

Dadaísmo

Inés Kaplún

Datos Básicos del Dadaísmo

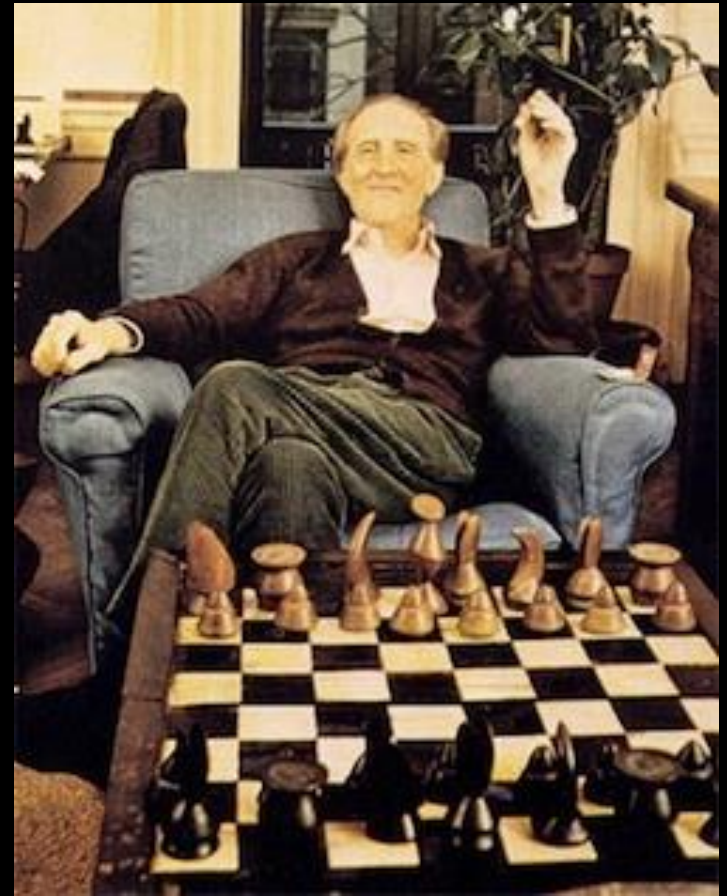
- Fecha de inicio y finalización: 1916-1919
- Zonas y lugares: Zurich, Suiza (Cabaret Voltaire), París, Berlín.
- Principales referentes:
 - Literatura: Hugo Ball, Tristán Tzara, Jean Arp
 - Artes plásticas: Marcel Duchamp, Francis Picabia, Hannah Höch, Jean Arp, Raoul Hausmann

Características generales

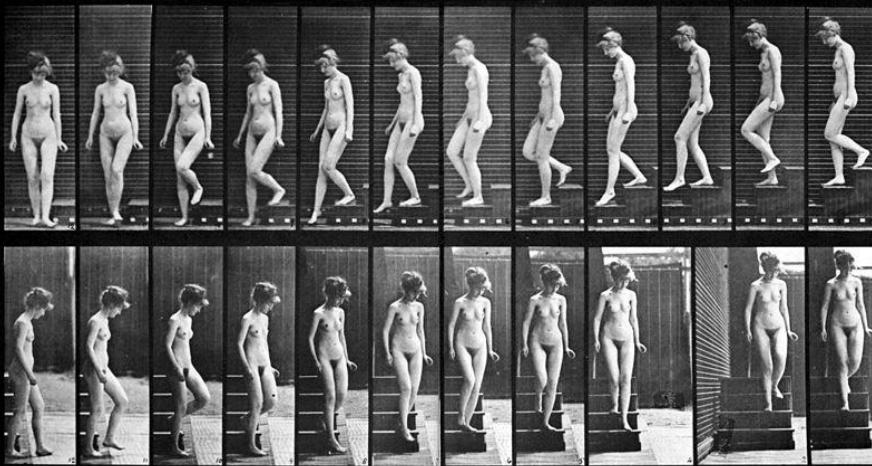
- Iconoclasismo
- Metodología de la negación = Antiarte.
- Provocación
- Nihilismo
- Movimiento anti burgués
- Gestos y acciones dadaístas (dadá como modus vivendi)
- Primitivismo iniciático (dadá = onomatopeya emitida por bebés)
- Los alemanes agregan la técnica del fotomontaje.

Marcel Duchamp (1887-1968)

- Artista y ajedrecista francés.
- exaltó el valor de lo coyuntural, lo fugaz y lo contemporáneo
- Creación artística como puro ejercicio de la voluntad
- Nunca dijo ser dadaísta
- Antecesor del arte conceptual
- Comenzó pintando de manera fauvista y tuvo un periodo cubista.
- Reírse de todo, incluso de el mismo.



- Desnudo bajando una escalera.
- 1912.
- Philadelphia Museum of Art.
- E.J.Muybridge 1887

