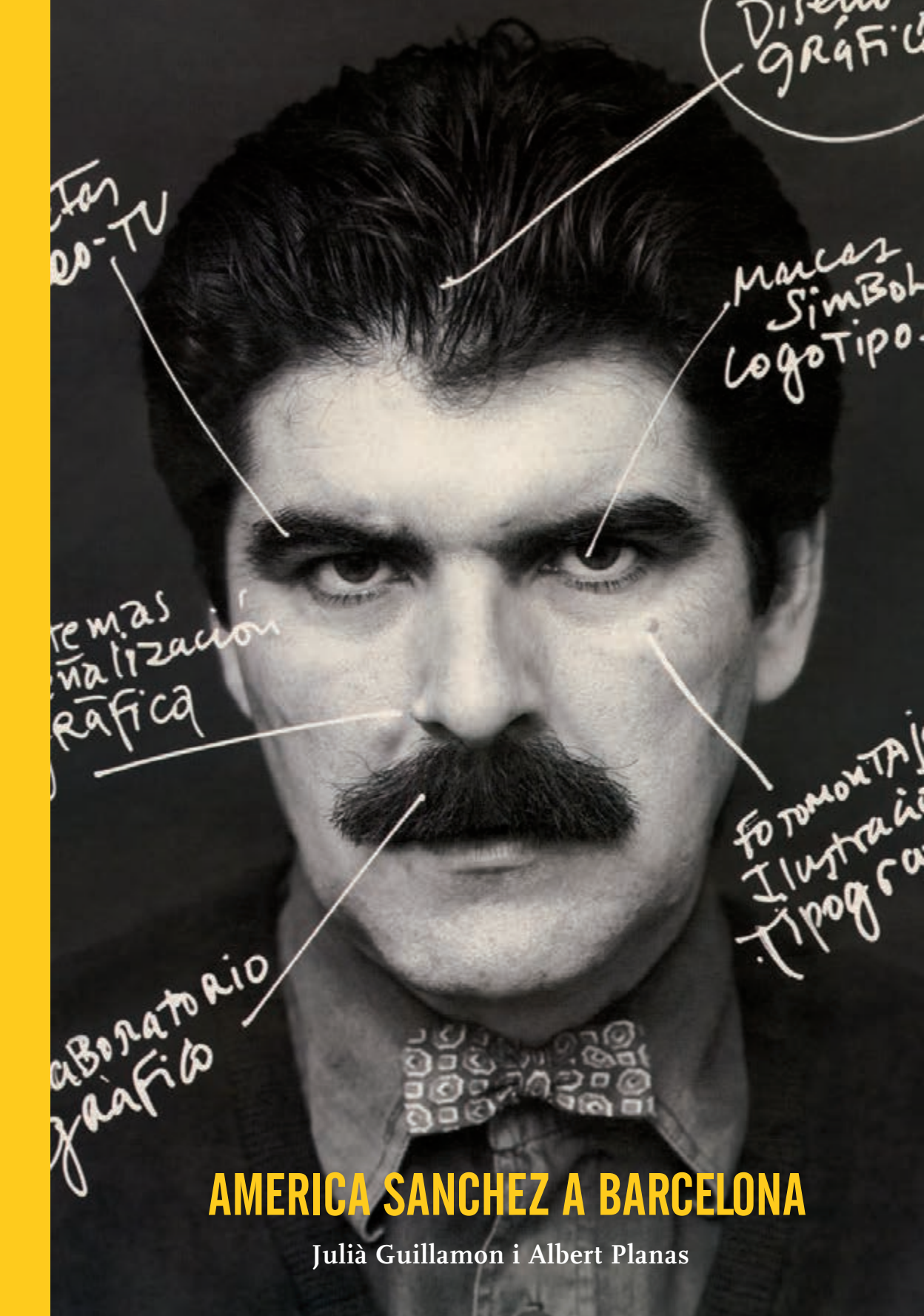




AMERICA SANCHEZ A BARCELONA

Julià Guillamon i Albert Planas

«La gráfica es peor que el teatro. Es todo mentira.»

