário Novais (1933-1983). Responsáveis pela participação portuguesa foram: Comissário, António Ferro; Autor do Pavilhão: Arquitecto Keil do Amaral.

Infografia em 3D

Exposição Internacional de Nova Iorque, 1939. Pavilhão de Portugal. Sala do Descobrimento do Atlântico. "Epopeia marítima", de Fred Kradolfer. Foto: Estúdio Mário Novais. 1939.

Infografia em 3D

A Fé. O Império. 1939. 650 x 460 mm
Fred Kradolfer apresentou estas duas figuras alegóricas, em grande formato, na Sala de Honra de Portugal no Hall das Nações da Exposição Internacional de Nova Iorque de 1939.
Uma explícita formulaçaõ gráfica da ideologia do Estado Novo, a invenção de uma iconografia do Fascismo português: a cruz, a espada, o colonialismo.

dendo a que os artistas gráficos da época eram obrigados a aceitar qualquer tipo de trabalho para sobreviver, Kradolfer chegou a pintar bonecos pitorescos sobre móveis *(veja página 97)* e a decorar montras nas Baixas de Lisboa e do Porto, bastante solicitadas e admiradas.

Não possuindo o domínio das técnicas de fabrico em azulejaria e cerâmica, Kradolfer desenhava projectos que depois eram passados em azulejos na *Fábrica Viúva Lamego*. Fez uma primeira a passagem pela cerâmica, com as lambrilhas utilizadas nas exposições em que participou com o «grupo do S.P.N.», actividade só retomada em 1955–57 através da encomenda de dois painéis para o Hotel Infante Santo. Em 1957, encomendáram-lhe placas cerâmicas com os nomes dos pesqueiros da zona da Boca do Inferno, em Cascais. Nesse ano recebeu também uma encomenda para a parede da sede da empresa Soponata, na Rua do Açúcar, em Lisboa e efectuou, igualmente, todo o interior deste edifício, dotando-a de grande dinamismo.

Realizou o revestimento das paredes da capela do Aquartelamento de Santa Margarida, tendo concebido os azulejos do baptistério, do arco do triunfo e das paredes laterais. Executou, igualmente, os vitrais e a tábua do altar que representa Santa Margarida.

No Casino Estoril decorou o fundo do espelho de água interior do Jardim de Inverno (1966), com azulejos de várias cores. Para o Hotel Estoril-Sol executou cinco painéis cerâmicos. Em 1965, realizou azulejos para o Cinema Europa e para a fachada do edifício da Reitoria da Universidade de Lisboa. O Museu Nacional do Azulejo possui algumas das suas peças cerâmicas. Kradolfer também terá trabalhado na *Fábrica Lusitânia* nos anos 30, efectuando anúncios em azulejo.

Um arranjo gráfico atípico de Fred Kradolfer. Publicidade para um pano de cena dum cinema.

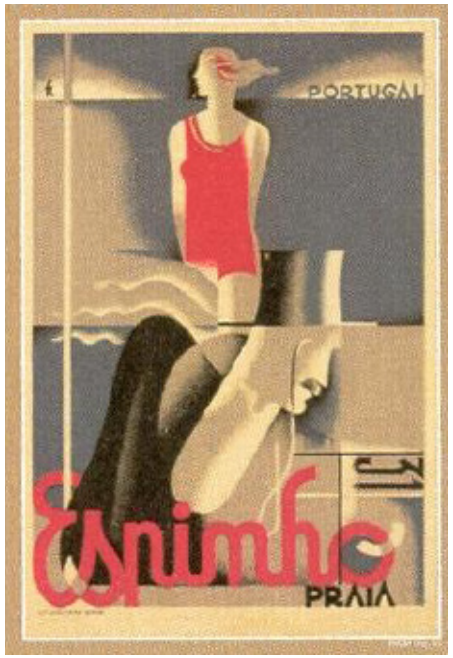
Numa das suas últimas entrevistas, comentou o facto de ter ficado em Portugal, em vez de ter ido para outro país, menos fascista: «Por aqui fiquei e aqui morrerei. Já não tenho idade para entrar em campeonatos. Em tempos, podia correr a maratona; hoje, limito-me a um meio-fundo. (Sorri.) Sou um senhor burguês, instalado mas inquieto, que não pode deixar passar um domingo sem ler o *Paris-Match*. ... Viajo pouco, desde 1948 que não vou à Suíça; procuro, agora, novas formas e rejuvenescer as cores velhas. ... Há muitos anos

que não exponho quadros; agora, estou a pensar seriamente em fazê-lo. Não uma exposição retrospectiva, mas sim actual. Quero dizer às pessoas que, hoje, sou assim, vejo assim, penso assim. Inquietação. É isso. A minha visão de hoje será, realmente, tão pura, tão liberta, corno a de outrora? Mas que conversa! Pensar em voz alta é aflitivo para as pessoas que nos escutam. Que conversa esta! – Claro que ainda trabalho em publicidade. Mas hoje a arte gráfica mecanizou-se. A ilustração, a cor, a letra desenhada, foram postas de parte; agora utiliza-se a letra colada, a fotografia, os grandes espaços brancos. Vive-se muito depressa e o cartaz deixou de ser imagem fixa para se tornar num flash.» Entrevista de Baptista-Bastos, in: *As Palavras dos Outros*, Círculo de Leitores, ed. N. 4412, Camarate, Fevereiro de 2000, pp. 204-207.

Fred K. morreu em 1968, tinha 65 anos.

Entretanto já existem alguns trabalhos que compilam uma série de informações sobre a sua vida e obra. Uma importante pergunta ficou por responder: Por que razão quis este artista, que veio de um país com tão profundas tradições democráticas como a Suíça, devotar parte importante da sua vida profissional à tarefa de exaltar a ideologia de um ditador? Ao contrário dos artistas gráficos com quem trabalhou, o suíço não tinha nada que o prendesse materialmente a Portugal. Mais elementos, no meu livro «Design Gráfico em Portugal» *(veja página 139)*. *P.H.*

Anúncio para a Nestlé. Fred Kradolfer. Dezembro 1927.



FIP, Feira das Indústrias Portuguesas. Cartaz de Fred Kradolfer, 1949.

Revista Municipal de Lisboa. Capas de Fred Kradolfer, 1955 e 1956.

Bibliografia, web-sites

Heitlinger, Paulo. Design Gráfico em Portugal. 2012. E-book *(veja página 139)*.

Henriques, Ana Rita Luís. *Fred Kradolfer. 1903-1968. Designer gráfico influenciador e influenciado em Portugal*. Lisboa. FA, 2011. Tese de Mestrado, do tipo «light».

Acciaiuoli, Margarida. *As Exposições de Propaganda dos Anos 30*. In: O Tempo do Design – 100 Anos de Design Português. Lisboa: Centro Português de Design, 2000.

Caeneiro, Duarte Maria Souto. *A Personagem de Fred Kradolfer (1903-1968) : Percurso e Contributo*. Lisboa : FLUL, 1999. Tese de licenciatura.

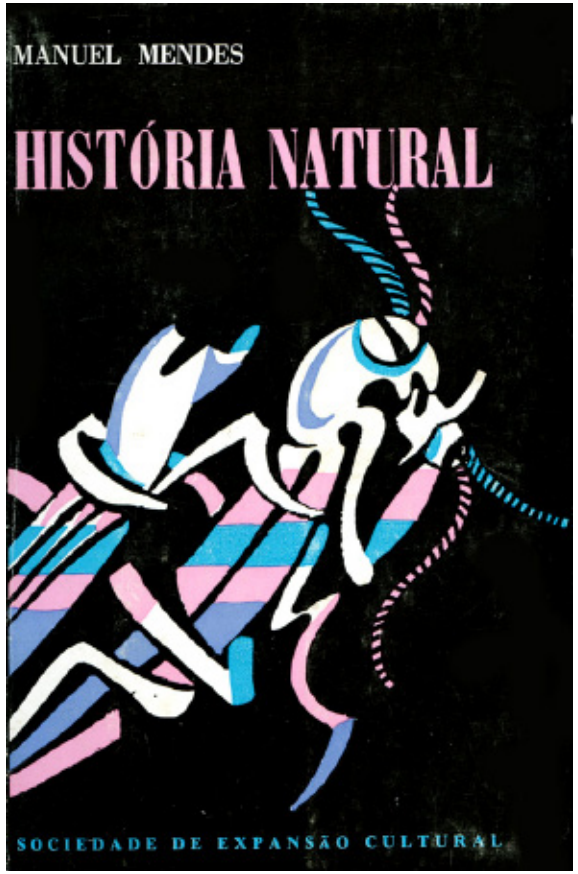
Rocha, Carlos - *Homenagem a Fred Kradolfer na Comemoração do Centésimo Aniversário do seu Nascimento*, Lisboa : Letra ETP, 2003

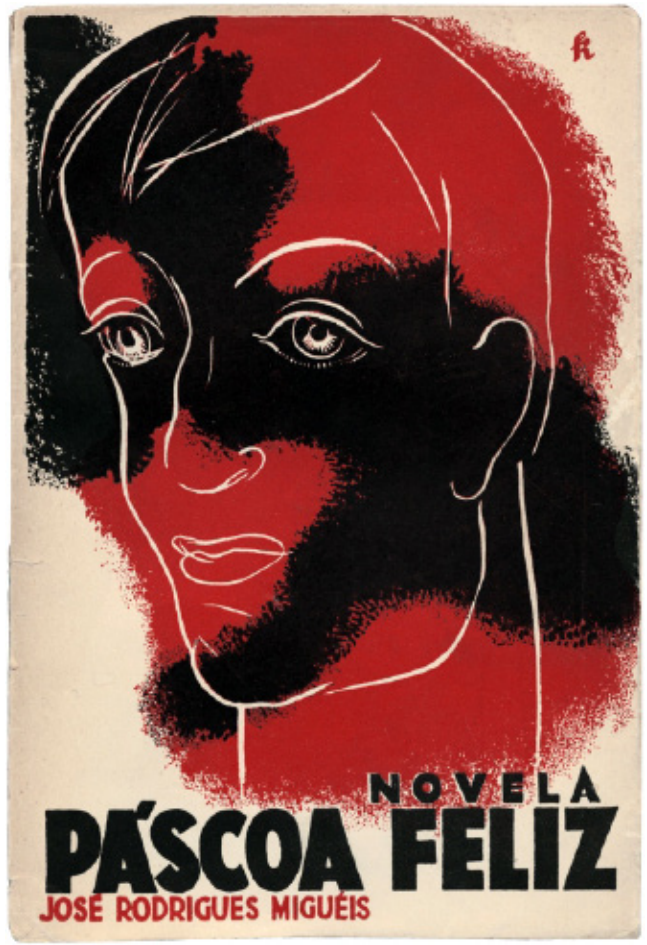
Santos, Rui Afonso. *Percursos do Design em Portugal*, in Museu do Design - Luxo, Pop & Cool de 1937 até hoje. Lisboa: Museu do Design, 1999 (cat. Centro Cultural de Belém).

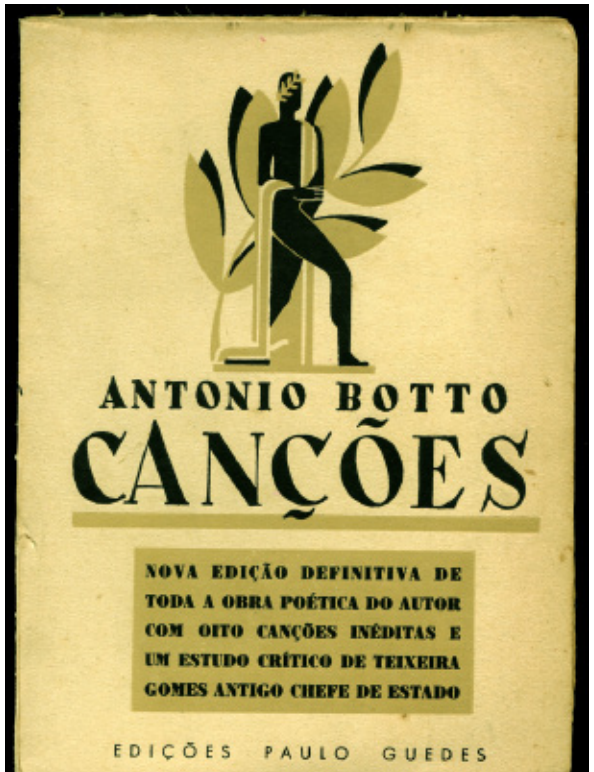
Santos, Rui Afonso, *O Design e a Decoração em Portugal nos Anos 20*, in O Tempo do Design – 100 Anos de Design Português. Lisboa : Centro Português de Design, 2000.

Almanaque Silva. *http://almanaquesilva.wordpress.com/tag/fred*-kradolfer/

Sousa, Osvaldo de (1990), *Fred Kradolfer, a Inovação Gráfica no Modernismo*. In: Artes Plásticas. Lisboa. A 1, nº 3, p. 40







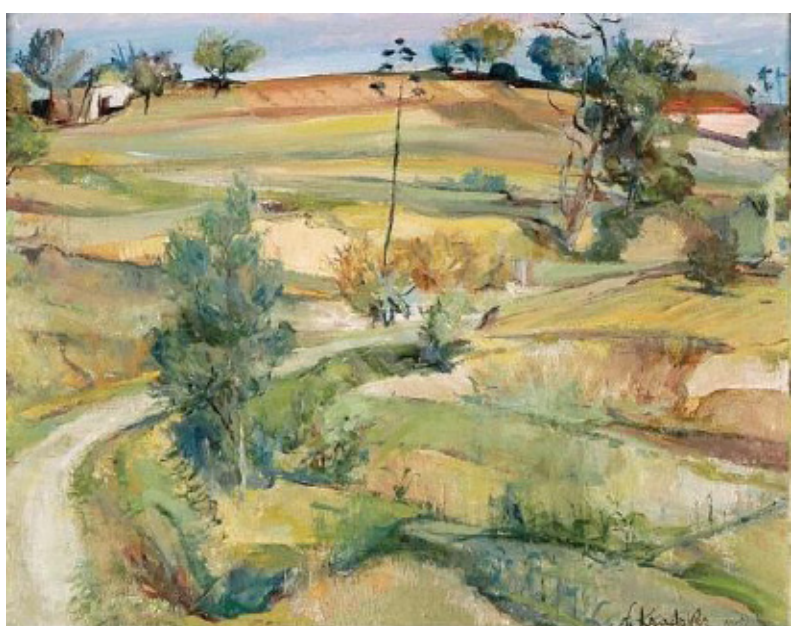
Capas de livro de Fred Kradolfer.

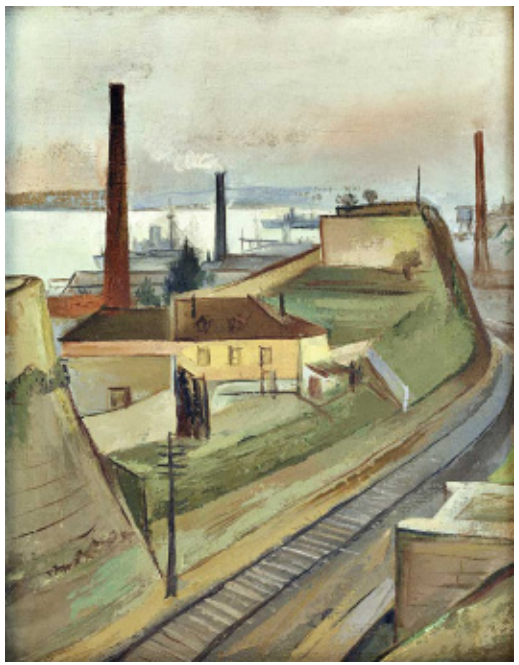
Fred Kradolfer. Sem título, 1931. Pintura a óleo sobre tela. Centro de Arte Moderna (Museu Gulbenkian).
As primeiras pinturas a óleo de Kradolfer mostram alguma originalidade conceptual e formal. Depois, ao longo dos anos, o artista perde-se num eclecticismo que reflecte as mais variadas formas e tendências, sem qualquer qualidade.

Uma notória tendência para um kitsch algo imbecil foi partilhada por vários artistas gráficos portugueses, que também se assumiam como artistas de Belas-Artes, produzindo académicos trabalhos de pintura de cavalete. Fred Kradolfer. Sem título, 1939. Óleo sobre Tela. CAM.

Fred Kradolfer.
s/título, 1930.

Pintura. Óleo sobre Cartão prensado.



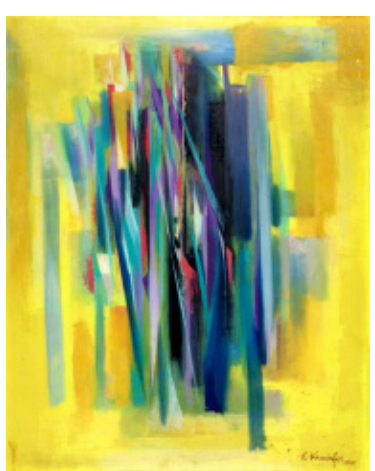


Uma tela melancólica: *Vista de Lisboa industrial e o rio Tejo*.
Óleo sobre tela. Verso assinado e datado de "39"
Dim.: 50 x 39 cm.

Mais suculento: *Natureza Morta*.
Tela de Fred Kradolfer.

Tela de Fred Kradolfer. A Rapariga da Hortaliça.
Em baixo: temas abstractos.

Fred Kradolfer. O ribeiro.



ETP – Estúdio Técnico de Publicidade

A primeira agência de publicidade fundada em Portugal foi a Empreza Técnica de Publicidade (ETP), que surgiu no Porto em 1914. O gerente desta agência foi Raul de Caldevilla (1877–1951), que a fundou com Selma Sawitch Rocha[1]. A empresa especializou-se na produção de cartazes publicitários, impressos em Cromolitogravura[2]. A ETP foi a introdutora em Portugal de cartazes impressos de grande formato para publicidade exterior. Para a realização de «cartazes de arte», publicidade produzida em Litografia a cores, que, finalmente também em Portugal ganhavam um crescente impacto pela sua possibilidade de comunicação em larga escala, Raul de Caldevilla contratou artistas gráficos cujo trabalho respondia às exigências publicitárias de produtores como os dos Vinhos Ribamar ou do tónico farmacêutico Sanogeno.

1.) Veja o artigo online «Portugal's First Advertising Agency: Raul de Caldevilla and the ETP, 1914–1923. Helena Barbosa, Anna Calvera, and Vasco Branco. MIT Design Issues, Winter 2009, Vol. 25, No. 1 , Pages 22-35.»

2. Veja o artigo «A Cromolitografia expulsa os tipos de chumbo» nos Cadernos de Tipografia, Nr. 6, online em http://www.tipografos.net/cadernos/CT6-high.pdf

Uma nova maneira de assediar o consumidor com publicidade gráfica. Cartazes afixados no pano de cena de um dos cinemas lisboetas. Cartazes realizados na empresa de publicidade ETP.

Antes de começar no Porto, Caldevilla tinha adquirido experiência em Buenos Aires e estudado em Paris. Em 1904, tinha sido nomeado vice-cônsul de Portugal em Cadiz. Exerceu funções de agente comercial do governo português na Argentina, em vários outros países latino-americanos e posteriormente no Egipto e Médio Oriente. Homem inteligente e activo, lançou-se na publicidade em Buenos Aires, empreendendo várias campanhas em jornais argentinos, novidade na época. Regressou à Europa e especializou-se nessa área em Paris. Volta ao Porto para abrir uma agência de publicidade. E promove a publicidade no cinema, abrindo novos horizontes a esta actividade.