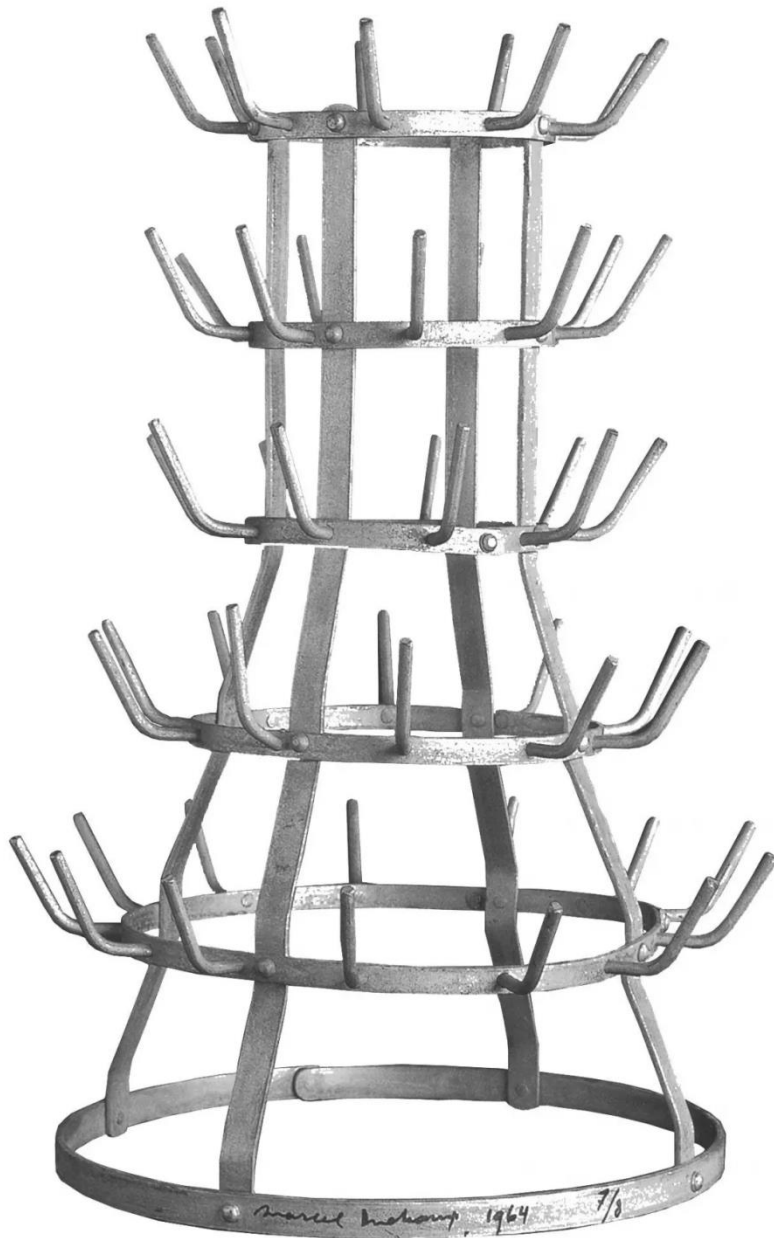




Ready Made

- Rueda de bicicleta
- 1913
- 129.5 x 63.5 x 41.9 cm
- Obra original perdida.
Versión de 1951
- MoMA, Nueva York
(Estados Unidos)

- “Ver que la rueda giraba fue muy relajante, muy reconfortante. Me gustó la idea de tener una rueda de bicicleta en mi estudio. Disfrutaba mirándola, igual que disfrutaba mirando las llamas bailando en una chimenea. Fue como tener una chimenea en mi estudio.”



El verdadero ready-made

- Botellero
- Francia, 1914
- Título original:
Egouttoir ; Séchoir
à bouteilles ;
Hérisson
- Museo: Art
Institute of Chicago,
Chicago (Estados
Unidos)
- 64 x 42 Ø cm.

- “Les arrojé a la cabeza un urinario como provocación y ahora resulta que admiran su belleza estética...”. 1917



THE EXHIBIT REFUSED BY THE INDEPENDENTS

- La fuente
- Marcel Duchamp
- 1917
- 63 × 48 × 35 cm.
- Exposición anual de la Sociedad de Artistas Independientes
- Todo aquel que pagara 6 dólares tenía derecho a entrar

- L.H.O.O.Q.
- 1918
- Musée National d'Art Moderne, Centro Georges Pompidou, París.
- « Elle a chaud au cul » (Ella tiene el culo caliente)



L. H. O. O. Q.

- Preludio de un brazo roto
- 1915
- The Israel Museum, Jerusalem



- La novia desnudada por sus solteros o El gran vidrio.
- Marcel Duchamp
- Pintura al óleo, Alambre, Barniz, Lámina de metal, papel aluminio, fusible y polvo
- 1915-1923