America Sanchez

AMERICA SANCHEZ A BARCELONA

Julià Guillamon i Albert Planas

Índex

- 7 Retrat d'America Sanchez
Julià Guillamon
- 13 America y Barcelona
Norberto Chaves
- 17 Una mà de sis dits
Jordi Ribas

- 22 Com hem fet aquest llibre
Julià Guillamon

De Buenos Aires a Barcelona

- 26 Records de Buenos Aires
- 28 La mare cosidora
- 30 El pare taxista
- 32 Vida familiar
- 34 Primers dissenys
- 36 Blanc i negre
- 38 Barcelona!
- 40 Època
- 42 Al Col·legi d'Arquitectes
- 44 El referent de Malèvitx
- 46 Pòsters
- 48 Op art
- 50 Psicodèlia al Tibidabo
- 52 Plantilles i esprais industrials
- 54 L'escola Eina
- 56 Canvi de logotip
- 58 Programes provocadors
- 60 Més aniversaris
- 62 Floquet de neu *souvenir*
- 64 Autobombo
- 66 Estudi a Vallvidrera

Viatge a la utopia

- 70 Les siameses Aymerich
- 72 Maquetes fetes a mà
- 74 Viatge a Itaca
- 76 Cobertes per a Maria del Mar Bonet
- 78 De Venècia a Mallorca
- 80 Festa Major
- 82 Crack! Crash!
- 84 Dibuix i reproducció
- 86 Del color al cartell
- 88 Aplicacions
- 90 Doneeee, doneeee
- 92 Els discos de Barcelona Traction
- 94 Contra les multinacionals
- 96 La mano de la vida misma
- 98 Art conceptual: pare i fills
- 100 El barri de Ribera
- 102 La revista sense nom
- 104 Cartell polític i solidari

El boom del disseny

- 108 L'hora Vinçon
- 110 Estampat rock
- 112 Dues exposicions de referència
- 114 Formes inesperades
- 116 Groc
- 118 Tipografies per al Liceu
- 120 Centre d'Art Santa Mònica
- 122 Caras y caretas
- 124 El Brasil i les Malvines
- 126 Nits de Barcelona
- 128 En la tarima
- 130 La Barcelona de disseny
- 132 Els petits comerços

- 134 Un gran client: Torraspapel
- 136 El calendari de Torraspapel
- 138 Sistema modular
- 140 Candidatura olímpica

Disseny de marca

- 144 Procés de marca
- 148 Marques
- 152 Redissenys
- 154 Rajoles i paper
- 156 El redisseny del Museu Picasso
- 158 Sistema gràfic integral
- 162 Baaaaaarça!
- 164 Torna Moritz
- 168 El Velódromo i el cabaret El Plata
- 170 Capçaleres de carta
- 174 Casa Camper
- 178 Tapes i truites

Estratègies gràfiques

- 182 Cercles
- 184 Sèrie, forma i color
- 186 El mirall de l'art brut
- 188 Estat psicodèlic
- 190 De la foto al dibuix
- 192 Problemas
- 194 Prohibitur Uti Fumo
- 196 Kama-Sutra
- 198 Foto trobada
- 200 El cartell de La Mercè
- 202 America i el romànic
- 208 Tipografia de fusta
- 210 Calligrafia a mà
- 212 Consumisme i precarietat

Artista!