Em 1936 é lançada a ETP, mas agora bem diferente, sob a direcção de José Rocha, nessa época com 29 anos de idade. A sua sigla passa a corresponder a Estúdio Técnico de Publicidade. Esta nova ETP torna-se rapidamente a maior agência de publicidade do país – até finais da década de 1950.

No ETP – Estúdio Técnico de Publicidade – colaboram os melhores artistas gráficos da época: Fred Kradolfer, Maria Keil, Bernardo Marques, Ofélia Marques, Thomaz de Mello, Carlos Botelho, Stuart Carvalhais, Carlos Rocha, Manuel Correia, José Feio, Carlos Rafael e Fernando Azevedo.

A nova ETP foi inventiva não só nas soluções gráficas oferecidas aos seus clientes, mas também criando novas possibilidades de anunciar nos exteriores das

Uma nova maneira de assediar o consumidor com publicidade gráfica. Loja "Armazéns Reunidos, Lda.", na Rua Primeiro de Dezembro, em Lisboa, com um tapume coberto de cartazes de Fred Kradolfer, realizados na empresa de publicidade ETP.

cidades. Por exemplo, organizou na baixa lisboeta a construção de tapumes nas fachadas de estabelecimentos e obras, utilizando cartazes construídos com volume e iluminação própria.

Outra ideia, não menos inventiva, foi a de fazer cartazes conjugados com elementos tridimensionais. À frente dos posters, com lettering e imagens habilmente desenhadas à mão, eram dispostos objectos (tridimensionais, claro) relativos à produção da empresa em destaque. Veja as fotografias da exposição publicitária no Teatro da Trindade, em Lisboa, em 1938, com cartazes da ETP da autoria de José Rocha e Fred Kradolfer.

De 1937 a 1958, um grupo de colaboradores da ETP foi responsável pelos pavilhões de Portugal, na Exposição Internacional de Paris (com o arquitecto Francisco Keil do Amaral), na Exposição Internacional de São Francisco e de Nova Iorque em 1939, (com o arquitecto Jorge Segurado). Este grupo integrou ainda também as equipas da Exposição do Mundo Português, em 1940, da História Colonial e da Exposição Mundial de Bruxelas, em 1958.

Exposição no Teatro da Trindade, em Lisboa, em 1938, com «cartazes com volume» da ETP, da autoria de Fred Kradolfer e José Rocha. Neste ano, este teatro lisboeta foi equipado com um sistema de projecção de cinema, tornando-o também numa sala de cinema. Na imagem, cartazes publicitários de Fred Kradolfer.

Note a espantosa ideia de expor cartazes conjugados com elementos tridimensionais. À frente dos posters, com lettering e imagens habilmente desenhadas à mão, foram dispostos objectos (tridimensionais, claro) relativos à produção da empresa em destaque. Exposição no Teatro da Trindade, em Lisboa, em 1938, com cartazes da ETP da autoria de José Rocha.

O «Sachplakat», 1920-1950

O Sachplakat (*affiche-objet*, francês) é um termo cunhado na Alemanha e na Suíssa para designar o estilo de cartazes publicitários, supostamente inspirados na *Neue Sachlichkeit* (Novo Verismo), uma movimento das Artes Visuais.

Os artistas gráficos suíços – entre eles, Fred Kradolfer, que escolheu trabalhar em Portugal – foram excelentes na produção da chamada *affiche-objet* (Sachplakat). Este tipo de cartaz publicitário representa, na maioria dos casos, um único tema, muitas vezes um só objecto (= Sache), desenhado de maneira sobredimensionada, simplificado, mas quase sempre muito realista.

O texto que acompanha a imagem é parco; frequentemente não contem mais do que a marca a promover. A ideia-base é mostrar uma imagem-símbolo à qual se associa um convite-impulso («elegância distinta», por exemplo), de maneira a condicionar os reflexos do consumidor. É o principio da oferta única, herdado das primeiras teorias de Publicidade desenvolvidas nos EUA. Esta simplicidade na persuasão dos pontenciais clientes irá garantir o sucesso do conceito da *affiche-objet*, que se iria prolongar de 1920 a 1950.

O advento da Publicidade Moderna

Sabemos que a Era Industrial trouxe, simultaneamente, a intensificação da produção, da distribuição e do consumo em massa. Nesta escalada, era imperativo fazer a promoção dos produtos, para os vender e para os demarcar da concorrência. Nasce a «Publicidade» no sentido moderno do tema, nos fins do século XIX, quando se assite à criação das primeiras *advertisement agencies* nos EUA.

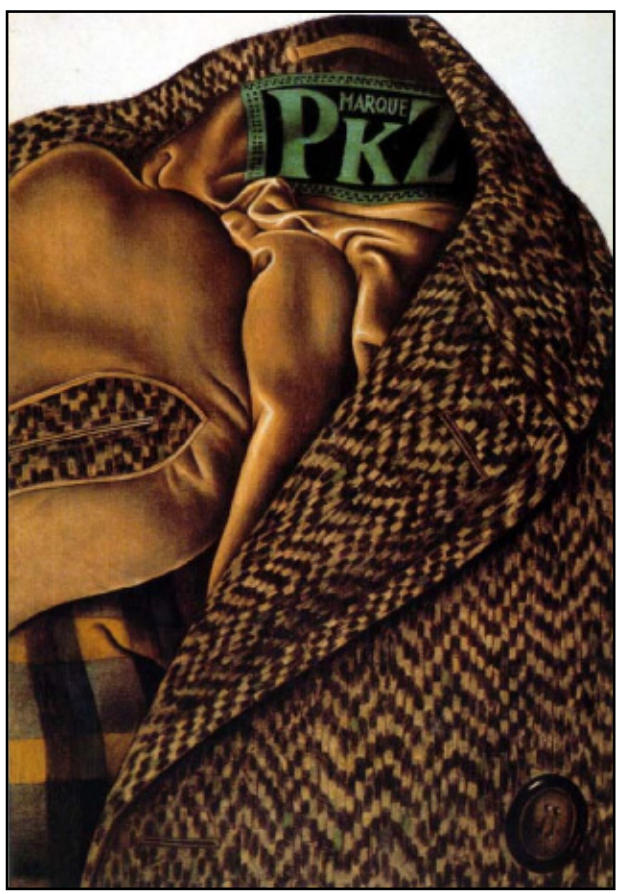
Cabalmente, a Publicidade será diferente da Propaganda – pela sua orientação comercial. O cartaz litografado a cores, a exímia execução manual do *lettering* e o domínio virtuoso de uma imagem de características sintéticas serão os pontos característicos da execução do «Sachplakat», que rapidamente põe de lado os motivos florais e as meninas lânguidas, tão típicas do *Art Nouveau* (recorde Mucha, por exemplo).

No entanto, a Publicidade moderna não fica condicionada à simples informação. Com a sua linguagem visual, mobiliza uma verdeira estratégia de incitação ao consumo, cuja finalidade é atrair e fixar a atenção do consumidor. No momento da compra, este já estará familarizado com o produto e a mensagem promocional. Pressentimos a proximidade das técnicas de manipulação, e vemos que a Psicologia ocupa um papel fundamental. Para alcançar os seus propósitos,

Um óptimo exemplo de «Sachplakat»: cartaz de publicidade para os bonés da marca (suíça?) Bernina. Fred Kradolfer, 1940.

a Publicidade deve excitar a imaginação; deste modo, os grafismos usados e a escolha do suporte são critérios primordiais.

O *branding* e o *marketing* moderno – uma estratégia de persuasão (para não dizer: de manipulação) global e abrangente criada em torno de uma gama de produtos – continua a incluir os factores desenvolvi-



Otto Baumberger, PKZ, 1923. Litografia.

soa para a Publicidade que se desenvolve na década de 1920 nos EUA e que rapidamente alastra pela Europa.

Ao lado dos anúncios publicitários impressos em jornais e revistas, o cartaz (outdoor) é o meio de eleição, pois responde a 100% às metas promocionais. Irá rapidamente conquistar os consumidores, ao ponto de absorver rapidamente o maior quinhão do investimento do produtor/distribuidor. Isto aplica-se à Suíça, mas também a Portugal.

Tomemos, por exemplo, os famosos e frequentemente citados cartazes realizados em 1923 por Otto Baumberger (1889–1961) para a marca PKZ. Mostra um sobretudo em lã, com uma etiqueta da loja e a indicação «qualité». Outra publicidade, também feita por Otto Baumberger, mostra um chapeu, ao qual está associado, em exclusivo, o nome-marca do produtor e a morada da loja. A mensagem publicitária é tão simples como efectiva. Sobretudo = PKZ = qualidade.

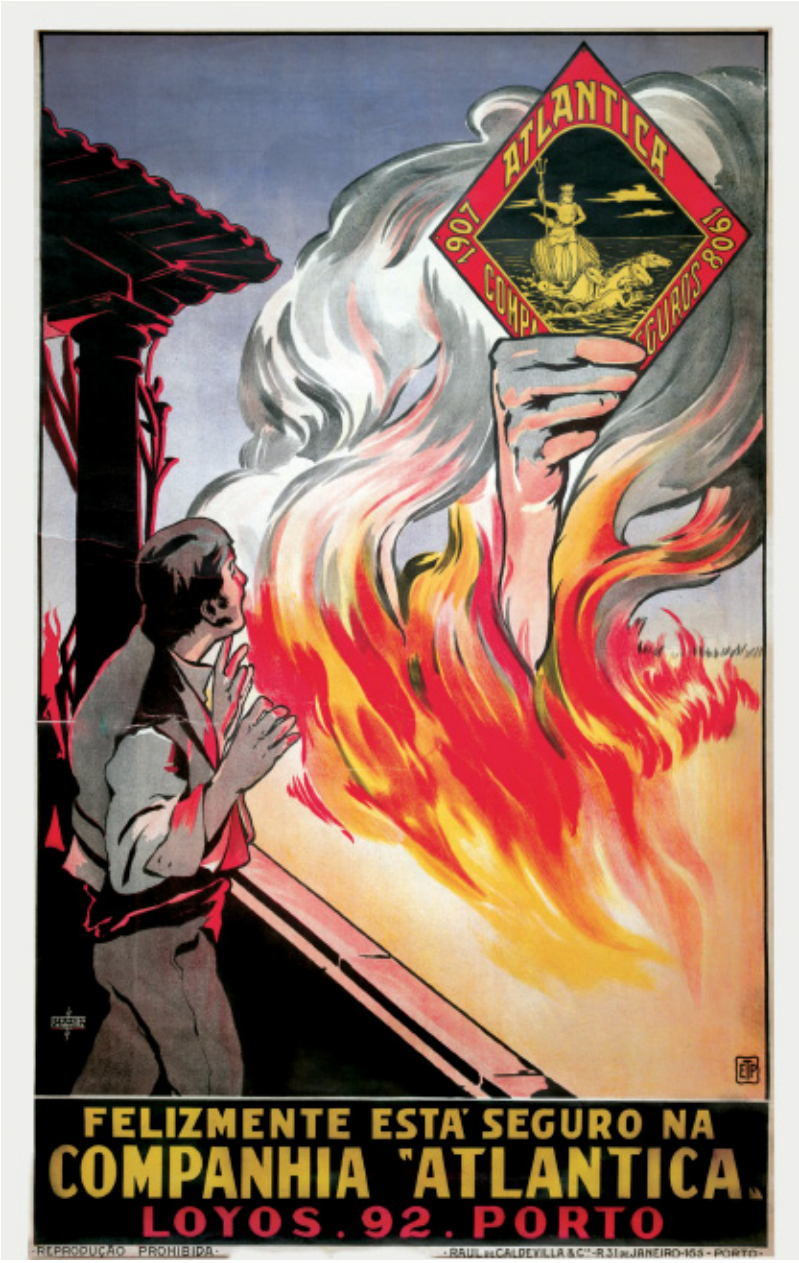
Especialmente na Suíça, que é um país trilingue, este tipo de publicidade ainda beneficia da facilidade de ser facilmente ransportado do alemão para o francês e o italiano, criando uma identidade perceptível para todos os cidadão suíços.

A «Neue Sachlichkeit» (Novo Verismo)

O «Sachplakat» teria relações com a corrente estética designada por *Nouvelle Objectivité* (Neue Sachlichkeit) – é uma das teses que tem sido defendida por especialistas do assunto. Esta corrente surgiu na Alemanha depois da I Guerra Mundial como reacção contra

Cartaz «Bandeira Portuguesa» para a empresa Oliva, máquinas de costura portuguesas. 1948, Fred Kradolfer.

o Expressionismo, em prol do realismo, da sobriedade e do quotidiano, afastando emoções e paixões. Não teve programa nem manifesto, mas os seus



Evolução do cartaz publicitário português: da solução patética e anedóctica (à esquerda), produzida pelo atelier de Raul de Caldevilla, no Porto, à solução de Fred Kradolfer (à direita), no estilo do «Sachplakat», com um elemento tridimensional à frente do cartaz...

Brun Donald, Bell, 1951. Cartaz publicitário em cromo-litogravura, 128 x 90,5 cm.

Niklaus Stoecklin. Pasta dentífrica Binaca, 1941, Cromolitografia, 128 x 90,5 cm.

Niklaus Stoecklin, Creme anti-solar.

protagonistas exerceram forte impacto na vida cultural dos países de língua alemã. Tratava-se de confrontar uma sociedade habituada às mentiras ideológicas da Religião, da Pátria e da Moral, com um espelho que denunciasse os «podres» e a corrupção, talvez na esperança que renascesse. Na pintura da *Neue Sachlichkeit*, tudo deveria ser realista e objectivo – *sachlich* – mesmo que fosse mágico... A composição queria-se simples e despojada. Uma linguagem visual que terá sido parafraseada pela Publicidade e modelada aos seus propósitos.

Lucian Bernhard, pioneiro

Outros especialistas inclinam-se para a tese que o *Sachplakat* não tem nada a ver com qualquer movimento ou corrente específica. Antes seria uma invenção do genial artista gráfico e tipógrafo alemão Emil Kahn, dito Lucian ou Lucien Ber-

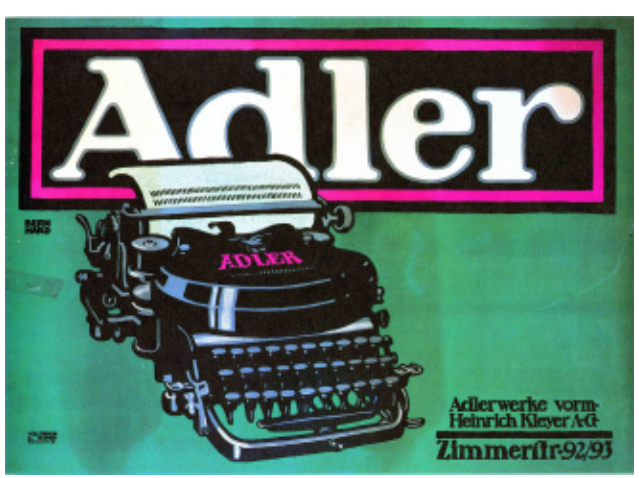
nhard. Nasceu em 1883 em Cannstatt/Stuttgart (Alemanha do Sul) e morreu em 1972, com a respeitável idade de 89 anos, em Nova Iorque. No ínício, a arte publicitária de Emil Kahn é pamfletária, tosca... e reacionária. Prefere as Fraktur, as góticas alemãs frequentemente associadas a partidos conservadores e nacionalistas.

Este prolífico mestre da *affiche* (política e comercial) foi o criador de fontes tipográficas, arquitecto de interiores e docente. Nascido no seio de uma família judaica, Emil Kahn estudou na Academia de Artes de Munique. Em 1901 partiu para Berlim para trabalhar para Ernst Gowold — proprietário da maior agência de publicidade da metrópole — a impressora de anúncios Hollerbaum & Schmidt.

Nas décadas de 1900e 1910 realiza anúncios que entretanto são ícones: Stiller (sapatos), Pelikan (canetas de tinta), Manoli (cigarros), Kaffee Hag, Bosch (velas de ignição), Faber-Castell (lápis). Adopta o pseudónimo Lucian Bernhard. Em 1911, cria o magazine da especialidade *Plakat*, que mais tarde se chamará *Gebrauchsgrafik*.

De 1910 a 1920, foi director de arte da sociedade Deutsche Werkstätten Hollerau. O seu estilo de anúncios usa cores vividas, com textos muito simples. A tipografia usada é sempre muito impactante, o fundo é plano, monocromático.

Em 1923, é nomeado professor em «Arte Publicitária». Depois de uma visita aos EUA, decide ficar em New York. Abre a agência de design de interiores Bernhard-Rosen. Finalmente, depois de 1972, dedica-se exclusivamente à pintura de cavalete.



Bibliografia

Aynsley, J. *Graphic Design in Germany: 1890-1945*. USA: University of California. 2000.

Bhaskaran, L. Raimes, J. Renow-Clarke, B. *Retro Graphics: A Visual Sourcebook To 100 Years Of Graphic Design*. Chronicle Books. 2007.

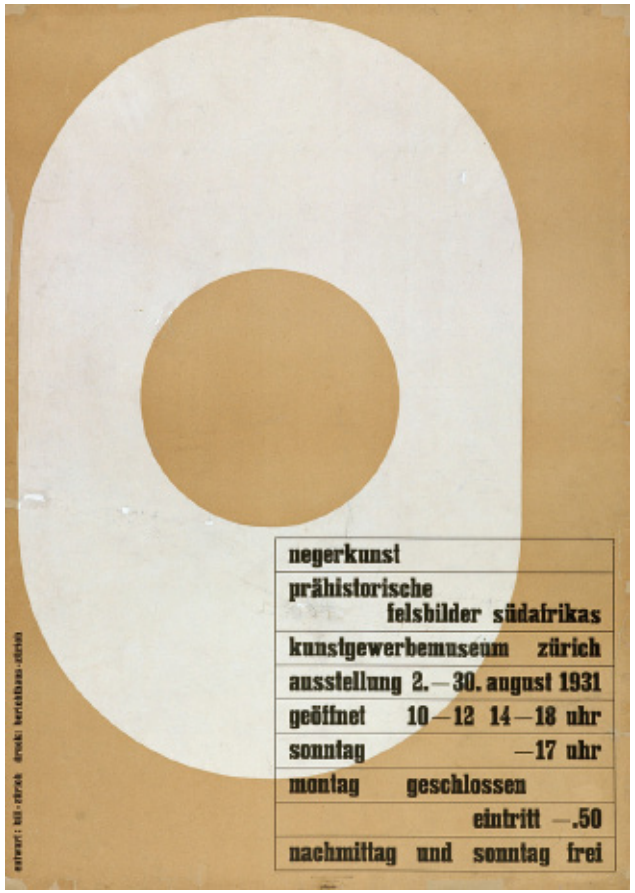
Eskilson, S. *Graphic Design: A New History*. USA: Yale University Press. 207

Gerber, A. *Graphic Design. The 50 most influential graphic designers in the world*. Britain: A & C Black Publishers Ltd. 2010.

Heller, S. *Pop: How Graphic Design Shapes Popular Culture*. Allworth Communications, Inc. 2010.

Pamela, E. et. al. *Selling Modernity: Advertising in Twentieth-Century Germany*. Duke University Press. 2007.