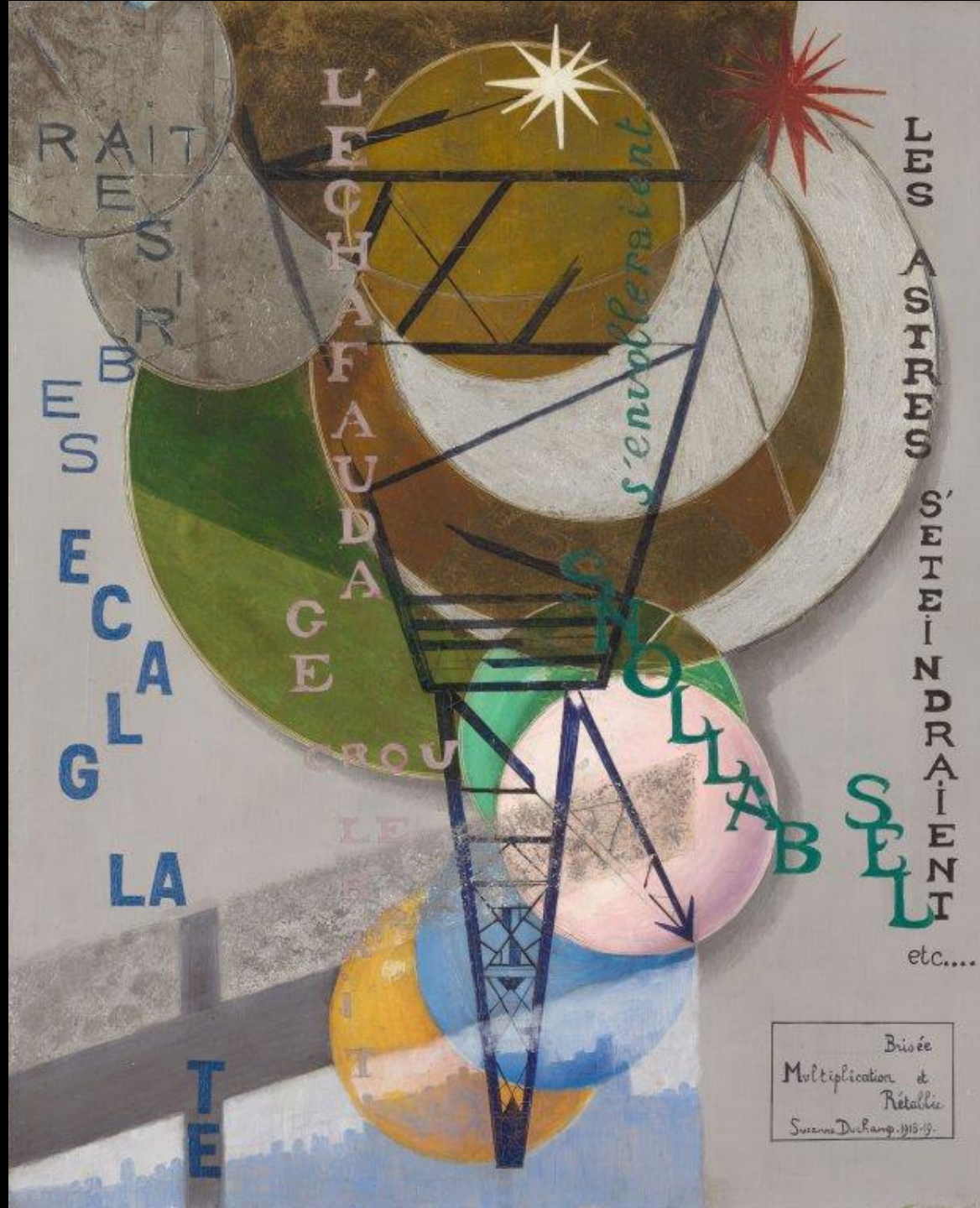


Suzanne Duchamp (1889-1963)

- Hermana de Marcel
- Estudió bellas artes en París.
- Divorciada y casada en segundas nupcias.
- Comienza pintando de manera impresionista y cubista.
- A los 22 años llegó a exponer en el Salón de los Independientes de París.
- Tuvo éxito gracias a su capital social.
- Marcel le envió como regalo de boda instrucciones de cómo hacer un ready-made.
- Trabaja desde la figuración hasta la abstracción.



- Broken and Restored Multiplication
- 1918-19
- Oil and silver paper on canvas
- 61 × 50 cm



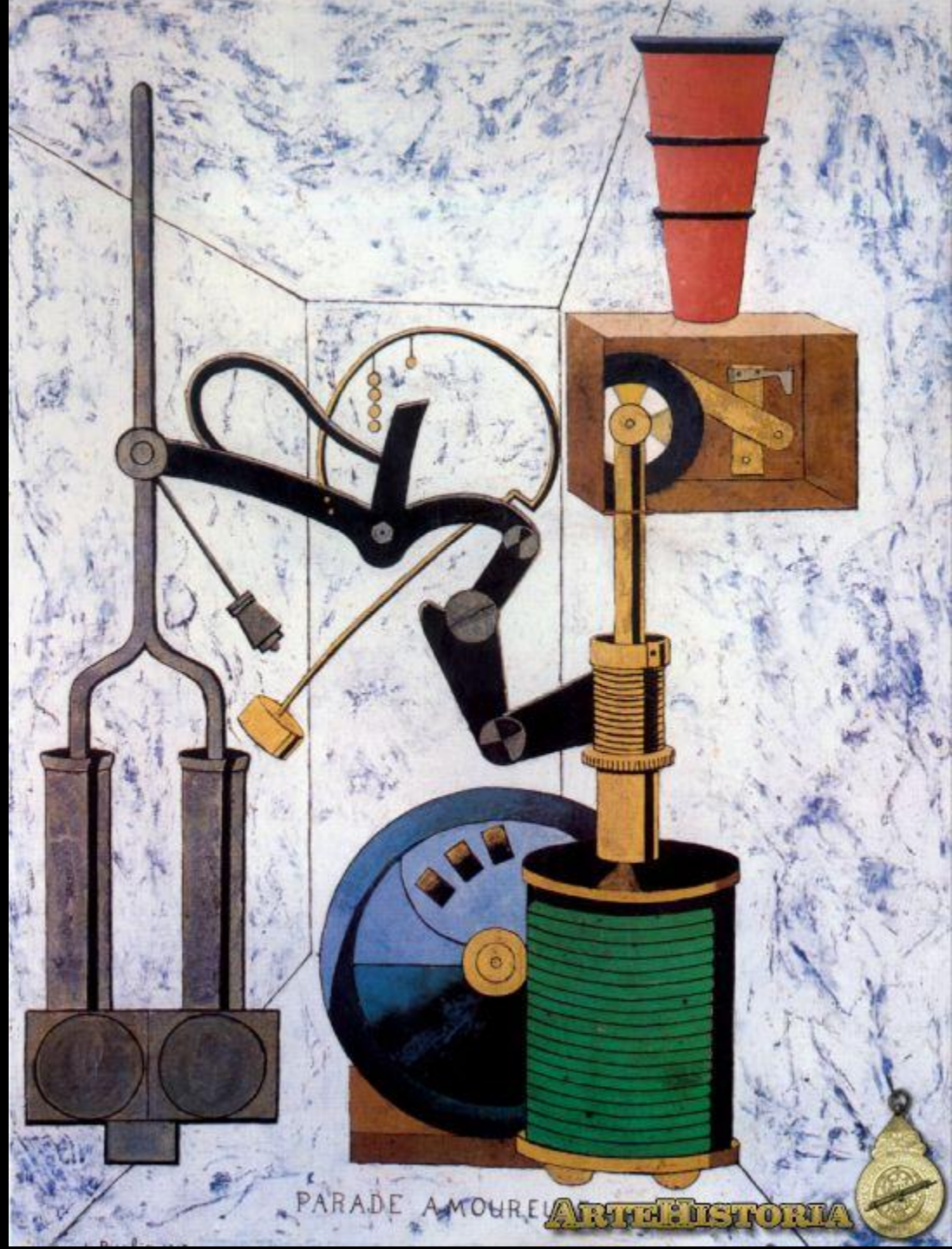
Francis Picabia
(1879-1953)