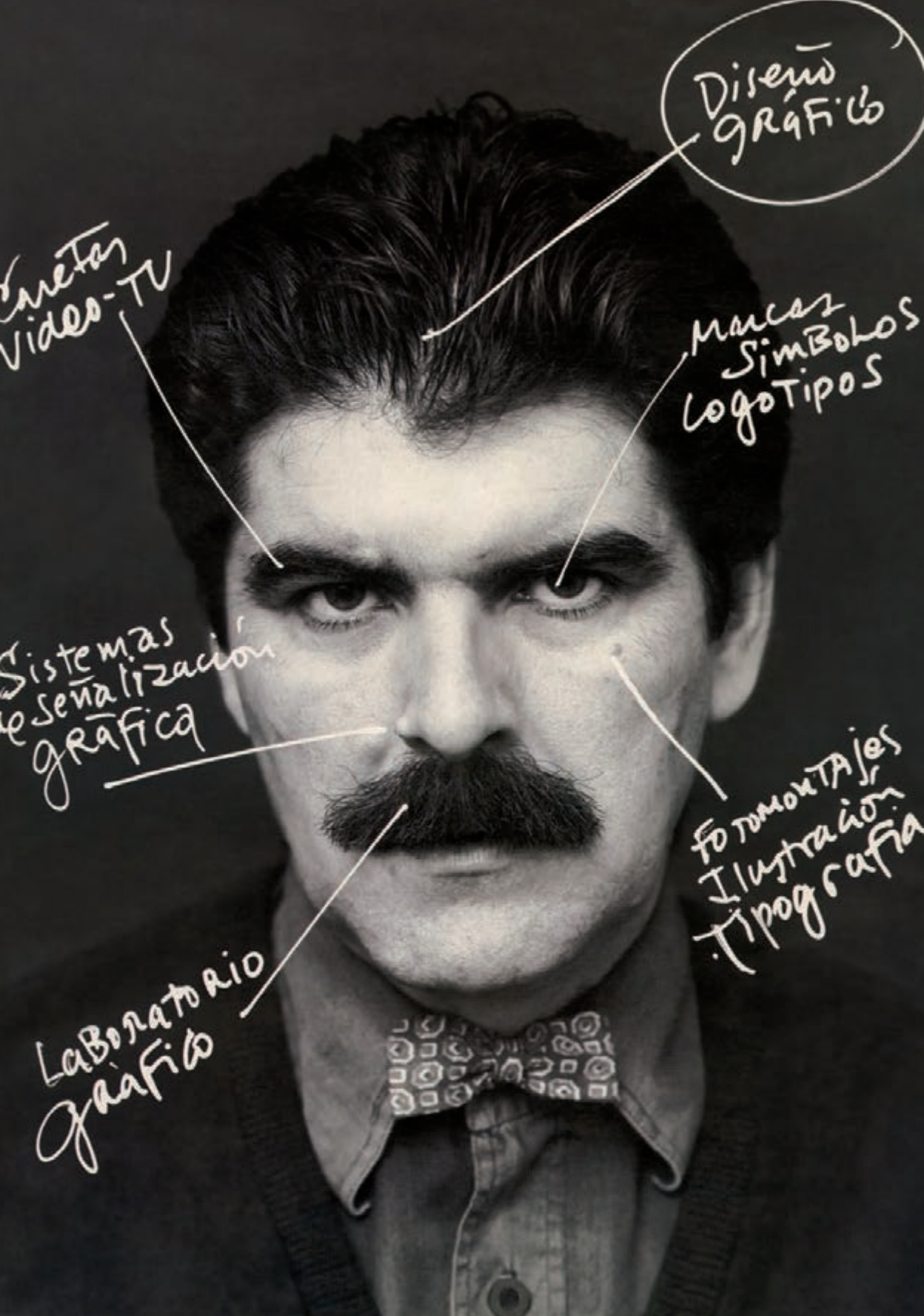
- 216 Fotomuntatges
- 218 Foc al paradís
- 220 La vaca argentina
- 222 La temptació
- 224 Polaroids
- 226 El Caspolino
- 228 Polaroid SX-70
- 230 Postals
- 232 Chimi-Churri
- 234 Coche bomba
- 236 *Serie Niños*
- 242 Laca per a les ungles
- 244 Mortadelas
- 248 Animals
- 250 Las conchas
- 252 Moda dels vuitanta
- 254 Autopromoció

Del colleccionisme al disseny de llibres

- 258 Artegràfica
- 262 Barcelona Gràfica
- 272 Tutti frutti
- 276 Tresors de la natura
- 278 Les guardes de Monzó
- 280 El sifon de can Sitra
- 282 Travessar la riera

Crèdits

- 286 Crèdits
Agraïments
- 287 Crèdits fotogràfics
i procedència de les imatges



Diseño
gráfico

Marcas
Simbolos
Logotipos

Fotomontajes
Ilustración
Tipografía

Laboratorio
gráfico

Sistemas
de señalización
gráfica

Cinefón
Video-TV

Vaig conèixer America Sanchez l'any 2008, arran del llibre *Monzó. Com triomfar a la vida*, que acompanyava l'exposició d'Arts Santa Mònica. Monzó havia estudiat a l'Escola Massana, havia treballat a l'estudi Humà, un dels pioners del disseny gràfic a Catalunya, i fins que va tornar de Nova York, el 1983, s'havia guanyat la vida com a dissenyador gràfic. Els seus llibres, sobretot els primers, estan plens de referències visuals que no s'entendrien sense aquest aspecte de la seva biografia. De manera que, a l'hora de triar el dissenyador gràfic del llibre, li vaig demanar qui li agradaria que el fes. «America Sanchez: és el millor».

L'America va venir un matí a les oficines d'Arts Santa Mònica, acompanyat d'Albert Planas, que ha col·laborat amb ell gairebé vint anys. Li vaig ensenyar un llibre que havia publicat feia poc i se'l va mirar displicent: «¿esto te gusta?». No em vaig sentir gens ofès. Ho va dir d'una manera tan natural i amb tanta autoritat que vaig pensar que al seu costat aprendria a fer-ho bé. Vaig posar com a condició (perquè estava escaldat d'un altre llibre) que volia treballar al seu costat, pàgina per pàgina, per lligar els continguts i el disseny gràfic. «Claro, hay que hacerlo así». I l'Albert Planas ho va reblar: «Per a nosaltres, molt millor».