Ladislav Sutnar. Design para «zijeme», 1931. Na evolução do Design Gráfico checo, Sutnar (1897 – 1976) traz a sua dinâmica marca vanguardista. Este tipo de layouts vanguardistas não encontraram refelexo em Portugal, durante a época do Fascismo.



Max Bill. Cartaz para a exposição «Negerkunst», em Zurique. 1931. Na evolução do Design Gráfico suíco, Bill, que tinha estudado na Bauhaus, cunha a sua marca vanguardista com este cataz minimalista, baseado unicamente em Tipografia. Outro tipo de soluções que não afectou a Publicidade portuguesa

Kradolfer, der «visuelle Denker» des portugiesischen Faschismus

Der Werbefachmann war ein Meister des «Sachplakats» – und derjenige, der im Auftrage von António Ferro, Direktor des Propaganda-Instituts SPN/SNI, dem portugiesischem Dikatatur-Regime das international wirksame Erscheinungsbild besorgte.

Umgeben von einem kleinen Team von lokalen Architekten, Künstlern und Grafikern, gelang es dem Schweizer Fred Kradolfer (1903-1968) auf wirksame Weise das öffentliche Erscheinugsbild des «Estado Novo»[1] (so die amtliche Selbstbezeichnung der Diktatur Salazars) zu formulieren.

Nach der Gestaltung verschiedener Pavillons in Ausstellungen im In- und Ausland, schaffte Kradolfer seine «beste» Leistung in der Gestaltung des Pavillons von Portugal in der Internationalen Pariser Weltausstellung von 1937.

Mit dem Schriftsteller und Journalisten António Ferro hatte sich Diktator Salazar bereits einen passenden Chef-Ideologen zugelegt, einen schwafelnden Schwärmer und bürgerlicher Schöngeist, der in der vermeintlichen Idylle der «Arte Popular» (Volkskunst, Folklore) die Wurzeln für Portugals geistige Erhöhung zu finden glaubte. Ferro konnte schreiben und agitieren; allerdings wußte in Portugals noch junger Diktatur niemand so recht, wie man Staatspropaganda visuell gestaltet.

Da Salazar auf den Aufbau einer breit angelegten Massenpartei (wie die NSDAP) verzichtet hatte (dafür hat er die Massenbasis der Katholischen Kirche benutzt), galt es, in Portugal geeignete Kommunikatoren für die Propaganda des neuen Regimes zu finden. Die auf Staat, Glauben und Imperium aufbauende Ideologie sollte *gezeigt* werden können. Man fand in der Person eines agilen Werbefachmanns, der, nach Aufenthalten in Paris und Brüssel, im Jahre 1924 im sonnigen Portugal gelandet war – Fred Kradolfer – den geeigneten Umsetzer.

Dieser Schweizer war der einzige unter den «artistas gráficos» Portugals, der eine Fachausbildung hatte, da er in Zürich in der Fachschule für Angewandte Künste als Juwelier ausgebildet worden war. Aber in Portugal war eher sein

1. Estado Novo (portugiesisch: Neuer Staat) bezeichnet den von António de Oliveira Salazar gegründeten autoritären und klerikal-faschistischen Ständestaat in Portugal, zwischen 1928 und 1974.

Thomaz de Mello - Tom (1906-1990). Puppe aus Holz. Viehhirte aus dem Ribatejo. Campino, Figura em madeira torneada e pintada, circa 1940. Alt. 21 cm.

Geschick als Plakatmaler, Schaufensterdekorateur und Gestalter von Ausstellungspavillons gefragt. Er wurde freundschaftlich von der kleinen Clique von «artistas gráficos» aufgenommen, die wissen wollten, wie man moderne Werbung gestaltet. In nur wenigen Jahren hatte der joviale Kradolfer den neuen Werbestil des *Sachplakats* eingeführt, der endgültig die verträumten Posters des Jugendstils wegräumte.

Aber Kradolfer sollte auch seine Eignung als poltisch-kultureller Propagandafachmann unter Beweis stellen. Seine Feuertaufe absolvierte er 1937, als er die «Equipa do S.P.N.» leitete. In dieser Mannschaft, von António Ferro ins Leben gerufen, arbeiteten Bernardo Marques, José Rocha, Carlos Botelho, Thomaz de Mello und Emmérico Nunes. Dieses Team machte das Graphic Design und plante die Strategie für die Visuelle Kommunikation des «Estado Novo» in der Internationalen Ausstellung von Paris, im Jahre 1937. Mit Erfolg und Anerkennung: das portugiesische Pavillon wurde mit dem Grand-Prix der *Exposition* ausgezeichnet.

Kradolfer hatte hier fast den Höhepunkt seiner Kariere erreicht; so wurde er auch im Jahre 1941 mit dem Orden des Schwertes von Santiago vom portugiesischen Regime ausgezeichnet – zusammen mit seinen Kollegen Francisco Keil do Amaral (der als Architekt für den Bau verantwortlich zeichnete), Bernardo Marques, Jorge Segurado, Leopoldo Almeida, u.a.

Die international anerkannte Leistung des Teams unter Leitung von Kradolfer war die expliziteste visuelle Manifestation des Faschismus in Portugal, international sichtbar in Paris, Seite an Seite mit den Nazis (im von Speer erbautem Pavillon) und den Faschisten von Mussolini.

Trotzdem hat man bislang in Portugal vermieden, eine kritische Würdigung des Werkes und der politischen Absichten von Kradolfer zu leisten. Vielmehr schreibt man oft vom «Dekorateur» Kradolfer und vermeidet, seine führende Rolle im Team der S.P.N. herauszuarbeiten.

Auch wurde bislang übersehen, dass Kradolfer im Bereich der Ausstellungstechnik beeindruckende Erstleistungen erbracht hat. So erfand er die «3D-Infographie», in dem er wirkungsvoll grossflächige Fotos, Wandmalereien, Tafeln mit statistischem Material, grosse Skulpturen und kleinere dreidimensionale Ausstellungsobjekte zu einer Einheit kombinierte.

Der Zweite Weltkrieg hatte schon angefangen, als Diktator Salazar – per Staatsdekret – im Jahre 1940 seine Mannen vom grafischen Fach erneut zum Aufbau einer patriotischen Schau aufrief. Diesmal in Lissabon.

Im Gelände von Belém, wo einst die Segelschiffe zur Erkundung der neuen Welten aufbrachen, wurde ein gigantisches Areal erschlossen, um darauf die «Exposição do Mundo Português» (Ausstellung der Portugiesischen Welt) zu erbauen. Wieder kam Kradolfer und sein Team zum Einsatz, die Ausstellungsmacher wurden um weitere wichtige Namen der Kunst-Szene erweitert. Auch hier galt es, durch eine vereinheitlichende grafische und räumliche Konzeption die unterschiedlichsten Beiträge auf einen visuellen Nenner zu bringen.

Schon damals zeigten die Portugiesen des zwanzigsten Jahrhunderts ihre Fähigkeit zur Improvisation in letzter Minute. Als am Vortage der Eröffnung festgestellt wurde, dass die neu gepflanzten Zypressen braun geworden waren, wurde alles mit grüner Farbe übersprüht. Am nächsten Tag, als Salazar zur Eröffung kam, sahen die Zypressen tadellos frisch aus.

Von dieser aufwendigen Inszenierung der portugiesischen Geschichte, seiner damaligen Kolonialmacht und der obligatorischen Folklore-Kunst blieb wenig mehr als das Pavillon des *Museu de Arte Popular* übrig.

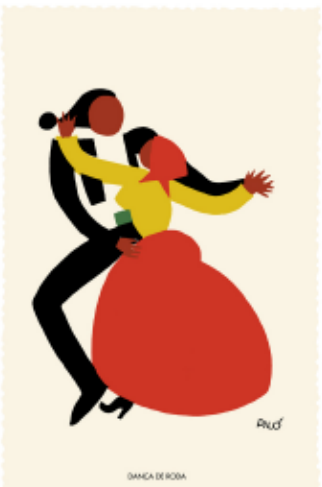
Dieses Museum für Volkskunst überlebte, obwohl die Laune einer Kultusministerin es beinahe in ein *Museum der Portugiesischen Sprache* verwandelt hätte. Inzwischen wieder restauriert, kann es von inländischen Besuchern und auswärtigen Touristen bewundert werden. Es wirkt alles merkwürdig aktuell. P.H.

Über die Ausstellung in Paris wurde eine umfassende (offizielle) Fotoreportage gemacht.
Die Bilnder finden Sie auf http://www.flickr.com/photos/biblarte/sets/72157624844432503/

Almoço de confraternização dos participantes na realização do Pavilhão português da Exposição de Paris, 1937. O único que está tremido é... Fred Kradolfer. Do outro lado da mesa, Keil do Amral.

Bonecos Portugueses

Portuguese Puppets



Desenhos de Manuel Júlio Piló Santos (Lisboa 1905-1988), que viveu na Argentina, nos Estados Unidos e por duas vezes no Brasil, nas décadas de 40 e 60. A sua obra mais conhecida são duas séries de postais com bonecos regionais portugueses, dos anos 30. As ilustrações realizadas na técnica de pouchoir (stencil), que Piló trouxera de Paris, fazem uma eficaz síntese gráfica e de simplificação cromática. A série de desenhos criados em 1935 dará origem a uma colecção de postais, irão decorar vidros fabricados pela CIP e porcelanas da Vista Alegre – e até mesmo pratas. Imagens do blogue Almanaque Silva, com a devida vénia ao autor deste maravilhoso web-site.

Afinal, da alma de uma nação...

Entre o mais pavoroso kitsch gráfico que Fred Kradolfer (também) produziu, encontram-se uns pequenos azulejos de figura avulsa concebidos em 1940, utilizando a técnica de estampilha (stencil). Eram destinados a cafés, escolas, etc. e eram muitas vezes aplicados em pavimento de tijoleira. Estes «bonecos populares» marcam um verdadeiro cretinismo gráfico, muito em voga durante o Salazarismo. Outros artistas gráficos fizeram semelhantes disparates. Mais do que um contágio colectivo de infantilismo, este *trend* denunciava a inspiração do estéta-mor de Portugal: António Ferro.

Fred Kradolfer representou elementos daquilo que se entendia ser «o folclore português» – figuras estilizadas e esquemáticas, objectos do quotidiano em formato reduzido (bilha, pote, espiga, flores, etc.) e da vida campestre (porcos, touros, cavalos, burros, etc.), típicos na altura, introduzindo uma certa dinâmica no posicionamento das figuras, para ultrapassar semelhantes esquemas, que já se tinham praticado na época da Arte Nova. Em lambrilhas (pequenos azulejos), para obter o devido carácter decorativo, experimentou a combinação de motivos e elementos ornamentais.

Foi a Grande Época dos Bonecos Portugueses; quase todos os artistas gráficos da época optaram por representar o povo português em forma de alegres bonecos,

Postais de Piló.

miniaturas de uma arte chamada «popular», em vez de arriscar representações realistas e críticas. Foi uma asfixiante infantilização generalizada, aquela muitos artistas gráficos adoptaram.

Essa escolha temática também predominou no Design gráfico. Assim, os bonecos aparecem igualmente na revista *Panorama*, orgão oficial do SNI, com concepção gráfica e Design editorial de Bernardo Marques. Esta «Revista de Arte e Turismo» foi frequentemente populada por saloios, pescadores da Nazaré, peixeiras de Lisboa e todo o restante arsenal de inofensivos bonecos portugueses. Banalização e trivialização são outras propriedades que caracterizam a produção destes bonecos portugueses.

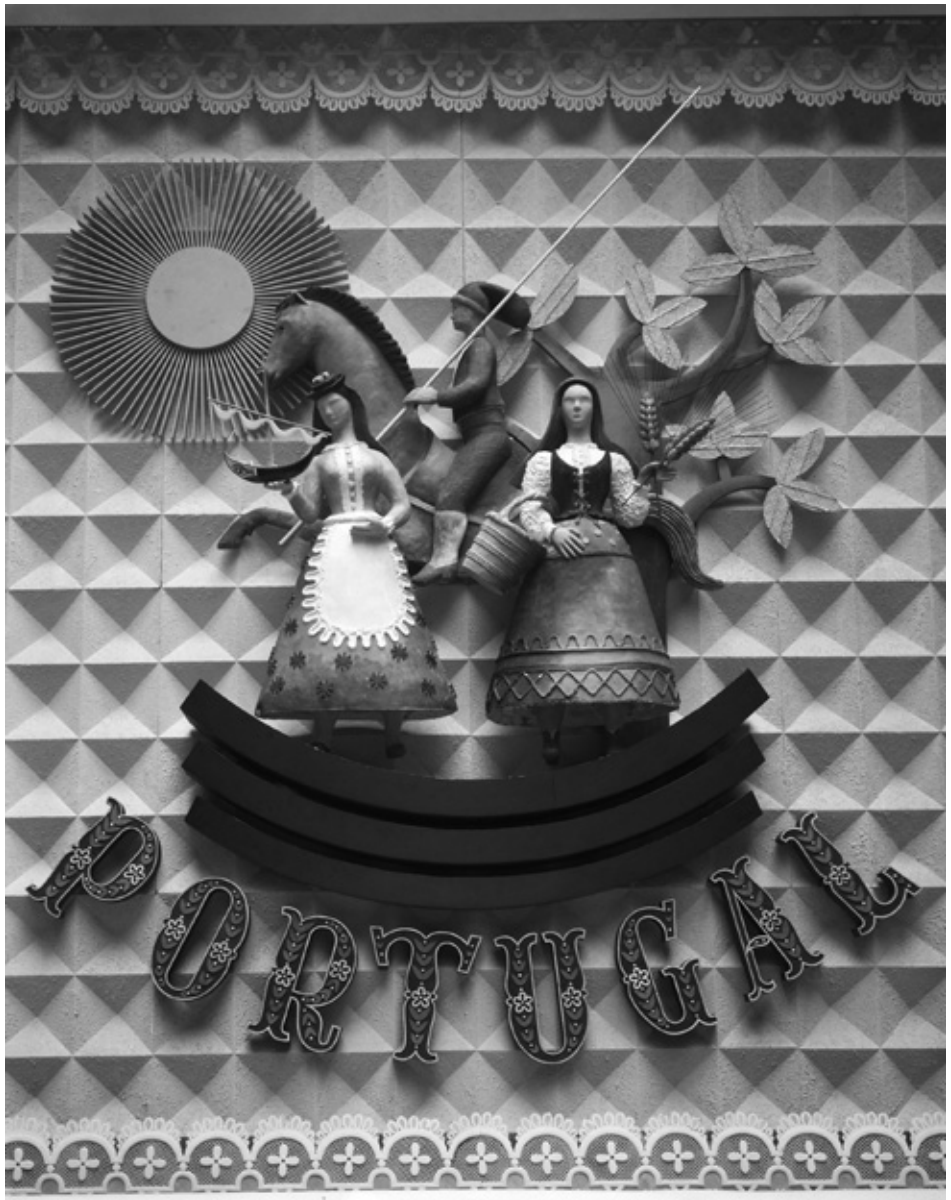
Os bonecos concebidos por Thomaz de Mello (TOM) envergando trajes ditos «folclóricos», mostrados nas páginas seguintes, marcam o início da exportação destes artigos. Faziam parte de uma colecção que foi exposta no Pavilão Português na Exposição de Paris, em 1937. Ainda hoje, este tipo de figuração tem um público fiel em Portugal...

Lambrilhas de Kradolfer.

A antropóloga Vera Marques Alves[1] aponta pertinentemente para o facto que «as iniciativas do SNI em torno da arte popular não se desenvolveram de forma nenhuma nos limites dos meios rural e proletário, dirigindo-se amiúde às classes médias e camadas mais altas da sociedade portuguesa, e escolhendo, para se mostrar, em vez das áreas periféricas, os ambientes urbanos e mesmo cosmopolitas. E, a par dos eventos desenvolvidos intramuros – alguns dos quais, como o Centro Regional da Exposição do Mundo Português, alcançaram grandes audiências –, muitas dessas iniciativas eram oferecidas a públicos estrangeiros, havendo, também aí, uma forte presença das elites. Uma das marcas da política folclorista promovida por António Ferro é, de facto, a sua orientação para o exterior, havendo uma preocupação constante em levar a arte popular portuguesa a outros países, o que acontece, logo em 1935, com a exposição organizada em Genebra junto da Sociedade das Nações, nos pavilhões portugueses da Exposição Internacional de Paris de 1937 e da Feira Mundial de Nova Iorque de 1939 e, finalmente, em Madrid, no ano de 1943, e em Sevilha e Valência, no ano seguinte.»

Quando António Ferro, director do SNI, planeia mentalmente os pavilhões portugueses para a Exposição Internacional de Paris em 1937 e na Feira Mundial de Nova Iorque em 1939, escreve: «Se não podemos levar máquinas, nem automóveis, nem aviões, se não podemos teatralizar a nossa exposição com (...) modelos de comboios e paquetes (...) – porque não fazer uma parada de indústrias regionais, tapetes, mobílias, faianças – tudo quanto nos dá carácter, todas essas coisas pobres que são a riqueza, afinal, da alma de uma nação? O mundo não nos conhece – precisamos antes de mais nada dar-lhe o nosso retrato.» Em outras palavras: mostremos os bonecos portugueses...

1.) "A poesia dos simples": arte popular e nação no Estado Novo. Vera Marques Alves. Online em www.scielo.oces.mctes.pt/pdf/etn/v11n1/v11n1a05.pdf



Bonecos Portugueses no seu esplendor. Fachada do Pavilhão Português na Feira Mundial de Nova Iorque, 1939

Bom gosto em casa – compatível com as preferências de António Ferro, director do SNI.
Bases de candeeiro de cerâmica moldada e relevada, em forma de balaústre, com friso de bonecos populares regionais. Na base, carimbo azul da Gilman & Ctª – Sacavém Portugal. Data: c. 1930 - 40
Dimensões: altura: 13,5 cm

Bonecos ditos «populares», desenhados ou pintados. Capas de Bernardo Marques para a revista do SNI «Panorama» (números 1, ano 1, 1941 e 8, ano 1, 1942).

O pavilhão alemão - Deutsches Haus - na Exposição Internacional de 1937, em Paris.

Boneco concebido por Tom (Thomaz de Mello) envergando miniatura de traje de pescador da Póvoa de Varzim. 1937.

Na Exposição realizada em Paris, em 1937 (Exposition Internationale des Arts et Techniques dans la Vie Moderne) foi erguido um Pavilhão português, obra de Keil do Amaral. (Projecto BALDIAZ de Francisco Keil do Amaral (1910-1975). Na *Sala de Arte Popular* deste pavilhão mostrava-se uma colecção de bonecos com trajes regionais portugueses da responsabilidade de Thomaz de Mello (Tom) e Dalila Braga. Era a representação do «povo português»: descalço, embrutecido, mas folclórico...

António Ferro, na qualidade de ministro de Estado, no seu discurso aquando da entrega do prémio Galo de Prata, então atribuído à aldeia de Monsanto da Beira:
«No nosso programa de valorização do folclore português, principiámos por enviar a Genebra, em 1935, uma grande embaixada das nossas bonecas regionais, não bonecas estúpidas, a dizer papá, mamã, mas bonecas de rostos expressivos e diferentes, paisagens das nossas províncias. Um grande e vistoso séquito de pequenas coisas – jugos floridos, rocas vistosas, pequenas obras-primas de olaria rústica, mantas, tapetes, ex-votos – acompanhavam essas bonecas e faziam-lhes moldura.»