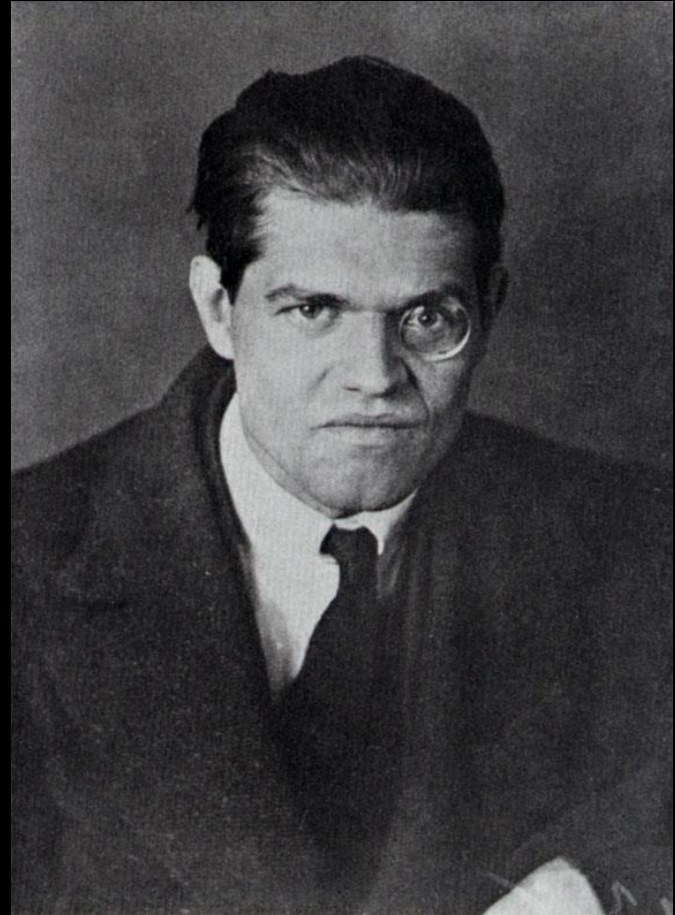
- Olga
- 1930

- Alarde amoroso

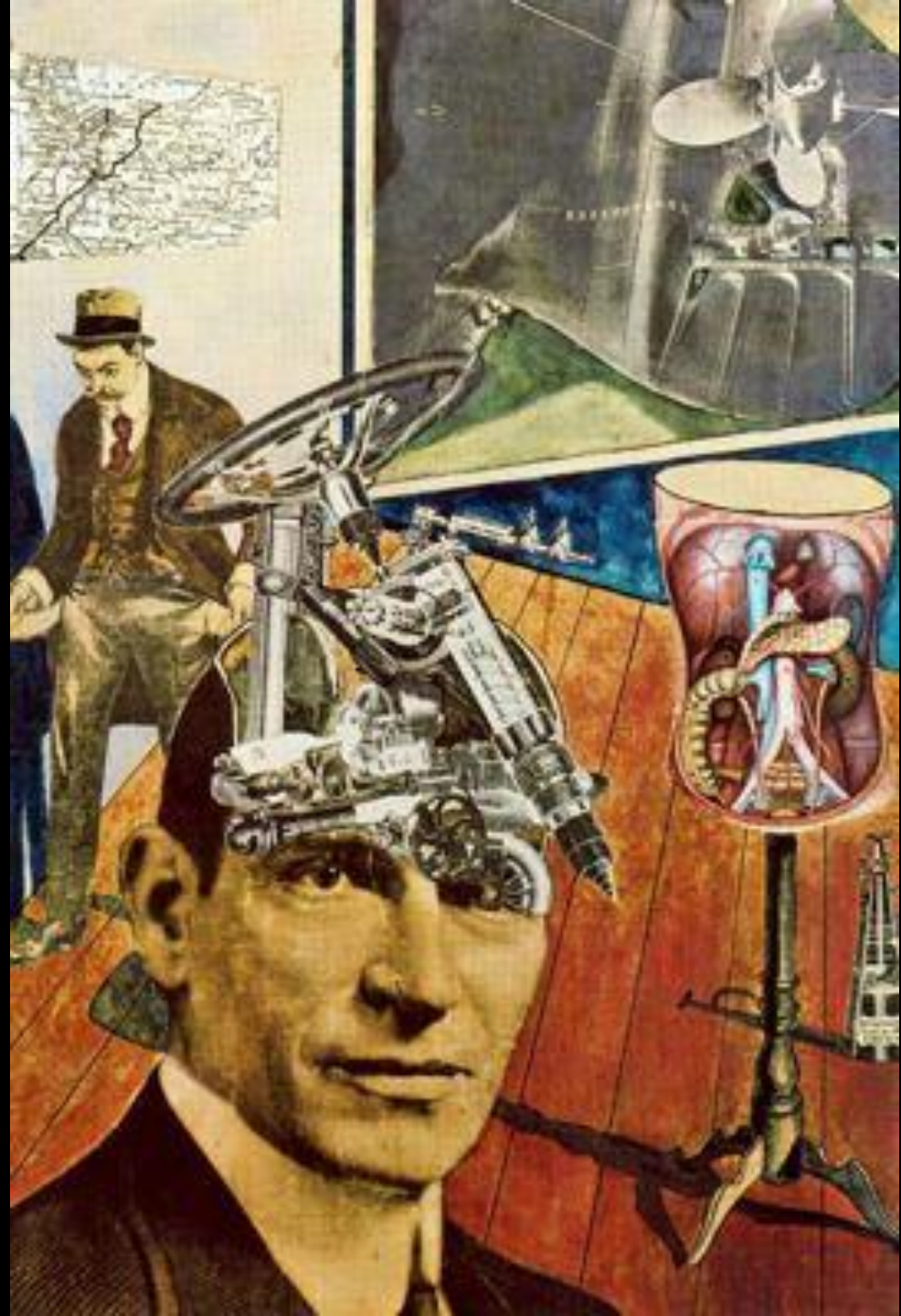


Raoul Hausmann (1886-1971)