A partir d'aquí va començar una experiència inoblidable. Ens trobàvem a la casa d'America Sanchez a la Font del Mont, a Vallvidrera, i treballàvem de deu a dues. Jo ja sabia qui era l'America, sobretot, perquè en una època d'intensa vida nocturna me'l trobava molt sovint a la pista de salsa de la discoteca Bikini: l'America era guapot, seductor i un ballarí de salsa extraordinari. També coneixia el llibre *Barcelona Gráfica*. Els seus dissenys, a Barcelona són pertot i és inevitable no haver-los vist i interioritzat però, com passa sovint amb els bons dissenyadors, moltes vegades no sabies que eren d'America Sanchez. Al llarg d'aquells mesos el vaig veure treballar, vaig associar amb el seu nom moltes imatges que tenia al cap, vam parlar de moltes coses (de San Fermín, de futbol, de música brasilera, del porno, del *filete porteño*, de Baltasar Porcel) i vam tenir la sensació agradable que ens coneixíem des de sempre.

Amb Albert Planas avançàvem amb la maquetació. Jo preparava idees i imatges per fer dobles pàgines i grups de dobles pàgines i l'Albert, que tenia molt clares

les idees de l'America, ho endreçava. L'America s'ho anava mirant i no tocava mai l'ordinador. Es posava dret davant la pantalla i li deia a l'Albert: «tíralo un milímetro a la izquierda». Aquell mil·límetre ho canviava tot. Tenies la sensació que aquella distància mínima marcava una gran diferència entre el que nosaltres proposàvem i la idea bona que només l'America era capaç de veure. Vaig quedar impressionat.

A la coberta hi havien d'anar dues rodones, enganxades, amb dues fotografies estereoscòpiques de Quim Monzó, en les quals, quan movies el llibre, li veies fer un tic. Sense dir-nos res, America va fer la marca: les cinc lletres de Monzó, unes de negres i les altres vermelles, saltades, en tipografia de fusta, amb diferents tipus de lletra. Vaig entendre que una part del treball de l'America es podia fer a la taula del despatx, amb l'Albert i amb qui fos que treballessin. Però que hi havia una altra part del treball, que era més íntima, que necessitava recolliment, com quan els poetes escriuen i els artistes dibuixen. Aquell símbol de l'exposició era, de fet, una obra d'art. Una de les coses que m'agradaven de la casa de la Font del Mont és que hi havia moltes taules, amb llapis i retoladors: molts llocs on l'America podia dibuixar a qualsevol hora del dia o de la nit.

Després van venir dues lliçons de disseny que m'han quedat gravades per sempre. Teníem dues rodones i un nom, irregular, divertit perquè semblava un vestit d'arlequí: lligava molt aquell nom amb el tic de les fotografies. Però a la portada aquells tres elements ballaven. L'America va fer que el vermell del llogotip entrés mig centímetre a la coberta, de manera que tot s'aguantava pel costat. I va decidir que hi havia de posar un fons: un cel blau amb un nuvot. Tenia moltes fotografies de cels, que vam anar provant. Una temporada, un d'aquests cels, tallat en una rodona, va ser l'adhesiu de l'estudi, que enganxava a les cartes que enviava. El cel va acabar de lligar els elements dispersos. A continuació, li va dir a en Planas: «pónlo a un centímetro». L'Albert ho va anar reduint, reduint, i quan va arribar a un centímetre la portada es veia bé, se'n reconeixien els elements i es llegia el nom. «Perfecto». La idea és que una coberta de llibre ha de ser visible en circumstàncies molt diverses, fins i tot adverses. I que ha de ser sempre molt visual.

L'America i l'Albert havien impulsat per a l'editor Javier Romero un projecte de revista que es deia *Artegràfica*, de la qual es van publicar sis números. Cada revista publicava reportatges gràfics, per temes, amb combinacions conceptuals, de vegades espectaculars, com el número monogràfic que van dedicar als cavalls. Em van explicar que sovint no trobaven qui pogués fer els textos i que de vegades hi deixaven el text en el llatí macarrònic que fan servir els dissenyadors. Vaig pensar, amb ràbia, que era una llàstima que no ens haguéssim conegut abans. En aquest llibre publiquem algunes pàgines d'*Artegràfica*, que em sembla un projecte fonamental, que explica la relació que l'America té amb les imatges, les seves i les dels altres.