Bonecos Portugueses concebido por Thomaz de Mello, envergando trajes folclóricos. 1937. Na *Sala de Arte Popular* mostrava-se esta colecção de bonecos com trajes regionais portugueses da responsabilidade de Thomaz de Mello (Tom) e Dalila Braga.
Note um pormenor interessante: os bonecos na prateleira de baixo, envidrada, são peças de artesanato regional português; as figurinas na prateleira superior são as «versões oficiais» do Boneco Português, aqui na concepção de Tom.
Em cima: variantes do BP.

Casa de António Ferro. Nas paredes, em cima: pintura de Bernardo Marques, membro da «Equipa do SPN», que era vizinho de Ferro e seu amigo pessoal. Datado de 1923, este friso decorativo policromo, da autoria de Bernardo Marques, correndo as paredes junto à sanca de uma sala da casa de António Ferro e da sua esposa Fernanda de Castro, na antiga Calçada dos Caetanos, trazia para a intimidade do lar do director do SNI a temática estilizada de danças populares. Os motivos «populares» já então eram elementos importantes da ideologia fascista de Ferro.
Para o futuro ideólogo da «Política do Espírito» do consulado salazarista, o folclore devia ser fonte inspiradora de modernidade para os artistas nacionais, que assim seriam «modernos sem deixar de ser portugueses».
Foto: Revista Panorama.

O director da propaganda fascista: António Joaquim Tavares Ferro (1895-1956)

Foto: B. Wegemann

Desenho de letras

Letter Design

O corpus epigráfico de Salas

A antiga igreja de San Martín de Salas, nas Astúrias, foi construída entre os séculos VIII e IX. Nessa edificação foram emparedadas nos muros exteriores 11 pequenas peças visigóticas de grande valor artístico e cultural: janelas e lápides com inscrições, documentadas neste artigo. Com estes elementos, completei um ciclo de estudos sobre as formas da Versal visigótica, que foi integrado no e-book «Cultura Visigótica». Desse livro, aqui um excerto. Paulo Heitlinger.

Em tempos históricos, a igreja foi reconstruída em 12 de Outubro de 951, mercê a mediação de um tal presbítero Aldefonsus Confessus, segundo consta no texto de uma das lápides epigrafadas. Numa outra lápide está assinalada a data da reconstrução, numa terceira lápide regista-se a morte desse Aldefonsus, em 27 de Julho de 969.

Aldefonsus Confesso é identificado como sendo Alfonso Froilaz, filho do rei asturiano Fruela II, que se levantaria con-

tra Ramiro II em 931. Fracassado esta intentona, seria torturado e castigado com cegueira. Anos mais tarde, indultado, regressaria às Astúrias, onde em 951 reconstrói a Igreja de San Martín em Salas – e também erige a de Santa Eulália del Valle, em Carreño.

Em atitude de profundo desprezo pelo património artístico, foram desmontadas em 1980 e transladadas à torre de Salas, hoje sede do Museo Prerrománico de San Martín de Salas. Aqui poderam ser fotografadas e analisadas. As lápides de San Mártin de Salas, todas elas de pequenas dimensões, constituem um precioso conjunto de inscrições que permitem estudar detalhadamente as formas da Versal visigótica na sua expressão lapidar, já bastante «amadurecida». Como tal, foram analisadas pelo autor, dando origem a uma nova fonte digital: a Visigótica Asturiana. Deste modo, completa-se uma pequena série de fontes digitais, que inclui: uma versal lapidar arcaica, duas versões de versais usadas em manuscritos e, por fim, esta Versal lapidar.

Referências

García de Castro Valdés, César. *Arte prerrománico en Asturias*. **Oviedo. Nobel. 2004.**

Lorenzo Arias Paramo. *El Prerománico de San Martin de Salas.* **Uma valiosa brochura, contendo todos os detalhes da documentação. Salas, 1998**

Lorenzo Arias Paramo. *Guia del Arte Prerromanico Asturiano*, **Trea, 2008.**

Janela bífora. Museo Torre de Valdés, Salas. Foto: P.H.

Restos da Igreja de San Martín de Salas, Astúrias, Espanha. A igreja é mencionada pela primeira vez em documento no dia 26 de Junho de 896, no qual Gonzalo, filho de Alfonso III, faz a doação à Catedral de Oviedo de diversas vilas e igrejas.

O edifício está hoje situado dentro de um cemitério, a cerca de 1 km da pequena cidade asturiana de Salas. Já que todas as valiosas inscrições foram transladadas para o Museu e substituídas por péssimas cópias, a visita do edifício quase que não vale a pena...

Cruz latina. San Martín de Salas

Lápide de cruz latina ornamentada da *Iglesia Prerrománica de San Martín de Salas*, situada nas Astúrias. Versal visigótica lapidar. Lápide com inscrição de cruz latina. Séculos IX – X. Das inscrições desta igreja destaca-se aquela que comemora a actividade construtiva do mosteiro: uma pedra quadrada, decorada com diferentes motivos, destacando-se pela cruz com as letras alfa e omega. Está inscrita a legenda que se usou nos tempo da monarquia asturiana:

Com este sinal se protege o piedoso, com este sinal se vence o inimigo. Outra, habitual na época: Põe, senhor, o sinal da salvação nesta casa, e não permitas que se aproxime o anjo castigador.

Segunda lápide com cruz latina e inscrição. Salas, 950.

Lápide de cruz latina ornamentada da *Iglesia Prerrománica de San Martín de Salas*, situada nas Astúrias. Versal visigótica lapidar. Lápide com inscrição de cruz latina. Séculos IX – X. Uma pedra quadrada, destacando-se pela cruz com as letras alfa e omega. Está inscrita a legenda que se usou nos tempo da monarquia asturiana: Com este sinal se protege o piedoso, com este sinal se vence o inimigo. Outra, habitual na época: Põe, senhor, o sinal da salvação nesta casa, e não permitas que se aproxime o anjo castigador.

DEVS·IVSEIT·SAIESTERAPTSINEDES
ADEFONSO·
REGNESEMP

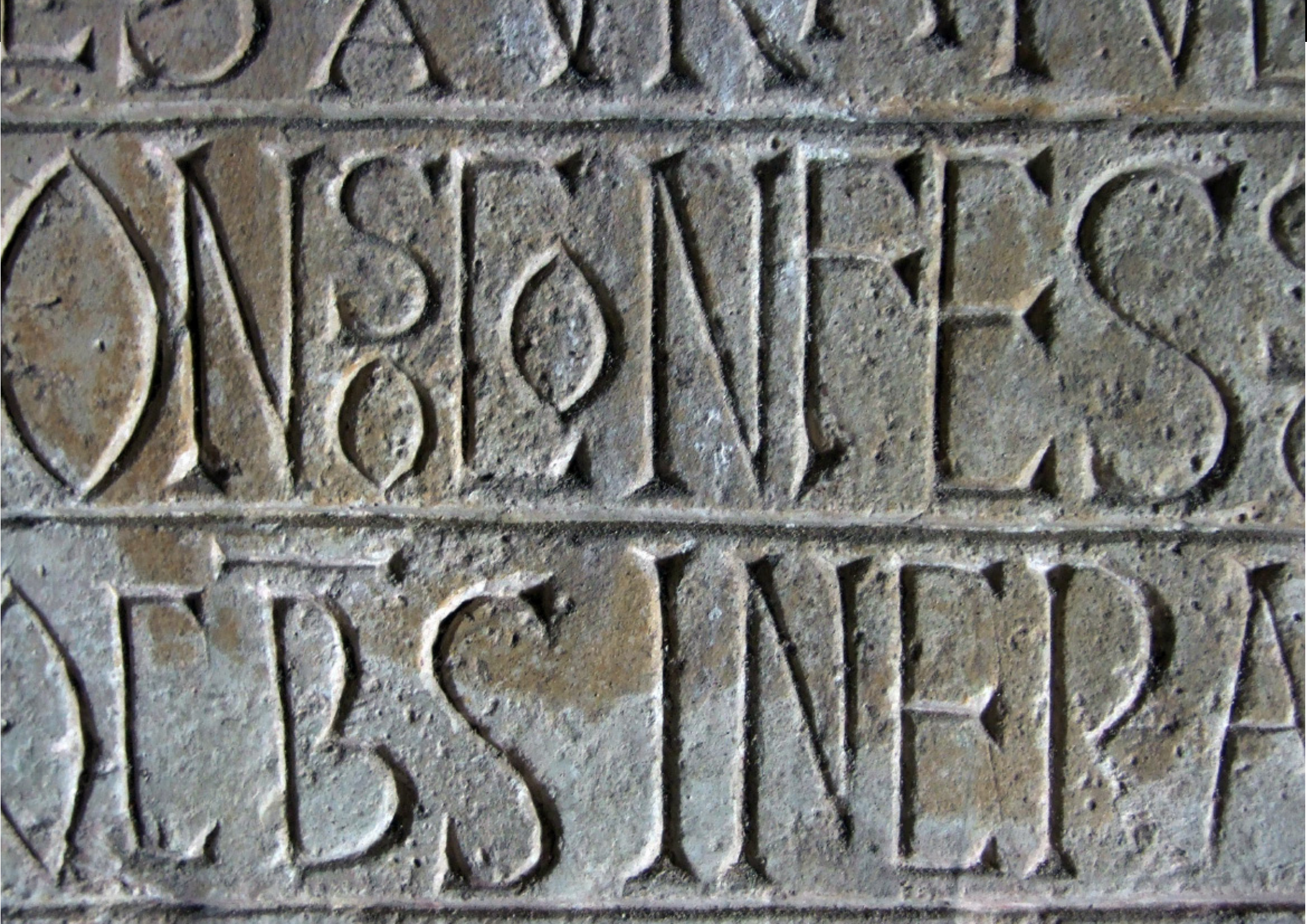
Epitáfio de Adefonsus Confesso, 950

Versal visigótica tardia. Igreja de San Martín. Salas, Astúrias, Espanha. Além da mostrada na página anterior, esta é outra lápide com inscrição de cruz latina. Séculos IX – X.

Lápide das Santas Relíquias, San Martin de Salas.

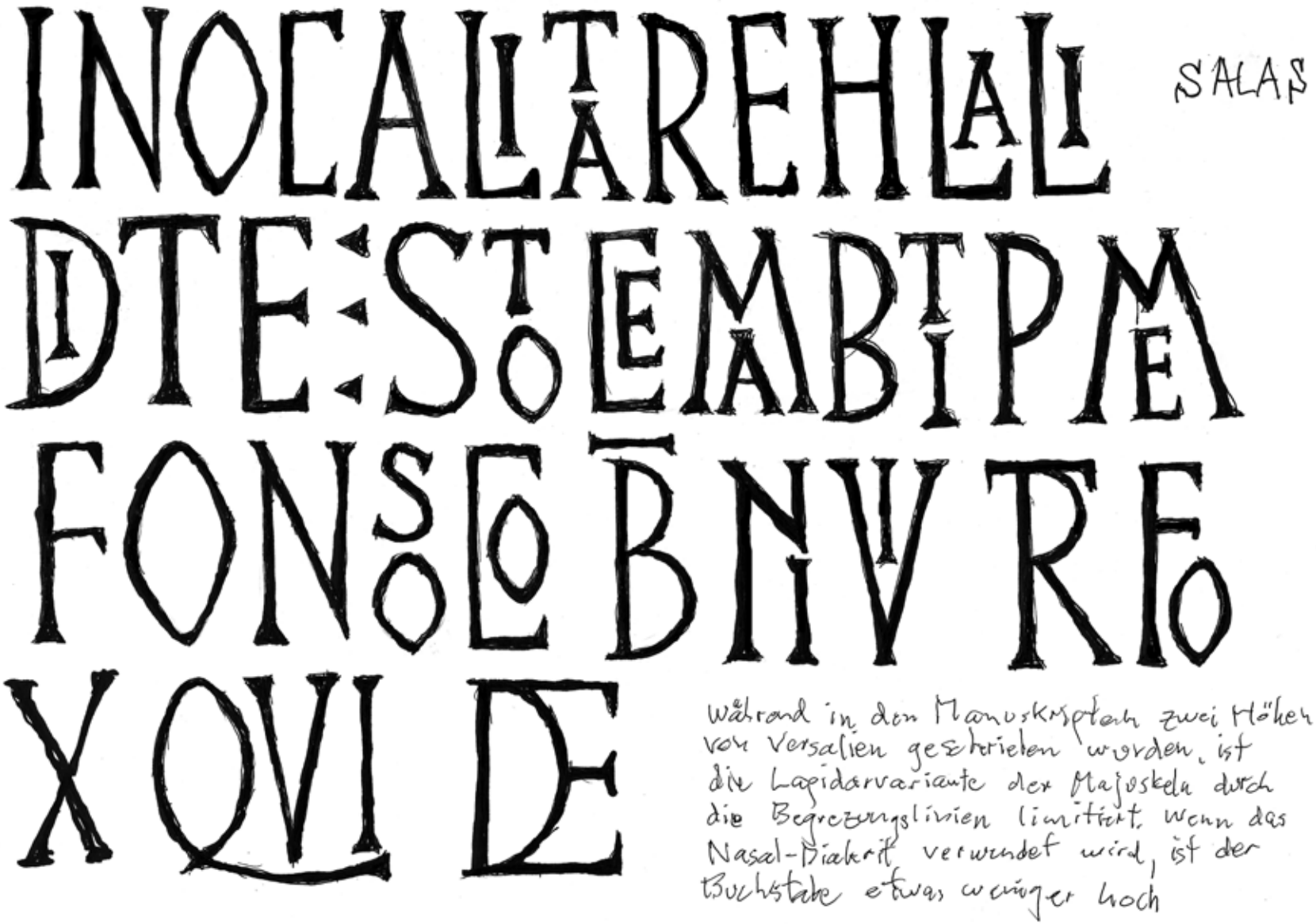
Versal visigótica tardia, lapidar, com formas de letras bastante regulares. Igreja de San Martín. Salas, Astúrias, Espanha. Inclui a data da restauração da igreja.

Nas páginas seguintes: detalhes desta inscrição.

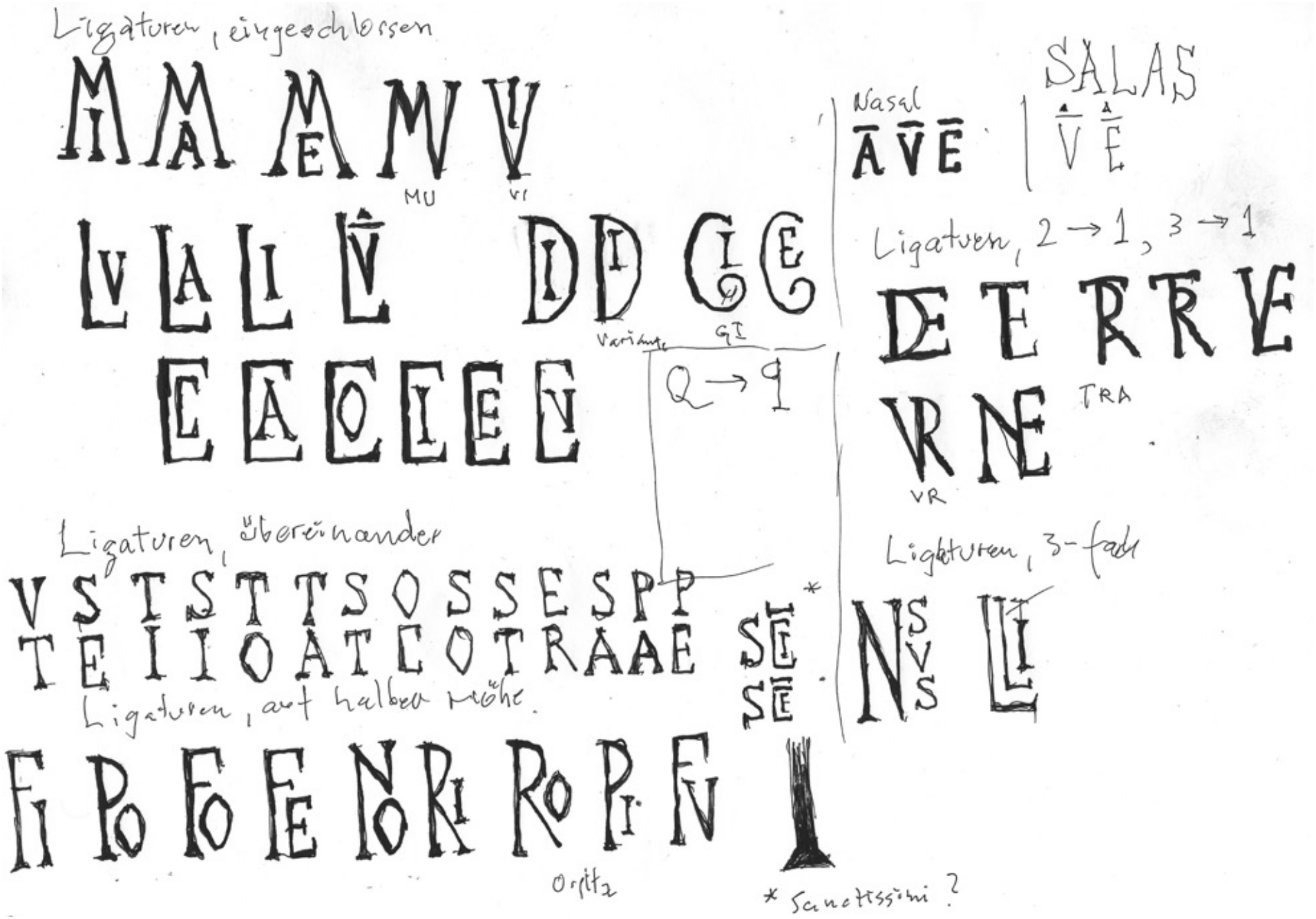

ONBONFES
DEBSINFRA

Como a altura das letras é estrictamente condicionada pelas linhas de pauta gravadas na pedra, as letras postas uma por cima da outra têm de ficar dentre destes limites. Também os sinais de abreviação ficam dentro destes limites.

Versais lapidares de Martín de Salas



Ligaduras praticadas na Escrita lapidar



Particularidades da Escrita lapidar

No uso da Escrita visigótica em lápides de pedra observamos um grande número de ligaduras, mesmo atendendo ao facto que as lápides romanas já apresentarem um variedade considerável. Estas ligaduras serviam para compactar o texto, além de introduzirem efeitos estéticos próprios deste tipo de versais. O *corpus* epigráfico de San Martín de Salas, especialmente a lápide fundacional da igreja reconstruída, serviu para fazer uma análise sistemática das ocorrências de ligaduras; está mostrado na página anterior. Ao contrário do uso de ligaduras em fontes tipográficas modernas, as ligaduras visigóticas combinam letras, de modo bem diferente. Na Paleografia é comum falar de «nexos» – uniões entre letras. Na escrita visigótica (minúscula e maiúscula) exite uma descomunal quantidade de nexos pois apresenta, mais de 150. Na escrita lapidar em estudo, distinguimos vários tipos de ligaduras:

- Pares de letras, ligados por sobreposição de hastes. Como VE, DE, MV, etc.
- Pares de letras, colocadas uma por cima da outra, de tamanho aproximadamente 50% das versais. Este tipo de combinação é usado com letras de contraforma[1] pequena.
- Ligaduras de pares, com uma letra colocada no interior da outra. Este efeito de inclusão gráfica vê-se em combinações onde a primeira letra tem uma contraforma grande, como em CI, CA, etc.
- Noutros casos, a forma de letra é alterada, para melhor acondicionar a inclusão. Por exemplo, em NI.
- Ligaduras de triples de letras, como SUS, LLI, NCI, etc.