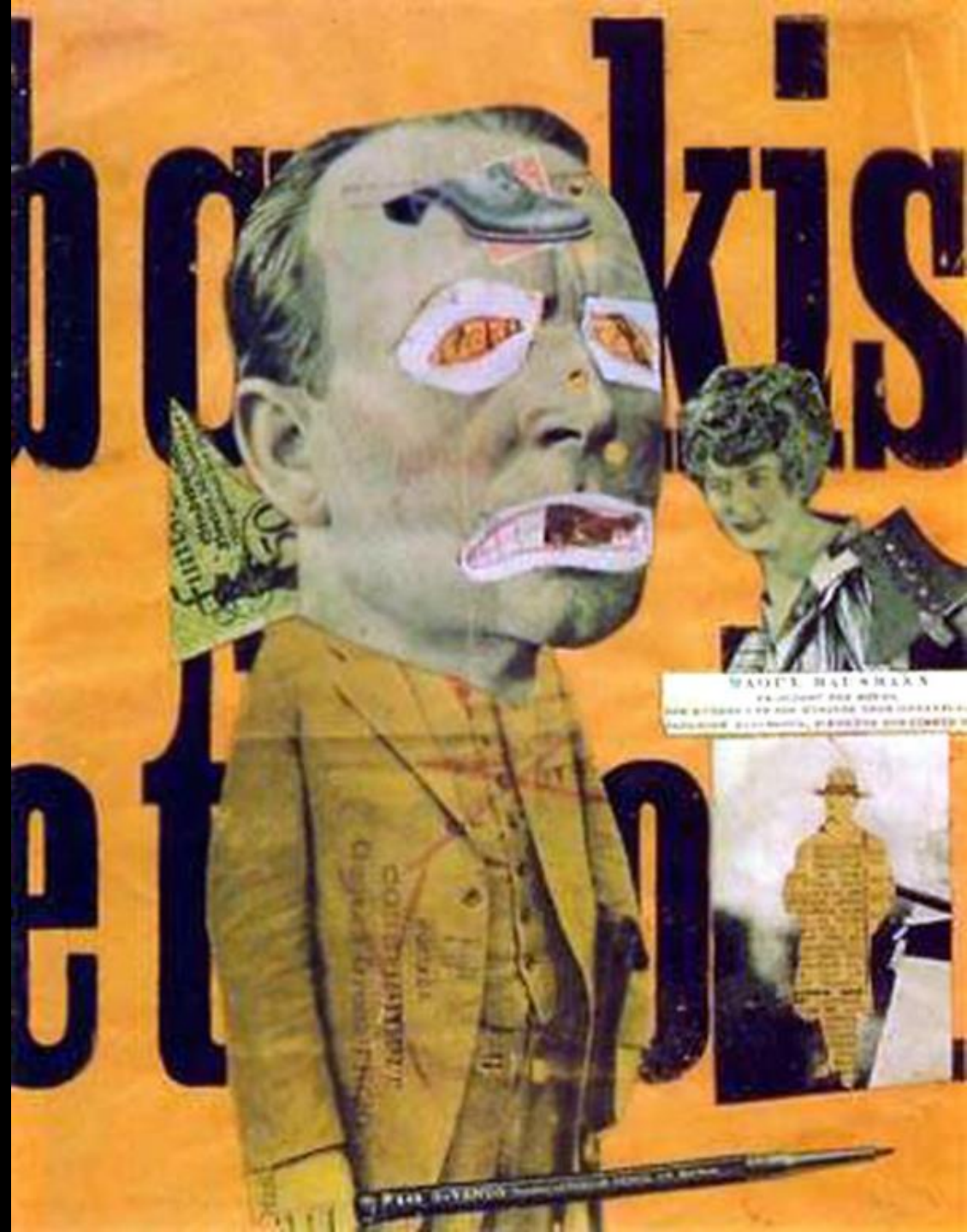
- Realizaba collages, acciones y poesías sonoras, pintura, escultura, fotografía.
- Creador del fotomontaje.
- Nació en Viena y vivió en Berlín y escribe en la revista Der Sturm.
- Se exilió en Francia a causa del nazismo.



- Tatlin vive en casa
- Collage y aguada
- 40,9 x 27,9 cm.
- Moderna Museet de Estocolmo



- El crítico de arte
- (1920).
- Fotomontaje.
- 31,7 cm x 25,4 cm. Tate
- Gallery.
Londres,
Inglaterra



- Cabeza mecánica, espíritu de nuestro tiempo.
- 1919
- Ensamblaje
- 32,5 x 21 x 20 cm
- Centre Pompidou, París (Francia)



Hanna Hoch (1889-1978)

- Utiliza el fotomontaje
- Feminista
- Bisexual visible
- Amante de Raoul Hausmann



- La novia (Pandora)
- 1927
- Collage Óleo
- 114 x 66 cm



- Hannah Hoch,
- Cut with the kitchen knife through the last Weimar beer-belly cultural epoch ("Corte con el cuchillo de cocina en la última época cultural de barriga cervecera de Weimar")
- 1919.
- Collage,
- 114 x 90 cm.
- Staatliche Museen, Berlín