Como a altura das letras é estrictamente condicionada pelas linhas de pauta gravadas na pedra, as letras postas uma por cima da outra têm de ficar dentre destes limites.

Abreviaduras

Outro aspecto típico da Escrita lapidar visigótica é o profusa uso de abreviaduras. Estas são, por exemplo,

- A substituição de UM por U, barra superior. Este tipo de solução é comum a muitas outras escritas medievais.
- Vogais nasaladas – AM, EM, UM – são substituídas do mesmo modo: vogal + barra superior.
- Nas páginas anteriores apresentei já um série de exemplos em que assinalei as abreviaduras assinaladas por uma barra superior sobre o texto encurtado.
- Nos textos corridos dos manuscritos não se utilizaram abreviaduras por letras sobrescritas.

Pontuação

O sinal de pontuação comumente usado são os três triângulos sobrepostos, que indicam um fim de frase, ou de palavra. As palavras estão separadas por um espaço branco.

OpenType

A teconologia de fontes digitais OpenType faz reproduzir com facilidade as particularidades descritas, pois permite definir mecanismos de substituição. Veja uma prova de composição, aplicando ligaduras:

SIGNVM SALVTIS PONE DOMINE
IN DOMO ISTO VT NON PERMITAS
INTROIRE ANGELVM PERVIENTEM

1 Na terminologia tipográfica, «contraforma» designa o espaço interior das letras.

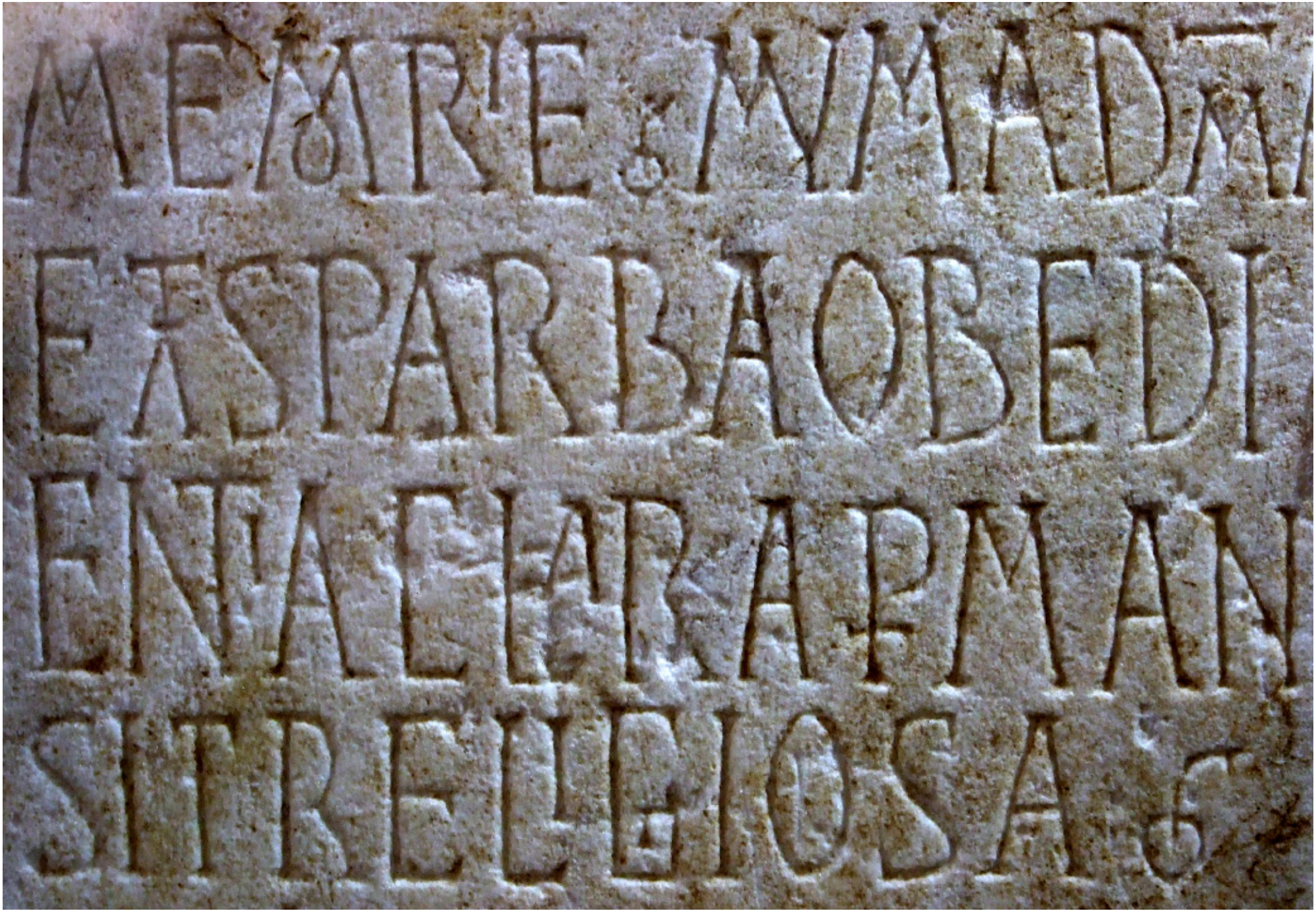
Cruz com invocação.
Museu Arqueológico das Astúrias, Oviedo. O texto da inscrição é reproduzido na página anterior.

OMNIBVS EXEMPLVM SIT QVOD:
VENERABILE EMPLVM REX DEDIT
ORDONIVS QVO IAET IPSE PIVS HANC
FECIT SEDEM QVAM PRIMO FEERAT
EDEM VIRGINIS ORNATV QVE FVLGET
GIONIS QVESVMVS ERGO DEI GRATIA

A teconologia de fontes digitais OpenType faz reproduzir as ligaduras e demais nexos, através dos mecanismos de substituição incluídos dentro do próprio *typeface*. Contudo, há mil anos, os lapicidas das Astúrias não procediam de forma mecânica, pois variavam constanmente os seus critérios de aplicação de nexos. Deste modo, uma fonte digital moderna nunca pode reproduzir a 100% as características de determinada inscrição.

Fonte digital *Visigotica Asturiana*. Expressão lapidar da Versal Visigótica, usada em lápides funerárias ou comemorativas, do século VI até ao século XI

À venda em http://www.tipografos.net/fonts/visigotica.html

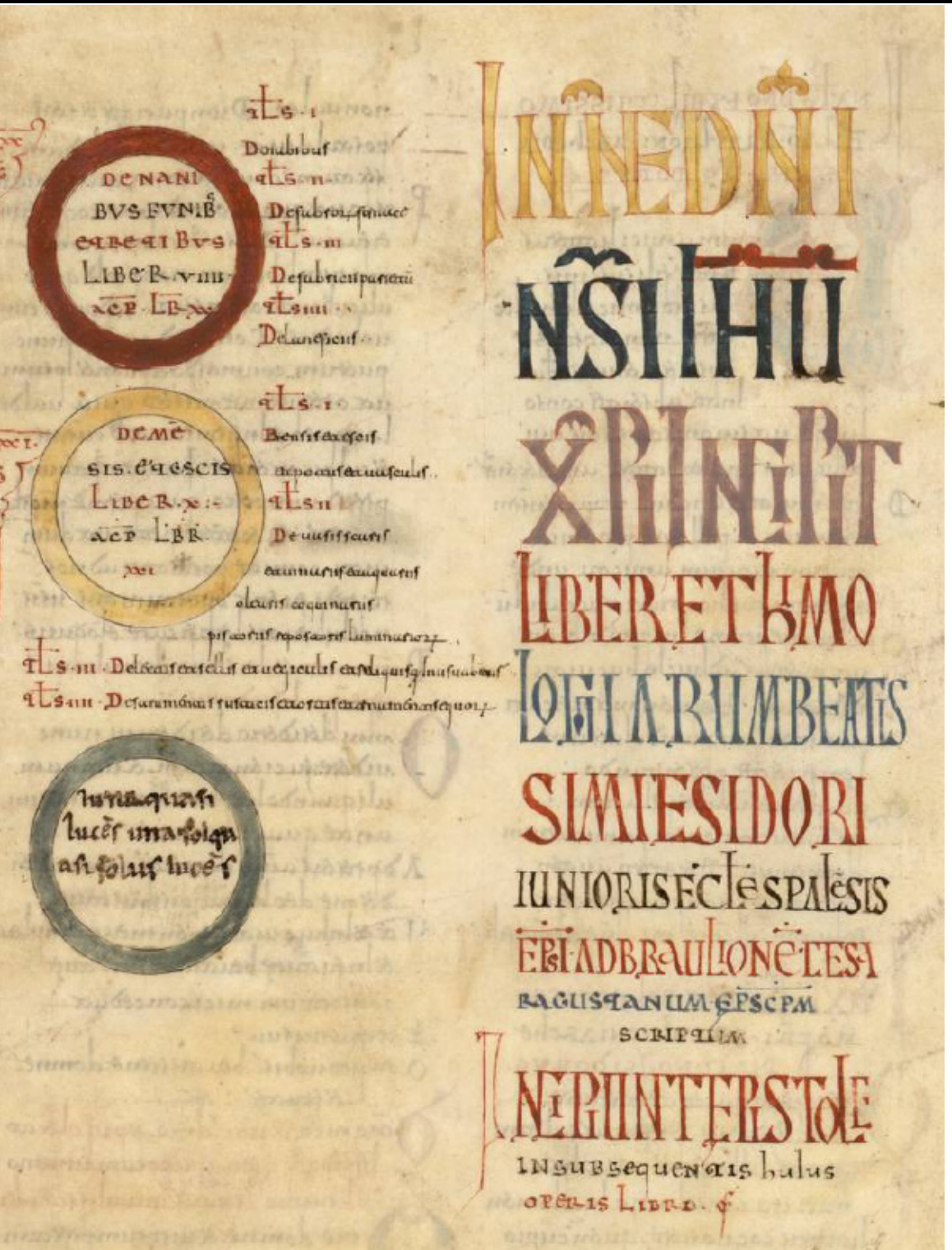

MEMORIE INMAEDIA
ET SPARBAO BEDI
ENTAE FIRAPMAN
SITRELIGIOSA

1069

Versais em bandas

Versais visigóticas, como estas patentes no manuscrito *Antifonário de León*, do século XI, devem estar na origem do melhoramento estético que as letras lapidares sofreram nos séculos X e XI. Observa-se então uma estabilização e regularização das formas das letras. Note que este manuscrito mostra nesta folha uma escrita por bandas, tão semelhante àquela que se observa nas lápides já mostradas.

Antifonário moçárabe da Catedral de León. 306 fólios de pergaminho (330 x 240 mm), maioritariamente escritos a uma coluna, em escrita visigótica; 22 dos fólios contêm miniaturas. Foi copiado em 1069 pelo abade Totmundo, no Mosteiro de San Cipriano del Condado e dedicado ao abade Ikila, bispo de León.

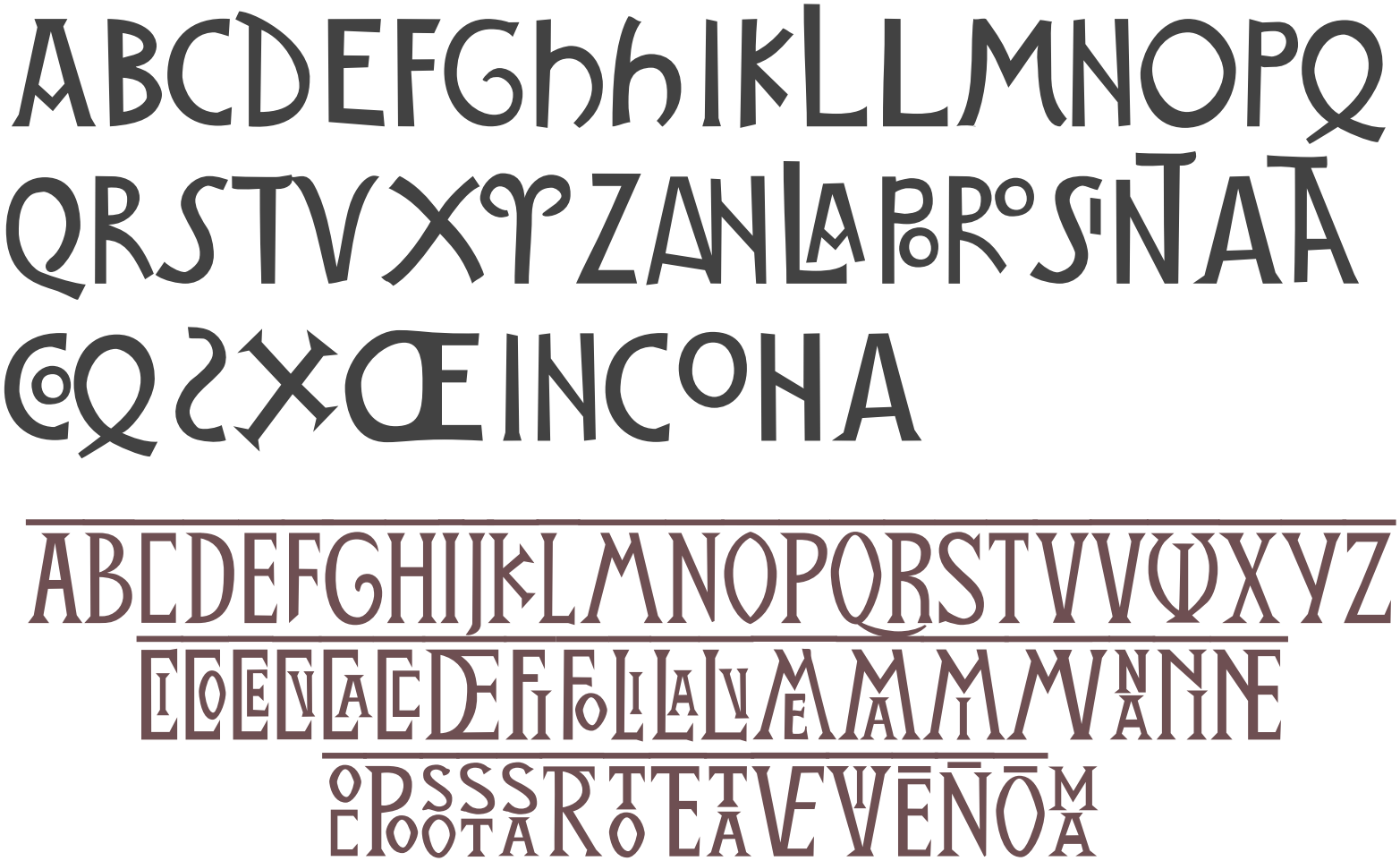


Versais visigóticas, como estas patentes no manuscrito aqui mostrado, devem estar na origem do notório melhoramento estético que as letras lapidares sofreram nos séculos x e xi. Observa-se então uma estabilização e regularização das formas das letras. Note que este manuscrito mostra uma escrita por bandas de diversos tipos/cores. Compare a fonte para a Visigótica versal librária (a vermelho) com a fonte para a Versal lapidar (cor castanha). No manuscrito, as versais podem assumir diferentes alturas, o que nunca é o caso na lápide...

LIBERETHIMO NERU

LIBERETHIMO

Quatro vezes visigóticas, em fontes digitais



Fontes digitais *Visigotica Arcaica* e *Visigotica Asturiana*. Duas fases lapidares da Versal Visigótica, usada em lápides funerárias ou comemorativas, do século VI até ao século XI.
À venda em http://www.tipografos.net/fonts/visigotica.html

Fontes digitais *Visigotica Aldelbense* e *Visigotica Isidoro*.
Duas versões librárias da Versal Visigótica, usadas em manuscritos do século VIII até ao século XI.
À venda em http://www.tipografos.net/fonts/visigotica.html

Os testemunhos da cultura visigótica em Portugal e Espanha – arquitectura, artes decorativas, escultura e epigrafia lapidar, legislação, preciosos manuscritos iluminados – são escassos, pouco conhecidos do grande público, mal divulgados e frequentemente mal interpretados.

Falamos de um período começado pelas «invasões bárbaras», com início em 409, e fortemente afectado pelas invasões muçulmanas no ano de 711. Mas continuado antes, ao longo e depois da Reconquista: nos manuscritos e nas epígrafes podemos traçar a continuidade da Escrita visigótica até ao século XII.

Referindo-se aos manuscritos que estudou, a perita francesa Mireille Mentré comenta: «De modo geral, a percepção da pintura de manuscritos nos séculos X e XI em Espanha ficou mais bem fundamentada, apesar das pinturas pré--românicas continuarem a ser negligenciadas. O estudo dos manuscritos ganhou em precisão através das análises que E.A. Lowe e R.P. Robinson fizeram a manuscritos do século IX, e através dos estudos preliminares de A. Millares Carló, feitos num âmbito mais geral. A noção de um *Spanish script of the 7th to 9th centuries*, hoje conhecido como ‹visigótico›, emergiu nesse contexto e este *script* é idêntico ao que foi achado nos manuscritos com decoração (pinturas) moçárabe.»

A escrita visigótica – *visigothic script* – não começa no século VII, mas já em princípios do século VI, conforme testemunham várias lápides funerárias paleocristãs que mostraremos. Um dos factos relevantes é que este estilo de letra irá, mais tarde, acompanhar todo o percurso até à fundação do reino de Portugal, já que todos os documentos que nos chegaram desta época foram caligrafados com a Escrita visigótica.

A unificação política, jurídica e religiosa da Hispânia realizada pela monarquia visigoda reflectiu-se numa arte e cultura dita «visigótica», com raízes e influências bizantino-gregas, tardo-romanas, paleocristãs, germânicas e indígenas. Desta síntese derivou algo como um estilo «hispano-cristão», que poderia muito bem substituir a designação «visigótica», que, no fundo, não é apreciada por nenhum dos pesquisadores da área.

A Escrita visigótica

Aquilo que eu chamo simplificadamente «letra visigótica» (ou «hispano-cristã») foi usado exclusivamente na Península Ibérica; não existiu em qualquer outra zona europeia. Começou a aparecer na cultura tardo-romana/cristã a partir do século IV, resultado de uma evolução local das letras romanas, com parcial integração do estilo bizantino. Esta Visigótica entrou em uso durante o domínio visigodo e perdurou, sempre limitada à Península Ibérica, até ao século XII, já em plena Idade Média.

Sobre a Minúscula visigótica existe alguma pesquisa paleográfica, já que foi usada em diversos manuscritos historicamente muito importantes. Contudo, no que se refere à variante versal (as letras maiúsculas, feitas num estilo próprio), não consegui detectar muita informação válida. Neste campo, o mais exacto é Bernhard Bischoff, que na sua *Paleografia do Latim* precisa: «*...Here even Capitalis existed alongside uncial and half-uncial, and later Roman cursive of the sixth or seventh centuries is preserved in numerous charters, slate tablets, and in several parchment fragments of diplomas...*»

Curiosamente, também tem passado despercebido à maioria dos paleógrafos, a existência de versaletes, também estes com o seu estilo próprio: letras mais quadradas e mais *bold*, muito mais pequenas do que as versais.

Para uma abordagem empírica a estes tipos de letra tive de basear-me em fotografias de inscrições. Por exemplo, fotos de estelas funerárias e/ou comemorativas, expostas nos Museus de Mértola, Beja, Évora, León, Oviedo, San Martin de Salas, Mérida, Huelva, Córdova, Sevilha , Badajoz e Conímbriga.

Os Visigodos em terras hispânicas

A escrita visigótica leva o seu nome dos Visigodos. No século V, a Península Ibérica, depois de vários séculos sob o domínio do Império Romano, foi invadida por povos germânicos – Suevos, Vândalos, Alanos e Visigodos. No seu trajecto migratório, os Visigodos voltam-se para a Península Ibérica, onde a sua presença já era sentida pela ocupação, em nome de Roma.

A partir da derrota de Vouille (507), infligida pelos Francos, o reino visigodo confinou-se à Península Ibérica. Inicia-se então o período de auge da monarquia visigoda, sobretudo durante os reinados de Leovigildo e do seu filho, Recaredo I (reinou de 586 a 601), que abandona o Cristianismo da vertente ariana para se converter ao Catolicismo, que passa a ser a religião oficial. À semelhança do seu pai, Recaredo I fez de Toledo a capital do seu reino.

Formas das versais visigóticas arcaicas

Uma parte dos vestígios paleocristãos/visigóticos no Sul de Portugal conserva-se no Museu de Mértola, em cujo Núcleo Visigótico se pode estudar uma rara colecção de lápides funerárias, inscritas com formas arcaicas do alfabeto versal visigótico. Aqui, as ruínas de uma basílica paleocristã foram preservadas pelo Campo Arqueológico de Mértola (www.camertola.pt), sob a direcção do distinto arqueólogo e autor Cláudio Torres.

Usando como referência as inscrições de lápides funerárias cristãs em Mértola, Mérida, Huelva, Badajoz e Sevilha, definem-se as formas mais características deste alfabeto:

- As letras, todas versais, são, na sua maioria, condensadas. Aliás, a condensação aumentará no decorrer dos séculos.
- Muitas letras mostram forma rectangular.
- O D epigráfico tem forma quase triangular.

De modo geral, da letra visigótica arcaica temos frequentemente uma impressão semelhante à que nos assalta quando admiramos a Arquitectura tardo-romana ou pré-românica: pretendeu-se copiar um modelo romano cuja função já não era percebida. A imitação resulta frequentemente numa caricatura do padrão clássico. Apesar de ter nascido como um abastardamento das letras clássicas romanas (e gregas?), a Versal visigótica mostrou na sua fase madura muito vigor e originalidade. Entre todas as letras caligráficas é a que tem mais personalidade «ibérica»...

- O L é bastantes vezes prolongado com um ascendente.
- O X tem a forma de uma cruz inclinada.
- O B e o R têm muitas vezes a pança separada do elemento contíguo.
- O K tem uma forma peculiar, os elementos diagonais são curtos. Influência grega?
- O A tem um remate no vértice; umas vezes tem barra quebrada, outras vezes não tem barra.
- O P apresenta uma pança pequena, colocada no terço superior da haste.
- Existe uma forma do h como se fosse uma minúscula muito alta.
- O E é rectangular – ou tem a forma redonda, característica das *Unciais*.
- O F, e por vezes o E, se lhes omitimos o travesso inferior, parecem um T alargado, e o braço esquerdo termina frequentemente com uma curvatura pronunciada («corno»).
- O S aparece muitas vezes inclinado. É mais plano que o modelo romano, mais delgado, a sua curva superior pequena, a inferior é maior. Este modelo geral tem excepções.
- O elemento diagonal do N é quase sempre mais curto do que nas versões romanas.
- O V=V parece um Y moderno, composto por uma haste recta e outra oblíqua ou curva, à esquerda. Influência das *Unciais*?
- Nas inscrições em pedra dos primeiros séculos, as serifas são mais finas do que as serifas «patudas» que mais tarde aparecem nos códices manuscritos.
- Existem muitas ligaduras (TI, CO, etc.) realizadas com letras sobrepostas.
- As abreviaturas não seguem um padrão geral.

A fase tardia das versais

Em contraste com as primeiras manifestações da Versal visigótica em lápides funerárias paleocristãs, a versão tardia, que abunda em manuscritos medievais na Península Ibérica, é muito mais condensada, as formas são mais refinadas e as serifas ou alongamentos são muito elegantes – e observamos uma quantidade espantosa de le-

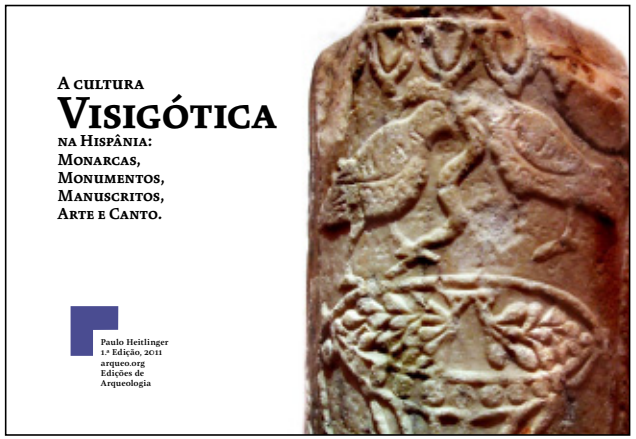
tras sobrepostas e de ligaduras. Na fase final, a letra versal visigótica apresenta ornamentos «barrocos», e terá, eventualmente, integrado alguns elementos da letra uncial. Deste modo, observamos um M redondo (usado em paralelo com um M «direito») e também o E perde por vezes a sua forma rectangular, adoptando a forma curva do E uncial.

A Minúscula visigótica

A grande diversidade de escritas que existiram por toda a Europa resultou das variações regionais sofridas pela Minúscula romana. A designação *Minúscula visigótica* é pelo menos tão errada como *Minúscula carolina*, pois ambas as grafias incluem maiúsculas.

A Escrita visigótica praticou-se em duas versões: cursiva e redonda. A forma cursiva foi usada em documentos como actas de doação, presúria, etc.; a redonda (melhor designada *caligráfica* ou *librária*), que integrou elementos da Uncial e Semi-uncial, aparece sobretudo nos códices.

A Visigótica atingiu a sua forma mais bela e solene como caligrafia librária («belle et soignée», como escreveu Franz Steffens na sua *Paléographie latine*, publicada em 1910); a variante cursiva é irregular e cheia de ligaduras.



Este artigo é um excerto do e-book «Cultura Visigótica», da autoria de Paulo Heitlinger.

A Visigótica caracteriza-se por ter ascendentes e descendentes muito longos – em relação ao corpo da letra, que é de dimensões reduzidas. A Visigótica foi escrita, no início, com cálamo; os traços verticais, horizontais e oblíquos são relativamente uniformes, não mostrando grande contraste entre elementos grossos e finos nem fracturas nas letras. Citemos dois importantes códices grafados com esta letra.

O *Códice Vigilano* (*Chronicon Albeldense*) é uma obra capital do *scriptorium* do mosteiro de San Martín de Albelda, centro cultural do reino de Pamplona. Esta compilação contém actas de concílios, decretos pontifícios, um calendário moçárabe e vários tratados. Nas páginas finais consta o nome do mosteiro e a data em que se terminou: 976. As ilustrações são de extraordinária riqueza, tanto pelo número de fólios iluminados como pela arte das miniaturas no estilo riojano.

Outro belo exemplo de escrita visigótica é o *Códice Emilianense 46* da Real Academia de la História, que contém o primeiro dicionário enciclopédico da Península Ibérica. Acabou de ser copiado (a partir do *Códice Vigilano*) em 964, no *scriptorium* de San Milán de la Cogolla (Rioja).

O primeiro documento escrito em Visigótica com datação é de 774, em Espanha; de 882, em Portugal. Os principais centros de difusão foram Toledo (capital do antigo Reino visigodo), o Mosteiro de Santo Domingo de Silos (Burgos), o Mosteiro do Lorvão (perto de Coimbra) e o Mosteiro de León.

A substituição pela Carolina

O declínio desta letra singular começou no século XI, por intolerância religiosa. Decretou-se que a *toletana* fosse substituída pela *littera gallica* (a escrita carolina) – mas a *toletana* ainda conseguiu sobreviver algum tempo.

A observância cisterciense foi introduzida em mosteiros portugueses entre 1142 e 1144. O afastamento da Visigótica e a penetração da letra carolina devem-se à reforma monástica cluniacense e à vinda para a região de Portucale de monges, militares e nobres de França. Neste reino emergente, os *scripto-*

ria das sés de Braga e de Coimbra foram no século XI os principais centros onde a Visigótica se escreveu [1]. O uso desta escrita tradicional prolongou-se pelo século XII e alastrou a centros como o *scriptorium* do Mosteiro de Santa Cruz de Coimbra.

Um dos fenómenos mais curiosos é que a Versal visigótica *sobreviveu* à Minúscula visigótica. Em vários manuscritos escritos com letras góticas monásticas (a caligrafia que acaba por substituir tanto a Visigótica como a Carolina), continuamos a verificar a existência de títulos e subtítulos grafados com a Versal visigótica – um apego a uma tradição secular de usar a *littera toletana*...

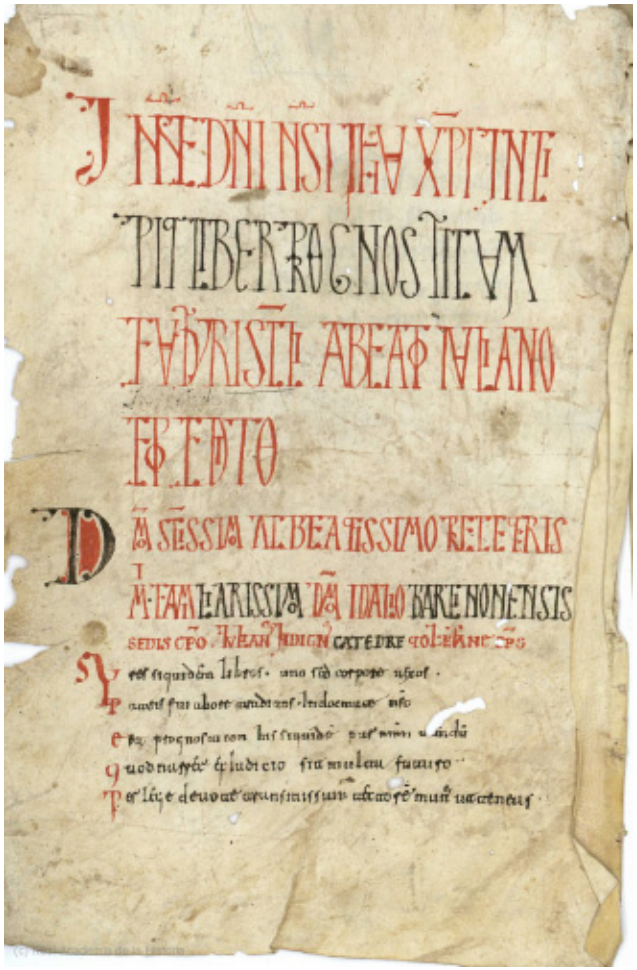
O ano de 1127 é a data em que surge em Portugal o primeiro documento redigido em letra carolina. Este primeiro testemunho da assimilação da Carolina foi originado pelas estreitas relações entre o reinado emergente de Portugal e os territórios da França, e pela forte presença dos Beneditinos.

O Sínodo de León, concílio realizado em 1091 sob a presidência do cardeal Rainer (mais tarde, papa Pascal II), proibiu a *littera toletana* (a Visigótica) na escrita de livros litúrgicos, como meio de supressão do ritual moçárabe, que nessa altura começou a ser substituído pelo ritual romano da Reforma gregoriana.

No Condado Portucalense, o arcebispo de Braga, Geraldo de Moissac, empenhou-se na substituição da liturgia visigótica-moçárabe pela romana, cumprindo o quadro da Reforma gregoriana. (Geraldo nasceu numa família nobre, na diocese de Cahors, em França; professou na abadia cluniacense de Moissac.) Geraldo de Moissac faleceu em 1108, depois de um governo curto mas intenso, em que levou a efeito um conjunto de reformas eclesiásticas e administrativas, reorganizando a escola da catedral e o cabido.

Adriana Cardoso escreve na sua obra *A língua latino-portuguesa de notários do século XI*: «Com a substituição oficial da liturgia hispânica pela liturgia romana ... os rituais, os textos litúrgicos e a própria celebração eucarística foram radicalmente alterados. A estratégia de difusão desta reforma ficou a cargo de bispos franceses que, a partir dessa altura, foram nomeados para algumas dioceses.»

Um dos aspectos mais incisivos da influência francesa foi a introdução do latim medieval reformado. Com esta reforma, a formação dos clérigos e monges foi alterada, de forma a que podessem, por exemplo, utilizar os novos livros litúrgicos redigidos num latim mais «clássico». ¶



Versais em dois tamanhos, versaletes e minúsculas Visigóticas, num dos manuscritos digitalizados e patentes no site da Real Academia da História, Espanha. Liber prognosticorum futuri seculi a beato Iuliano. De origine mortis humane. Manuscrito do século XI, cópia de uma obra de São Julián, Arcebispo de Toledo (642-690).

1) «... à data da fundação de Portugal .... existiam mais de setenta mosteiros "de tradição visigótica", alguns dos quais aderiram, progressivamente, às novas observâncias monásticas - beneditina, agostinha e cisterciense -, que viriam a implantar-se, em Portugal, no último quartel do século XI e durante a primeira metade do século XII. Embora em níveis diferentes, estas comunidades monásticas, além de centros de espiritualidade e de apoio aos núcleos de cristãos, dispersos à sua volta, constituíram também os únicos centros produtores de escrita e difusores de cultura...» José Marques. *Caminhos da escrita no Noroeste de Portugal.* Revista da Faculdade de Letras Ciências e Técnicas do Património. Porto 2006-2007, I Série vol. V-VI, pp. 291-322

Bibliografia

Almeida, F. de. *Torre de Palma: A basílica paleocristã e visigótica*. Madrid. Archivo Español de Arqueología. 44-47, pp. 103-112. 1972-74.

Alturo, Jesús. *La escritura visigótica. Estado de la cuestión*. Archiv für Diplomatik, Schriftgeschichte, Siegel- und Wappenkunde, 50. 2004.

Alturo, Jesús; Mundó, M. *La escritura de transición de la visigótica a la carolina en la Cataluña del siglo IX*. Actas del VIII Coloquio del Comité Int. de Paleografía Latina. Madrid. 1990.

Barroca, Mário Jorge. *Epigrafia Medieval Portuguesa*. Fundação Gulbenkian. Lisboa. 2000.

Bischoff, Bernhard. *Latin palaeography: Antiquity and the Middle Ages*. Cambridge University Press. Online em Google Books. A mais completa e precisa descrição das versões de escrita visigótica: minúscula, cursiva, versal.

— *Paléographie de l'Antiquité Romaine et du Moyen Âge Occidental* (Trad. de H.Atsma e J.Vezin). Paris. 1985.

— *Paläographie des römischen Altertums und des abendländischen Mittelalters*. Berlim. 1979.

— *Manuscripts and libraries in the age of Charlemagne*. Cambridge University Press. 1994.

Camino Martínez, C. del. *Los orígenes de la escritura visigótica, ¿otras posibilidades para su estudio?* Actas del VIII Coloquio del Comité Int. de Paleografía Latina. Madrid. 1990.

Collins, Roger. *La España Visigoda*. Barcelona. Crítica. 2005.

Díaz y Díaz, Manuel Cecilio. *Códices visigóticos en la monarquía leonesa*, León, 1983. Díaz y Díaz publicou, entre outras obras, *Libros y librerías en la Rioja altomedieval* (1979), *Códices visigóticos en la monarquía leonesa* (1983) e *Manuscritos visigóticos del sur de la Península* (1995).

Fernández Catón, José María. *Documentos leoneses en escritura visigótica*. Fondo del archivo del monasterio de Carrizo. Centro de Estudios San Isidoro, Consejo Superior de Investigaciones CECEL, León. 1982.

Fernández, Javier de Santiago. *La documentación epigráfica cristiana de Mértola: su datación*. Revista General de Información y Documentación. 2003, 13, Nº 1, pp 97-113.

Floriano Cumbreño, A.C. *Curso general de Paleografía y Paleografía y Diplomática españolas*. Oviedo. 1946.

Garcia Villada, Z. *Paleografía española, precedida de una introducción sobre la Paleografía latina*, 2 vol., Madrid. 1923. Reimpressão: Barcelona, 1974.

Herrero, Cecilio. *Paleografia. Escritura visigoda pirenaica*. Revista de Arch., Bibl. y Museos. Data ?

Lobo, Vicente García. *La escritura visigótica publicitaria*. Paleografía I: la escritura en España hasta 1250. Coord. por José Antonio Fernández Flórez, Sonia Serna, 2008.

Maciel, Manuel Justino. *As pedras visigóticas de Eira Pedrinha – Conímbriga*. Separata da Revista da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas/UNL. Lisboa. 1993.

— *Arte romana tardia e paleocristã em Portugal*, Dissertação em História. Lisboa. Universidade Nova. 1993.

— *Antiguidade Tardia e Paleocristianismo em Portugal*. Lisboa. 1996.

Marques, José. *Caminhos da escrita no Noroeste de Portugal*. Revista da Faculdade de Letras Ciências e Técnicas do Património. Porto. 2006-2007. I Série vol. V-VI, pp. 291-322.

Mattoso, J. *Religião e Cultura na Idade Média Portuguesa*, Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda. 1982.

— *Monges e clérigos portadores da cultura francesa em Portugal (séculos XI e XII)*. Actes du Colloque 'Les rapports Culturels et Littéraires entre le Portugal et la France', 1983. Reimpr. in Mattoso, J. 1985. *Portugal Medieval. Novas Interpretações*, Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda, pp. 365-388.

Millares Carlo, Agustín. *Tratado de Paleografía española*, vol. I: Texto; vol. II: Láminas. Madrid. 3ª edição. 1983.

— *Paleografía Española. Ensaio de una Historia de la Escritura en España desde el siglo VIII al XVII*. Vol. 1. Barcelona, 1929.

— *Corpus de códices visigóticos*. Las Palmas de Gran Canaria, 1999.

— *Consideraciones sobre la escritura visigótica cursiva*. Centro de Estudios e Investigación San Isidoro, Archivo historico diocesano de León. 1973

Miranda, Maria Adelaide (coord.) *A Iluminura em Portugal: identidade e influências*: Catálogo da exposição, 2 volumes. Lisboa. Biblioteca Nacional. 1999–2001.

Moreno, Manuel Gómez. *La documentación goda en pizarra*. Boletín de la Real Academia Española. Tomo 34, Cuaderno 141, pp. 25–58. 1954.

— *Las primicias del arte cristiano español*. 1966.

Mendo Carmona, Concepción. *La escritura como vehículo de cultura en el Reino de León (S. IX-X.)*. Dissertação de doutoramento. 2002. eprints.ucm.es/tesis/19911996/H/0/AH0024701.pdf

Mentre, Mireille. *La Peinture mozarabe*. Paris. Presses de l'Université de Paris Sorbonne. 1984.

– *The Illuminated Manuscripts of Medieval Spain*.

Mundó, A.M. *Notas para la historia de la escritura visigótica en su periodo primitivo*. In: Bivium. *Homenaje a Manuel Cecilio Díaz y Díaz*, p. 181. Madrid. 1983.

Navascués, Joaquín María. *La fecha del epígrafe emeritense de la mártir Eulalia*. Empúries: Revista de món clàssic i antiguitat tardana, Any: 1949 nº 11. 1949

— *El concepto de la Epigrafía. Consideraciones sobre la necesidad de su ampliación*. Madrid. 1953.