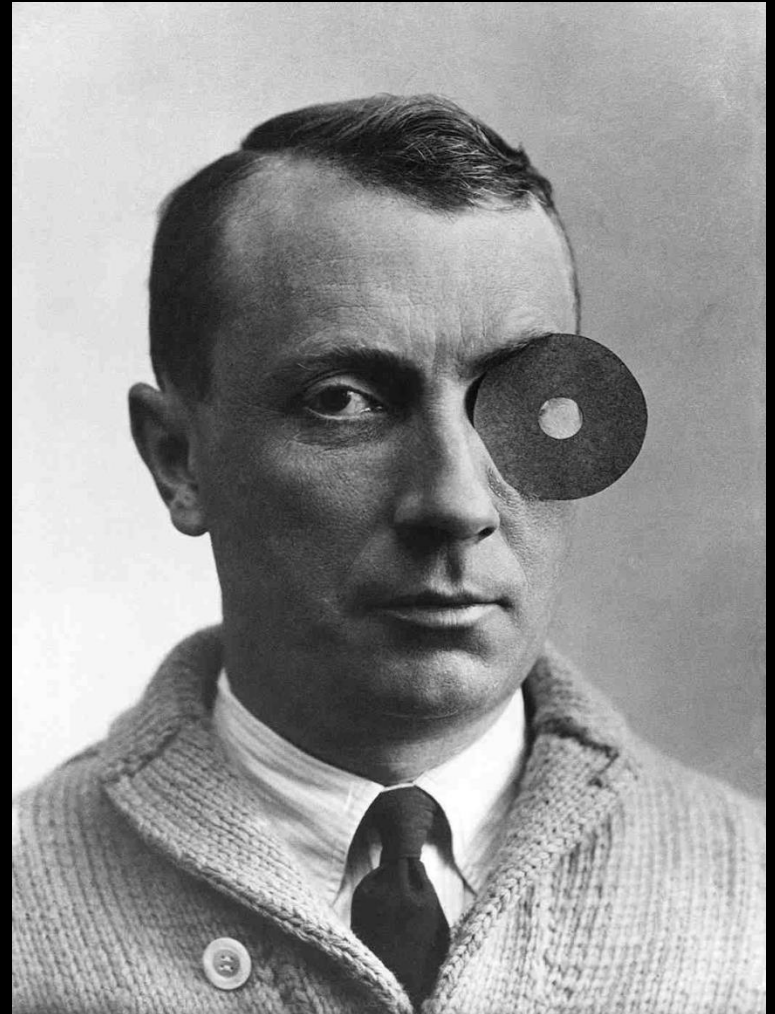


- Desde un museo etnográfico
- 1929
- Collage
Fotomontaje
- 26 × 17.5 cm
- Whitechapel
Gallery, Londres
(Reino Unido)



Jean/Hans Arp (188-1966)

- Escultor, poeta y pintor
- Francoalemán
- Uno de los fundadores del dadaísmo
- Esculturas biomorficas
- Interés por el azar como ley de la naturaleza (opuesto al caos del resto del dadaísmo)
- [Libro de retrospectiva de Jean Arp](#)



- Collage ordenado según las leyes del azar



Kurt Schwitters (1887-1948)

- “Merz”: Collage y ensamblajes con productos de desecho.
- Montó su propia agencia de publicidad
- Revolución tipográfica
- Excluido del movimiento Dadá berlinés, reaccionó fundando Dadá Hannover (apoliticismo, fantasía, constructivismo)
- Revista Merz





- La pandilla de Hitler
- 1944
- Collage
- 34.7 x 24.5 cm.
- Colección particular