Núñez Contreras, Luis. *Manual de Paleografía. Fundamentos de Paleografía Latina hasta el siglo VIII*. Madrid. 1994.

Pareira, F.M. Esteves. *Os Manuscritos Iluminados*, In: Miranda, Maria Adelaide (coord.) *A Iluminura em Portugal, Catálogo da Exposição do Arquivo Nacional da Torre do Tombo*, Ed. Figueirinhas. Porto e Lisboa. 1990.

Reynolds, L. D.; Wilson, N. G. *Scribes and Scholars. A Guide to the Transmission of Greek and Latin Literature*. 3ª edição. Nesta excelente obra, os autores salientam que a letra visigótica teve pouca importância na transmissão dos textos literários, filosóficos e científicos da Antiguidade clássica; esta missão ficou reservada à Carolina, no contexto da renascença cultural impulsionada pelo imperador franco Carlos Magno.

Santiago Fernández, Javier de. *Materia y elementos iconográficos en las inscripciones cristianas de Mértola*. Documenta & Instrumenta, 2, pp. 193–226. 2004.

— *La Escritura de las Inscripciones Cristianas de Mértola*. Documenta & Instrumenta, 3, pp. 187-215. 2005.

Santos, Maria José Azevedo. *Da Visigótica à Carolina – a escrita em Portugal de 882 a 1172: Aspectos técnicos e culturais*. Coimbra, Universidade de Coimbra, Faculdade de Letras. 1988.

— *Ler e compreender a escrita na Idade Média*. Lisboa. Colibri. 2000.

— *Os 'Clérigos-Notários' em Portugal (séculos XI e XII)*. Actas do II Congreso Hispánico de Latin Medieval, León: Universidad de León, vol. 1, pp. 25-38. 1998.

Schlunk, H.; Hauschild, T. *Hispania antiqua. Denkmäler der frühchristlichen Zeit*. Mainz. Philipp von Zabern. 1978.

Steffens, Franz. *Paléographie latine*. Paris. Trèves. 1910.

Stiennon, J. *Paléographie du Moyen Âge*. Paris. 1973.

Torres, Cláudio. *Museu de Mértola. Basílica paleocristã*. Mértola. Campo Arqueológico de Mértola. 1993.

— *Núcleo visigótico*. Beja. Museu Regional de Beja. 1993.

Torres, Cláudio; Macias, Santiago (editores). *Museu de Mértola, Basílica Paleocristã*. Mértola. Campo Arqueológico de Mértola. 1993. Uma interessante e bem ilustrada monografia sobre o monumento paleocristão/visigótico de Mértola e a sua extraordinária colecção de lápides funerárias.

Thompson, E.A. *The conversion of the Visigoths to Catolicism*. Nottingham Medieval Studies 4 (1960) pp. 4–35.

— *Los Godos en España*. Madrid. Alianza. Serie Humanidades. 2007.

Cursos & Workshops

Workshops & Courses

Dá Asas à tua Voz!

– Técnica vocal para coralistas
– Respiração correcta
– Conselhos e dicas de Canto Coral

«Dá Asas à tua Voz» é um Workshop vocacionado para grupos corais amadores e semi-profissionais, interessados na técnica vocal vocacionada para o canto coral.
O Canto Coral é uma divertida actividade para amadores, mas é vocalmente exigente!

A «manutenção» do instrumento «voz», para além do treino feito nos ensaios corais, é uma vantagem que qualquer coralista devia de beneficiar.

O workshop ajuda a conhecer melhor a voz, introduz exercícios fáceis e eficientes para melhorar a voz, a articulação e a respiração.

No workshop "Dá Asas à tua Voz", os participantes são leccionados em grupo, e vão beneficiar dos seguintes tópicos:

- Técnica vocal (respiração, articulação, etc.)
- Técnicas usadas no Canto Coral
- Exercícios de aquecimento
- Afinação e apuramento da sonoridade coral
- Aplicação dos tópicos no repertório praticado pelo coro

Com este workshop, os participantes estarão aptos a:

- Conhecer melhor o seu potencial de voz e
- saber como incrementar esse potencial.
- Usar a voz com mais facilidade e autonomia.
- Usar conscientemente os mecanismos de formação de voz.
- Usar a voz com mais eficiência nos ensaios corais e concertos.
- Dominar com maior fácilidade o repertório coral já conhecido.

O Workshop pode ser realizado durante um dia, ou num fim-de-semana (dois dias). O programa do workshop é feito à medida: para coros juvenis, coros adultos, coros semi-profissionais.
A Profª Birgit Wegemann, a orientadora, elabora um plano de trabalho especifico, tendo em conta as necessidades do grupo.

Para mais informações, contacte:
Birgit Wegemann
TM 91.632. 4452
Porto, Portugal
email: *musicanta@gmail.com*

A docente Birgit Wegemann

Alguns coros que já fizeram o workshop:

- Coral do Instituto de Ciências Biomédicas Abel Salazar (CICBAS), Porto.
- Grupo Coral Ossónoba, Faro.
- Pequenos Cantores da Maia, Maia.
- Coro da Academia Tempus, Ermesinde.
- Coro Amigos do Museu, São Brás de Alportel, Algarve.
- Coro Internacional de Aljezur, Aljezur.
- Kirchenchor St. Paulus, Voerde, Alemanha.
- Chor "Haste Töne", Dinslaken, Alemanha.

Depois de uma sólida formação como cantora lírica na prestigiada Folkwang Hochschule, Alemanha, e no Koniglike Vlaamse Muzikconservatorium, Bélgica, e duma carreira de actuações em salas de concerto internacionais, a cantora alemã dedicou parte dos últimos anos ao estudo e à prática do Ensino do Canto e Técnica Vocal.
De 2003 até 2010 trabalhou como docente no Conservatório Regional do Algarve Maria Campina, na Academia de Música de Lagos e no Conservatório Joly Braga Santos de Portimão.
Trabalhou como docente na disciplina «Voz» do Balleteatro no Porto e como orientadora de Técnica Vocal do Coral do Instituto de Ciências Biomédicas Abel Salazar (CICBAS), Porto.
Na Alemanha deu workshops de Canto, Canto Coral e de Técnica Vocal. Em Portugal trabalha com coros juvenis e adultos.
Realizou palestras sobre a Saúde vocal na Escola Superiore de Saúde de Faro e do Sindicado Sindup em Albufeira.
Actualmente é membro do Coro Casa da Música no Porto.
Além de realizar recitais com programas próprios, é membro fundador do ensemble L'Antico Affetto, especializado no repertório vocal com acompanhamento instrumental da Europa dos séculos XVI e XVII.

Contacto:
Birgit Wegemann
Porto, Portugal
email: *musicanta@gmail.com*
www.musico.de
TM: 91 632 44 52

Um exemplo do workshop, neste caso adaptado a um coro juvenil.

Paginação profissional com InDesign, Módulo Central

Curso livre, com a duração de dois dias. Das noções elementares até ao layout profissional: este workshop integra todas as componentes para desempenhar profissionalmente as tarefas do Design editorial contemporâneo, com as seguintes componentes:

— Tipografia digital: fontes, formatos, cortes, estilos. Selecção de tipos adequados.
— Regras de Composição. Espaçamentos e justificações. Grelhas.
— Layouts para cartazes, prospectos, rótulos, brochuras e livros. Newsletters e periódicos (jornais, revistas).
— Os passos para um Branding e/ou Corporate Design coerentes.
— Boas Práticas Tipográficas: onde observar as regras, onde ultrapassá-las. Como visualizar hierarquias de conteúdos.
— Digitalização, preparação e posicionamento de imagens e gráficos vectoriais.
— ***Colour management*** desde a imagem original até ao documento final. Separação de cores correcta. CMYK e Pantones.
— Pré-impressão e Arte final: os segredos do "bom acabamento". Fotólitos e CPT.
— As virtudes do novo formato PDF/X, com controlo de qualidade.

Os mestres da Tipografia criaram um grande leque de opções para tudo o que é relativo às letras, às imagens, tabelas e ilustrações, e aos espaços livres que compõem uma «paginação».

Mas quais são as formas adequadas para compor — aqui e hoje — uma revista, um newsletter, uma brochura, um anúncio? Quais são os layouts de sucesso dos profissionais?

Quais são as diferenças entre o Design editorial para impressos e o On-screen design?

Dos milhares de typefaces digitais hoje disponiveis, quais são os mais adequados para dada tarefa? Que importância se deve dar à legibilidade, à hierarquia visual, aos trends e modas actuais?

Como usar racionalmente grelhas, com defini-las? Como parametrizar o InDesign, para obter a sua melhor performance?

Porque é que se deve preferir uma fonte OTF a uma TTF? Como se faz a gestão racional de fontes? E para que servem os SC, Swash, OSF e Titlings?

Não perca esta excelente oportunidade para por em dia os seus conhecimentos teóricos e práticos. Actualize o seu know-how num curso prático inédito.

Todos os pormenores apresentados no curso são sempre postos em prática através de exercícios feitos no PC.

Este workshop com a duração de dois dias é oferecido em:

Setembro 2012
Outubro 2012

Peça informações!

Quando fizer a sua inscrição por email, por favor indique a(s) data(s)!

Duração: 14 horas (2 dias x 7 horas)
Computadores: Mac ou PC-Windows
Este workshop realiza-se nas instalações do docente em Porto, Portugal.
Custo: 150 Euros por participante
Docente: Dr. Paulo Heitlinger
Inscrições: pheitlinger@gmail.com
Mais informações online: www.tipografos.net/workshops
Software CS5/CS6: Adobe InDesign, Photoshop, Illustrator.

Aos participantes é passado um Certificado de Participação.

Paginação profissional com InDesign, Módulo Avançado

Curso livre, com a duração de um dia. Complementar ao «módulo central». Este workshop integra as componentes para desempenhar as tarefas do Design Editorial com documentos complexos e funções avançadas, assim como a integração de interactividade acrescida. Documentos print e «e-books».

— Tipografia digital: fontes OpenType, como explorar as funções avançadas. Escolha de fontes para leitura *on-screen*. Hinting e anti-aliasing.
— Domínio das funções avançadas do InDesign CS5/CS6. Apresentação e exercícios.
— Gestão de documentos complexos, com vários capítulos, como um livro, por exemplo. Partilha de Paragraph e Character Styles, assim como de Object Styles. Númeração continuada de páginas e de capítulos.
— Índices de temas, índices remissivos, para o documento com múltiplas partes.
— Referências cruzadas coerentes.
— Integração de hyperlinks.
— Integração de multimédia e vídeos. Formatos e opções.
— Produção de Electronic Books: formatos e opções. Cores RGB adequadas.
— As virtudes do novo formato PDF/Interactive.

Não perca esta excelente oportunidade para pôr em dia os seus conhecimentos teóricos e práticos. Actualize o seu know-how num curso prático inédito. Todos os pormenores apresentados são sempre postos em prática através de exercícios feitos no PC.

O curso é leccionado por Paulo Heitlinger, profissional com vasta experiência internacional no campo do Design editorial profissional e do Typeface Design. Autor das obras de referência «Tipografia», «Alfabetos», «LAYOUT - Design editorial» e «Typeface Design».

Este workshop com a duração de um dia é oferecido como complementar ao «Módulo Central», que tem a duração de dois dias (veja página anterior). Vagas disponíveis em

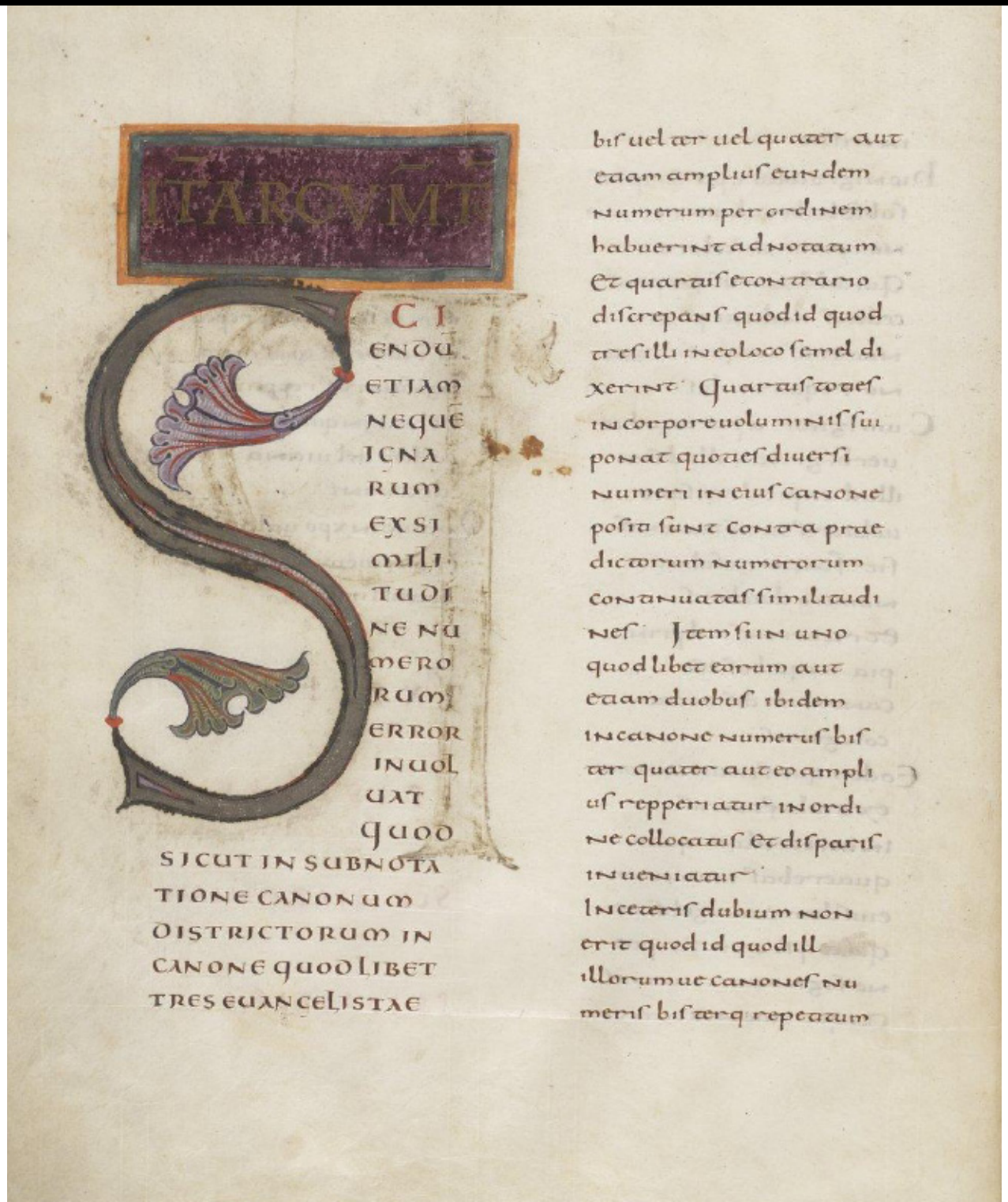
Setembro 2012
Outubro 2012

Peça informações!
Quando fizer a sua inscrição por email, por favor indique a data desejada!

Duração: 1 dia, 6 horas
Computadores: Mac ou Windows
Este workshop realiza-se nas instalações do docente em Porto, Portugal.
Custo: 60 Euros por participante.
Inscrições: pheitlinger@gmail.com
Mais informações online: www.tipografos.net/workshops
Software: Adobe CS5/CS6: InDesign, Photoshop, Illustrator.

Aos participantes é passado um Certificado de Participação.

Livros
Books



ITARCVMT

SICUT IN SUBNOTATIONE CANONUM DISTRICTORUM IN CANONE QUODLIBET TRES EUANGELISTAE

CIENDU ETIAM NEQUE ICNARUM EXSIMILITUDINE NUMEROROUM ERROR INUOLUAT QUOD

bis uel ter uel quater aut etiam amplius eundem numerum per ordinem habuerint ad notatum et quartus econtrario discrepans quod id quod tres illi in eo loco semel dixerint Quartus tres in corpore uoluminis sui ponat quotes diuersi numeri in eius canone posita sunt contra praedictorum numerorum continuatas similitudines Item si in uno quodlibet eorum aut etiam duobus ibidem in canone numerus bis ter quater aut eo amplius repperiatur in ordine collocatus et dispariss inueniatur In ceteris dubium non erit quod id quod illorum ue canones numeris bis terq repetatum

LAYOUT
Design Editorial

Manual de Design editorial, Boas prácticas de Composição e Regras Tipográficas.
400 páginas. E-book paginado em DIN A4 ao largo – ideal para ler on-screen.

Este livro é o primeiro e-book da *tipografos.net*. O primeiro Manual prático de layout escrito em português, sobre paginação, composição e design editorial. Com dicas para aplicar os temas demonstrados com o software de paginação InDesign CS5/CS6. Um livro competente, escrito por um autor com 25 anos de prática profissional no sector. Em português!

Prometido é devido! No seu livro «Alfabetos», Paulo Heitlinger tinha anunciado que iría publicar um livro prático, um Manual de Design editorial. Aqui está!

«As experiências negativas feitas com várias editoras portuguesas levaram-me à conclusão que não vale a pena estar a imprimir livros, que nunca chegam aos seus leitores. Demasiado caros, mal impressos, sem uma distribuição global e abrangente.» A solução é – obviamente – distribuir e vender os livros em formato digital. Por essa razão, «Layout» será vendido exclusivamente em formato PDF, através do web-site *www.tipografos.net*.

Curioso? Então faça o download grátis das primeiras 25 páginas, que incluem o Índice de Temas, dando-lhe uma visão da abrangência de temas deste livro de 370 páginas.

Interessado em comprar? Dentro da campanha promocional durante a fase introdutória deste livro, o e-book é vendido por 20 Euros. Portanto, não hesite!

Mande um email ao autor Paulo Heitlinger, para obter todos os detalhes sobre a forma de pagamento e os pormenores relativos ao download do seu exemplar pessoal.

P. Heitlinger – email: *pheitlinger@gmail.com*

Também pode fazer o pagamento através do sistema PayPal.

Tipos & Fontes

Manual de Typeface Design, caligráfico e tipográfico, de Paulo Heitlinger. 2012.
O Manual escrito em português que todos esperavam. 500 páginas.
E-book, formato DIN A4 ao largo – ideal para ler on-screen.

Este livro, concebido como um manual prác-tico, cruzado com uma introdução histórica e completado com um extenso mostruário de 100+ fontes digitais, abrange os seguintes temas:

- Letras = riscos?
- Evolução dos alfabetos fonéticos
- Letras romanas: classificação sob aspectos formais e funcionais. Tipometria básica.
- Anatomia e estrutura das letras. Proporções e relações mútuas.
- Dos tipos de metal às fontes digitais: semelhanças e diferenças.
- Caligrafia e geometria. As formas produzidas por um cálamo ou uma pena de ave.
- Como alcançar legibilidade? Factores que determinam as «formas típicas» das letras.
- Desenhar letras com papel e lápis. Exercícios práticos de construção de letras.
- Tipografia digital: fontes, formatos, cortes, estilos.
- Primeiros exercícios com pixel fonts digitais, realizados com o software online FontStruct. Pensar em módulos microtipográficos.
- Genealogia práctica: derivar as formas das letras numa sequência de produção.
- Domínio da ferramenta de typeface design FontStudio para desenho vectorial.
- As particularidades do OpenType: versaletes, algarismos antigos, Swash, ligaduras, etc.
- O Tracing de scans. Depois da digitalização, preparação e posicionamento de gráficos vectoriais.
- Curvas Bézier.
- Teste de fontes.
- Sidebearings, Tracking e Kerning. Pares de kerning.
- Ligaduras e formas contextuais.
- Do esboço ao produto final: Produção sistemática de fontes digitais.
- Extenso Glossário da terminologia tipográfica.
- Os mais belos alfabetos. Uma selecção das mais bem conseguidas criações, de Gutenberg até hoje.

Preço para uma licença: 25 Euros .
http://tipografos.net/ebooks/tipos-e-fontes.html

Design Gráfico em Portugal, 1870 a 1970

Os primeiros cem anos da evolução das «artes gráficas» em Portugal. Das revistas satíricas de Bordalo Pinheiro aos posters de Sebastião Salgado. 500 páginas (!) plenas de exemplos gráficos e informação textual sobre:

Rafael Bordalo Pinheiro, Litografia, Revistas humorísticas. Revistas ilustradas. Raul de Caldevilla. Almada Negreiros, Fred Kradolfer, Publicidade, anos 20 e 30, Design fascista, O Snr. Ferro, o SPN / SNI. Publicações estrangeiras em português: a revista fascista Sinal. Emmérico Nunes, Jorge Barradas, Piló, Thomaz de Mello. Anos 20: as bonecas Art Déco. Maria Keil. Stuart Carvalhais. Desenhos humorísticos, Banda Desenhada, Cartazes. Art Déco em Portugal, arquitectura e decoração. Design de Produto: exemplos. A Casa Serralves, o Café Imperial. Bernardo Marques. Revista Panorama, Revista Civilização. «Arte popular portuguesa», uma discussão. Sebastião Rodrigues. Desenho de Letras. As fontes Cantoneiros, Bertrand, Vitalis. Índice Remissivo. Bibliografia / web-sites.

E-book, PDF em formato DIN A4 ao largo, ideal para leitura on-screen, e para projecção por Datashow.

Referência imprescindível para estudantes e docentes do Design de Comunicação, Ciências da Comunicação, Marketing, Publicidade, Belas Artes, História do século XX. Uma compilação de imagens e textos, de Paulo Heitlinger.

1ª edição: Agosto de 2012. Preço: 35 Euros.
(Para estudantes: 25 Euros).
Distribuição: www.tipografos.net

Megalitismo. Antas, menires e cromeleques.

Um guia para o Mesolítico e o Neolítico em Portugal

Um e-book da arqueo.org, da autoria de Paulo Heitlinger. Um livro em formato digital, invulgar, reunindo vários usos: roteiro e guia de viagem, livro de estudo, compêndio de Arqueologia, fonte de material didáctico e informativo para professores e estudantes. Textos, fotos e paginação de Paulo Heitlinger. Com ilustrações do prestigiado ilustrador suíço Marco Schaaf.

Os livros da arqueo.org são uma série inédita. Moderna. Eficiente. Livros de qualidade, em formato digital. Para estudar em casa, na escola, na universidade – e para levar de férias, a explorar a Pré-História e a História. Publicamos de modo efectivo, sem a intervenção de editoras. Portanto, sem custos acrescidos. Em formato PDF – prático e eficiente. Conheça e desfrute a colecção.

O primeiro titulo da série surgiu em Julho de 2001. Para fornecer a todos os interessados um óptimo guia sobre o Neolítico e os monumentos megalíticos: antas, menires e cromeleques, para melhor desfrutarem um boas férias arqueológicas.

A Alvorada da Civilização na Península Ibérica é o tema que esta publicação documenta com textos e fotografias. Portugal é um dos países europeus que encerra um valioso património megalítico; inúmeras antas, menires e cromeleques testemunham uma etapa crucial na evolução das nossas sociedades pré-históricas. São esses os monumentos–especialmente os visitáveis–que discuto e mostro.

Os textos explicam as evoluções sociais que originaram estas impressionantes construções, quando os Neolíticos experimentavam, pela primeira vez, fazer Arquitectura. O pano de fundo destas manifestações culturais foi uma das mais drásticas modificações do comportamento humano: a Revolução Neolítica, que levou o Homem a diminuir a caça e pesca, deixar de ser nómada, para se tornar o que é hoje: um ser sedentário, ligado à terra e à exploração sistemática dos recursos naturais.

Anúncio

Os livros da arqueo.org são uma série inédita. Eficiente. Livros de alta qualidade, em formato digital: PDFs com interactividade acrescida, com links internos e externos. Para estudar em casa, na escola, na universidade, para ler em viagem – e para levar de férias, a explorar a Pré-História e a História. Carregue o seu PC, Notebook ou Tablet com estes fabulosos livros..

Cerca de 250 fotografias.
170 páginas, formato DIN A4.
Preço de uma licença: 15 Euros.
Distribuição: **www.arqueo.org/livros**

Se desejar adquirir um exemplar, envie um email a pheitlinger@gmail.com

Dos mesmos autores que publicam e dinamizam os Cadernos de Design e Tipografia:

Os Romanos na Península Ibérica

Cidades, monumentos, villas e museus. Um guia para visitar o legado romano em Portugal e Espanha

Textos de Birgit Wegemann; fotos e paginação de Paulo Heitlinger. 250 páginas, formato DIN A4. Cerca de 350 fotografias. Um óptimo guia sobre a Época Romana na Península Ibérica, para estudo e visitas.

Preço para uma licença: 15 Euros.

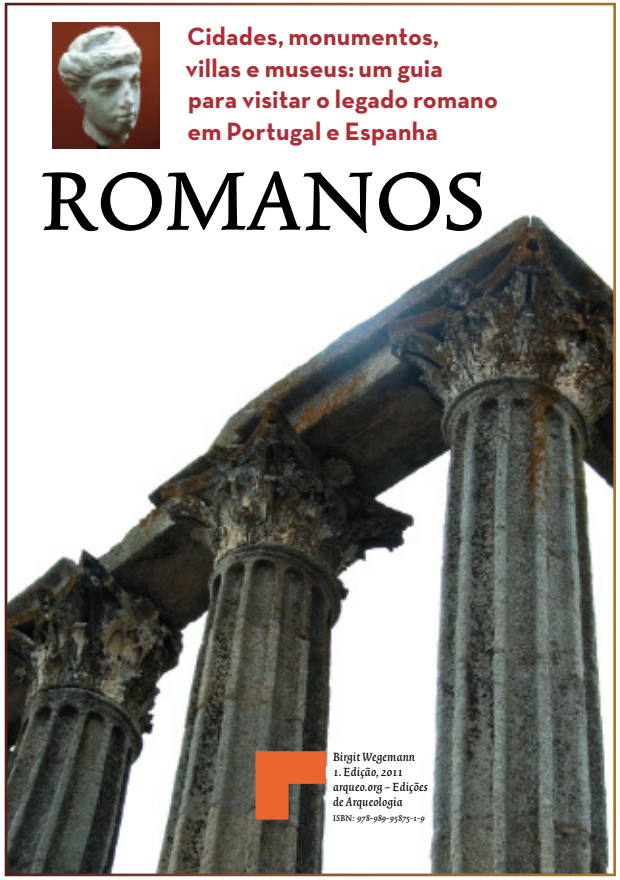
ISBN: 978-989-95875-1-9

Faça o download do Índice de Temas e das primeiras páginas do capítulo 1 em *www.arqueo.org/livros*

O segundo título da série de e-books da arqueo.org surgiu a tempo de fornecer a todos os interessados um óptimo guia sobre as cidades, monumentos, centros de produção, *villas* e museus, para melhor desfrutarem umas boas «férias arqueológicas».

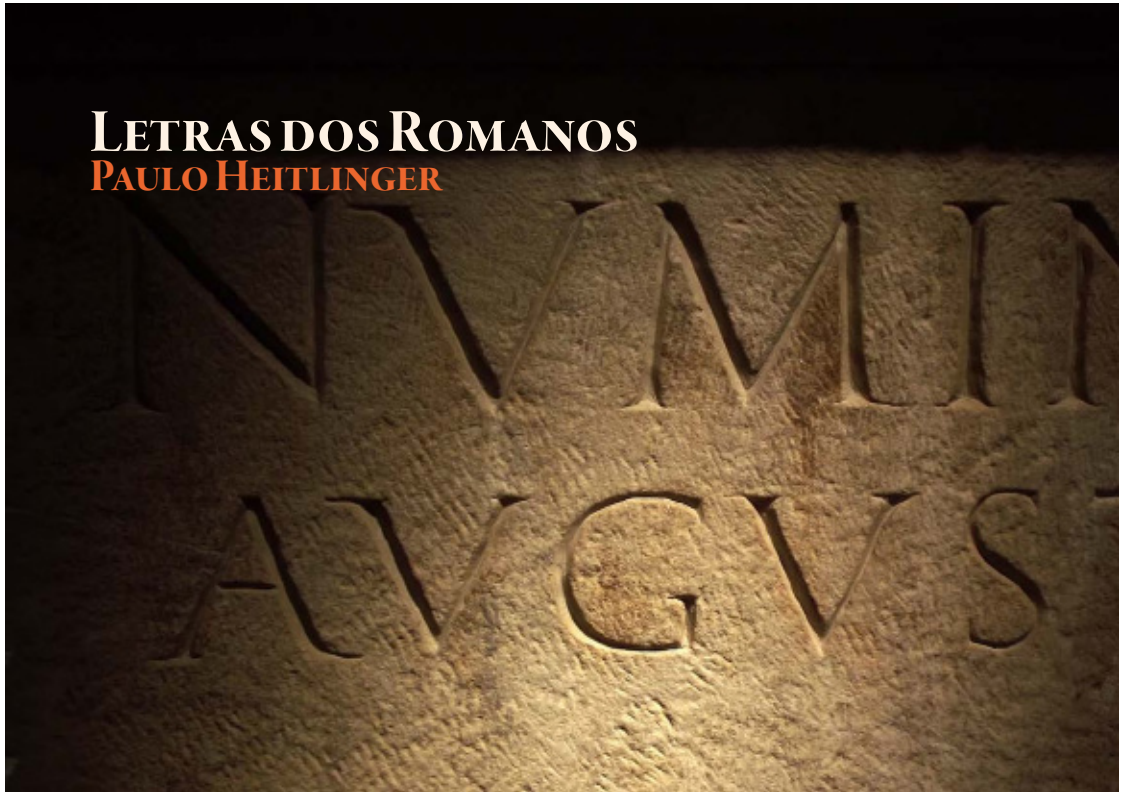
Os livros da arqueo.org são uma série inédita. Moderna. Eficiente. Livros de qualidade, em formato digital. Excelentes conteúdos, preços muito baixos. Para ler e estudar em casa, no campo, no museu, na escola, na universidade — e para levar de férias, a explorar a Pré-História e a História. Publicamos de modo efectivo, sem a intervenção de editoras. Portanto, sem custos acrescidos. Em formato PDF — prático e eficiente. Texto completo, com Índice remissivo, Glossário de termos latinos, Bibliografia e muito mais.

Última versão, actualizada: Agosto de 2012.



Conheça a colecção dos e-books da aqueo.org. Os livros, cuidadosamente redigidos e paginados, são regularmente actualizados.

Keywords: arqueologia, antropologia, estudos sociais, roteiros, cultura e economia romana, antes dos Romanos, romanização, colonização, castros, cultura castreja, fenícios, legionários, império romano, imperadores, leis municipais, lusitanos, centros de produção, cidades, villas, museus, ânforas, garum, vidros, produção de peças de vidro, cerâmica, terra sigillata, olarias, alvenaria, pontes, estradas, rede viária, miliários, mosaicos, estátuas, sociedade, moda, família, imperadores, religiões, crenças, superstições, epigrafia, letras romanas, Paleo-cristianismo, Mitraismo, escultura, pintura, Mérida, Conímbriga, Olisipo, Braga, Sines, Silves, Miróbriga, Baelo Claudia, Milreu, Faro, Mértola, São Cucufate, Cerro da Vila, Balsa/Tavira, Itálica, Silves, Ilha do Pessegueiro, Segóvia, Sevillha, Torre da Palma, Tarragona, Tongóbriga, Troia, Briteiros, Sanfins, Latim-Português, glossário.



Letras dos Romanos

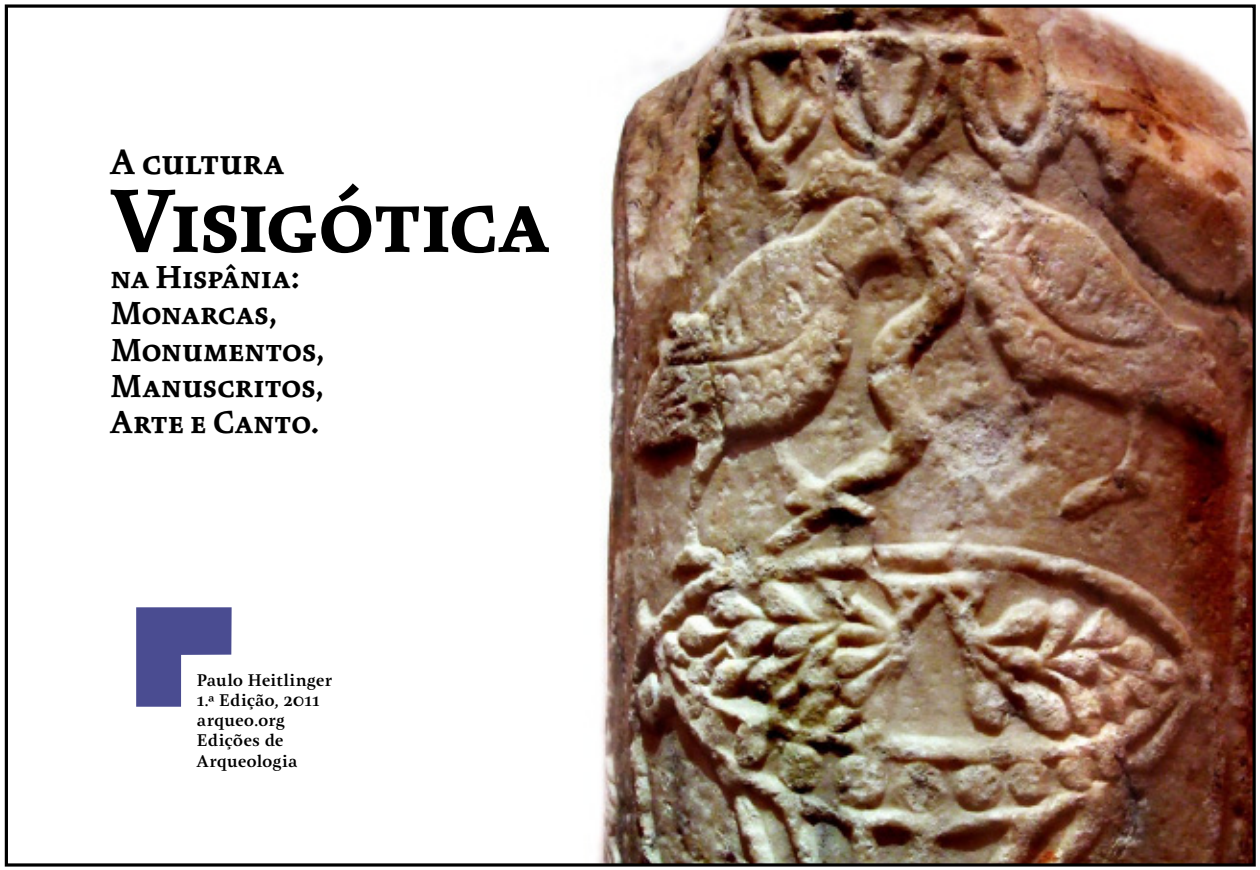
Epigrafia é a ciência auxiliar da Arqueologia que estuda e classifica as inscrições, sejam elas desenhadas, pintadas, riscadas, gravadas, fundidas, feitas em incisão ou em relevo, aplicadas sobre metal, pedra, madeira, osso, cerâmica, mosaico, vidro ou qualquer outro suporte. Os especialistas explicarm as inúmeras contribuições que a Epigrafia tem feito para a Arqueologia, a Linguística, as Ciências Sociais e várias outras disciplinas. Que o estudo das letras antigas, especialmente o das romanas, tem sido uma contribuição essencial para a Caligrafia e a Tipografia, escapa à atenção dos epigrafistas, que normalmente não se interessam, nem pelo aspecto artístico do que estudam, nem pela importância que uma lápide de mármore possa ter para o Design de Comunicação. Além disso, o arqueólogo que estuda a história dos Romanos, raramente se interessa pela Renascença ou pelo século xx. Faltam abordagens multidisciplinares. A missão deste e-book é construir uma ponte entre os estudos epigráficos «clássicos» e os estudos feitos para perceber as formas gráficas e a estética das letras romanas.

A Epigrafia clássica valoriza as inscrições elaborados pela mão experiente do artífice que desenha as letras. Neste livro, Heitlinger também dá protagonismo às inscrições repetidas, que os Romanos conseguiam facilmente fazer usando moldes, estampas e punções. Deste modo se imprimiam curtos trechos de texto, marcas e «logótipos» em peças de cerâmica, por exemplo.

Este tipo de inscrições, repetidas pelo uso de um molde, alertam-nos para o facto que uma parte importante da economia romana se baseava na produção de artefactos em série...

A selecção de lápides e outros suportes aqui apresentadas concentra-se no património arqueológico e histórico de Portugal e Espanha. Porque alguns leitores terão a motivação de ver, por si próprios, a beleza das letras gravadas nessas pedras, disfrutando um prazer que é difícil de captar em palavras. Claro que também foram incluídos exemplos fotografados na Itália, França, Alemanha, Reino Unido, África, etc.

Um e-book de Paulo Heitlinger, à venda em www.arqueo.org. Preço: 15 euros.



A Cultura Visigótica

Uma introdução à cultura vigente em Portugal e Espanha entre 400 e 1100 n.E.

Sobre esta época não existe quase nenhuma informação impressa e acessível ao grande público. Depois de intensivas pesquisas, realizadas ao longo de largos seis anos, o autor revela-nos os restos visivéis de uma cultura híbrida que integrou elementos da Antiguidade Tardia, do Paleocristianismo, dos povos germânicos (Visigodos e Suevos), da cultura greco-bizantina, assim como elementos chamados moçárabes. Desta confluência surgiu uma cultura sui-generis que se expressou numa forma única de Escrita, em testemunhos de Arquitectura e das Artes Aplicadas. Conheça as estelas de Mértola. Os monumentos das Astúrias. As igrejas do Norte de Portugal e a Sul do Tejo. A arte da ouriversaria. O Antifonário de León e o Canto Moçárabe. Os testemunhos achados em Toledo, antiga capital do reino visigodo. Os «Beatus» do século XI. As particularidades da Escrita visigótica. Os mais importantes monumentos da época, em Portugal e na Espanha.

Textos, fotos e paginação de Paulo Heitlinger. Um e-book da arqueo.org, um livro em formato digital, invulgar, reunindo vários usos: roteiro e guia de viagem, livro de estudo, compêndio de Arqueologia, fonte de material didáctico e informativo para professores e estudantes.

Cerca de 250 fotografias/ 250 páginas.

PDF em formato DIN A4, ao largo.

Preço: 15 Euros.

Distribuição: **www.arqueo.org/livros e www.tipografos.net**