**REKLAMEZEICHNER
EINGEFÜHRTER
FIRMEN IM IN- UND
AUSLANDE**

MERZ

ENTWURFE
ZEICHNUNGEN
KLISCHEES
TEXTE
TYPOGRAPHIE
IDEEN

**WERBEZENTRALE
KURT SCHWITTERS**

HANNOVER, WALDHAUSENSTR. 5

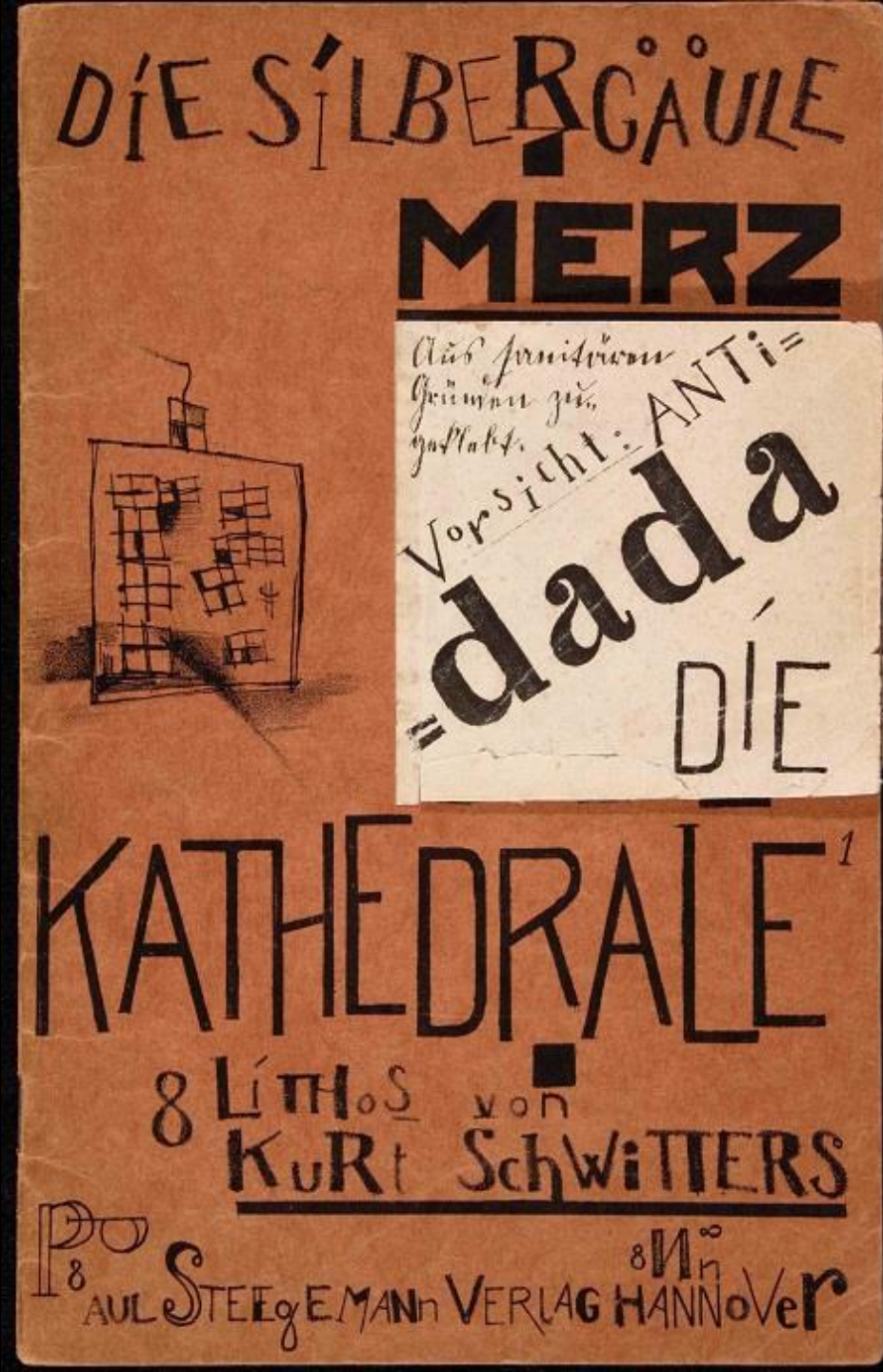
WERBE-ZENTRALE

DIE GUTE REKLAME IST BILLIG

ist sachlich, klar und knapp, verwendet moderne Mittel, hat Schlagkraft der Form. Ein geringes Mass hochwertiger Reklame übersteigt an Wirkung eine vielfache Menge ungeeigneter.

- Kurt Schwitters. Tarjeta postal para Merz Werbezentrale (Agencia publicitaria Merz), tipografía sobre cartulina (Colección Merrill C. Berman)

- Kurt Schwitters, La catedral: 8 litografías, Hannover: Paul Steegemann Verlag. (1920); Litografía y collage (cubierta) sobre papel



ES IST BEI JEDER PROPAGANDA WICHTIG, DASS SIE DEN EINDRUCK ERWECKT, DASS ES SICH HIER UM EINE FIRMA HANDELT, DIE WEITERARBEITET AN WARE, AUFMACHUNG UND ANGEBOFSFORM.

Die normale Forme wird mit einer normale mittleren Forme, sie verwendet nur normale Formen und Farben als Bezeichnung und Hintergrund für typische und individuelle Formen und Farben. Die normale Forme wird mit einfachem und zeitgemäßem, klarem, starkem nicht die Handlung, ist leicht zu verändern, unterteilt die Handlung durch, unterstrichen oder bearbeiteten, wesentliche, kann wirksamer, sich bewegen passt für jedes Stück

STEF THEATRAUSSTELLUNG WERN, SEPTEMBER-OCTOBER 1914

KOMMUNISME MITL. H. SCHWITTERS

Thesen über Typographie



Über Typographie lassen sich wertige Beweise schreiben. Das Wichtigste ist: Mach es niemals so, wie es jemand vor dir gemacht hat. Oder man kann auch sagen: mach es immer anders, als es die anderen machen. Zunächst einige allgemeine Thesen über Typographie: I. Typographie kann unter Umständen Kunst sein. II. Ursprünglich besteht keine Parallelität zwischen dem Inhalt des Textes und seiner typographischen Form. III. Gestaltung ist Wesen aller Kunst, die typographische Gestaltung ist nicht Ausnahme des textlichen Inhalts. IV. Die typographische Gestaltung ist Ausdruck von Druck- und Zugzwängen des textlichen Inhaltes. V. Auch die textlich sagbaren Teile, die nichtbedruckten Stellen des bedruckten Papiers, sind typographisch positive Werte. Typographischer Wert ist jedes Teilchen des Materials, also: Buchstabe, Wort, Textteil, Zahl, Satzzeichen, Linie, Signet, Abbildung, Zeichenraum, Besenraum. VI. Vom Standpunkt der künstlerischen Typographie ist das Verhältnis der typographischen Werte wichtig, hingegen die Qualität der Type selbst, das typographische Wertes gleichgültig. VII. Vom Standpunkt der Type selbst ist die Qualität der Type Hauptforderung. VIII. Qualität der Type bedeutet Einfachheit und Schönheit. Die Einfachheit schließt in sich Klarheit, stoffreife, zweckdienliche Form, Verzicht auf allen entbehrlichen Ballast, wie Schwärze und alle für den optischen Kern der Type entbehrliche Farben. Schönheit bedeutet gutes Ausbalancieren der Verhältnisse. Die photographische Abbildung ist klarer und deshalb besser als die gerechnete. IX. Anzeige oder Plakat aus vorhandenen Buchstaben konstruiert ist prinzipiell wirksamer und deshalb besser als ein gerechnetes Schriftplakat. Auch die unperfekteste Drucktype ist besser als die individuellste Schrift eines Künstlers. X. Die Forderung des Inhaltes an die Typographie ist, daß der Zweck selbst wird, zu dem der Inhalt gedruckt werden soll. Das typographische Plakat ist also das Resultat aus den Forderungen der Typographie und dem textlichen Inhalte. Es ist unbegreiflich, daß man bislang die Forderungen der Typographie so vernachlässigt hat, indem man allein die Forderungen des textlichen Inhaltes berücksichtigt. So wird heute noch die qualitativste Ware durch fehlerhafte Anzeigen angeklebt. Und noch angreiflicher ist es, daß fast alle dieses Kunstschaffenden von Typographie ebenso wenig verstehen wie von Kunst. Ungewohnt bedauern sich die führenden neuzeitlichen Kunstschaffenden der Typographie als eines ihrer Hauptwerkzeuge. Ich erwähne hier besonders die Zeitschrift „D“, Redaktor Hans Richter, Berlin-Friedenau, Eschenstraße 7, „Gestaltung der Plakate“, Herausgeber Max Schwartz, Berlin, die Zeitschrift „ABC“, Zürich, und ich möchte noch einige wenige andere nennen. Die Reklame hat schon längst die Wichtigkeit der Beweistung von Anzeigen und Plakat für den Eindruck der angesprochenen Ware erkannt und hat schon längst Reklamekünstler beschäftigt. Aber immer waren diese Reklamekünstler der kurz vergangenen Zeit Individualisten und hatten keine Ahnung von konsequenter Beweistung der Gesamterfolge und von Typographie. Sie gestalteten mit mehr oder weniger Geschick Einzelheiten, stellten, nach zuträglichem Aufbau, teilweise verschönernde oder sonst unedle Buchstaben, malen schillernde und verwegene Abbildungen, indem sie dadurch die angesprochene Ware vor sachlich denkenden Menschen koproduzieren. Es ist hier gleichgültig, ob von ihrem Standpunkt aus betrachtet gute Leistungen entstanden, wenn der Standpunkt falsch war. Heute begibt die Reklame ihren Irrtum der Wahl von Individualisten einzusehen und bedient sich statt der Künstler für ihre Reklamezwecke der Kunst, oder deutlicher gesagt: DER TYPOGRAPHIE. Besser keine Reklame, als minderwertige; denn der Leser schließt aus dem Eindruck der Reklame und nicht aus dem textlichen Inhalt auf die Ware.

Unter dem Namen APOSS-Verlag wurde in Hannover, Waldheusenstr. 54, ein neuer Verlag gegründet, der das gute wertvolle Buch herausgibt. Als Apos 2 erscheint zunächst eine wertvolle Ausgabe der ersten 3 Hauptkapitelchen. Als Apos 3 erscheint die Apos 1 Geschichte, ein Märchen

Das MERZRELIEF VON BERTHOLD MEYER MIT ZAHLREICHEN MERZBILDERN, MERZSCHNITTEN, EIT. KÖNNEN TYPOGRAPHISCH ANGEFERTIGT WERDEN. BEZUG NUR AUF DEN BILDEN BRÄUNEN MERZANSTELLUNGEN NOVEMBER 1914. HANNOVER, KÖNIGSBERGSTRASSE 11, FERNANDEZ-VERLAG, STURM, POTSDAMERSTRASSE 194, UND ANDEREN. Beachten Sie die großen Merzverfertigungen

91

SCHNITTEN VON HANS AUF AUF DER ANZEIGE, WIRD 2 VERLEHRT, DIE ALLE ENTHALT 1 SOLCHE ANFANGEN UND KOSTET 20 MARK.



92

PELIKAN SCHREIBBAND

8001

8002
8003
8004
8005



8006
8007
8008
8009

IN PLANKUPFER BLECHDRUCK

HALTBAR ERGIEBIG - PREISWERT ? ? ?

- Kurt Schwitter, Merz n°11, 1924. Publicidad tipográfica: número de Pelikan; Tipografía sobre papel (Archivo Lafuente)

John Heartfield (1891-1968)

- Artista plástico y fotógrafo alemán
- Vinculado al dadaísmo
- Collage para criticar el sistema político
- Frases claras e incisivas



- 1932
- Adolf, el superhéroe: traga oro y da la chapa, (Imagen de la portada de la Revista Ilustrada Obrera (AIZ en sus siglas en alemán)
- Material: Huecograbado y tipografía.
- Medidas: 38 x 28 cm.



- 1934
- Como en la Edad Media
- Material:
Huecograbado y tipografía.



- Madrid 1936 – ¡No
pararán!
Pasaremos!
(Contraportada de
la Revista Ilustrada
Obrera (AIZ en sus
siglas en alemán)
- Material:
Huecograbado y
tipografía.
- 1936



HAMLET Int. Concert- Theater-Bur. DE HAAN & Co., Papestr. 5a, Den Haag, Tel. 5393.

PYJAMA

„Es bildet ein Talent sich in der Stille,
Sich ein Charakter in dem Strom der Welt“.

ROTS

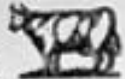


DADA DADA



dada

Que fait DADA?
-50 francs de récompense à
celui qui trouve le moyen de
nous expliquer DADA.



Anfang und Beginn der grossen

KURT SCHWITTERS
PÉTRO VAN
DOESBURG

Dadasolische inleiding van

THEO VAN
DOESBURG



Tre marce per le bestie

Mechanische Dans
(Voor Klavier)

Erfolreichen Revolution in
DE Revon.

DILIGENTIA
ZONDAG 28
JANUARI des
namiddags

Professor Jansen had de gewoonte, om altijd in zijn
linnen jas te loopen, niet alleen in de college tijden,
maar ook buiten. Op die manier gekleed liep hij
eens voor zijn woning op iemand te wachten.
Daar trad een vreemde op hem toe en vroeg hem:
„U is zeker kapper? Och knip me even het haar.
L'amour est un puits sur une Cathédrale“

Groote Balans Opruiming. „DADA N'A JAMAIS RAISON.“

MECANO
Anna Blume
BLEIË
MERZ
Wat is dada

PRIJZEN DER PLAATSEN: Zaal I f 2.50, Zaal II en Front-Balcon f 2.-,
Zij-Balcon f 1.50, plus Stedelijke Belasting.
KAARTVERKOOP DAGELIJKS AAN DILIGENTIA.

Druck S. VESKUPEN Den Haag

• Theo Van Doesburg. Póster del Matinée Dadá; enero de 1923.