Quan Monzó. *Com triomfar a la vida* va ser al carrer, vam anar junts, l'America i jo i algun cop en Quim, a fer la promoció. Aquí vaig conèixer un altre aspecte, gens menor, de la seva personalitat. No era vanitós, ni creia que s'hagués de penjar cap medalla. Tenia claríssim que l'important era que el llibre es veiés i es conegués. Un dia ens van convidar a *L'hora del lector*, el programa de llibres d'Emili Manzano al Canal 33. Vam seure a les butaques. L'America duia el llibre a les mans i va preguntar a l'Emili: «dónde ponemos el libro». El va col·locar a sobre el respatllet d'un dels seients, en un lloc que es veia moltíssim. Vull dir que l'America té el sentit de l'oportunitat, en un grau molt elevat.

Poc després, amb l'Albert, vam començar el projecte de les cartes del Velódromo. L'America i l'Albert havien fet el disseny de la cervesa Moritz, que havia estat un èxit radical. Aprofitant el contacte, l'Albert va convèncer els amos del bar del carrer Muntaner, que eren accionistes principals de Moritz, d'aprofitar la carta, que volien que fos de gran format, de bistrot, per publicar una revista, seguint el model d'*Artegràfica*. Cada mes publicaríem tres dobles pàgines diferents, dedicades a tota mena de temes. De manera que per una banda hi havia la graella que l'America i l'Albert havien dissenyat, amb l'oferta del bar, que era una peça gràfica esplèndida. I a dins, les nostres històries. Volíem saber quina impressió li feien a l'America. Li va dir a l'Albert: «solo tienen un defecto». L'Albert va quedar expectant. «Que sean tres». L'America considerava que si n'haguéssim fet només una cada mes hauria estat més singular. Hi havia una altra qüestió.

Al llarg de la seva trajectòria, sempre ha buscat l'economia de mitjans. No hi ha cap peça feta a la manera d'aquella altra, cada peça funciona individualment. Amb el doll de creativitat que sempre ha tingut, hauria pogut omplir el món d'obres seves. I en canvi quan mires la seva trajectòria t'adones que ha treballat molt, però que no hi ha obres repetides ni innecessàries.

Durant tots aquests anys hem mantingut l'amistat i ha estat un privilegi veure'l en diferents situacions. Un parell d'anys em va convidar a participar com a jurat dels premis Agustí de Semir & Conxa Millán amb els usuaris dels Serveis de Salut Mental de Barcelona. America Sanchez es un gran defensor del dibuix i aquell projecte d'art brut li encantava. Era ell qui proposava els temes. Té un punt gamberro i un any va suggerir com a tema «Dibuja a tu médico». Tothom explicava l'anècdota d'un any, que el tema era, em sembla, el modernisme. Un dels participants havia fet les torres de la Sagrada Família amb mosaics: la ceràmica eren les pastilles que s'havia deixat de prendre. En les reunions del jurat, jo em passava molta estona mirant les reaccions de l'America. «Qué maravilla». «Mira cómo dibuja éste, madre mía». I t'ensenyava uns dibuixos que no eren els més ben fets, però que tenien molta força gràfica: els més valents i els més especials. Eren uns elogis i un entusiasme que li sortia de dintre, d'una generositat absoluta.

El 2017 em va dibuixar la salamandra del meu llibre *Travessar la riera*. Jo li vaig passar una fotografia meua d'una salamandra del Montseny i ell la va redibuixar. Volia que la cua arribés fins a la part de baix de la coberta i que es fiqués entre les lletres de l'editorial: Comanegra. Per això li va allargar la cua. Albert Planas, que té mentalitat d'arquitecte, li va dir: «qué cola tan larga, las salamandras no tienen esta cola tan larga». La resposta de l'America em va encantar: «esta era así». Va enunciar un principi bàsic de la creació: l'obra d'art té les seves pròpies lleis i només ha de ser fidel a aquestes lleis.

Aquest llibre està fet des de la doble perspectiva de l'admiració i de l'amistat, des de dintre. Durant molts anys, Albert Planas ha estat la mà dreta d'America Sanchez: ho té tot al cap i, gairebé tot, a l'ordinador. Ha fet moltes feines amb

ell. Ha treballat en la majoria de les exposicions i llibres recopilatoris. En coneix la personalitat, el mètode de treball i moltes interioritats dels seus cartells, de les postals, de les polaroids i de les peces de disseny gràfic. Jo hi he aportat la meua visió d'historiador de la cultura. L'America és un creador que està més enllà de les modes. La seva obra no està lligada a cap moment. Però, al mateix temps, viu en una època de grans transformacions de Barcelona. És el que hem mirat d'explicar a la primera part: l'arribada des de Buenos Aires, els moviments contraculturals i l'escena alternativa, i el boom del disseny als anys vuitanta i noranta. La segona part del llibre gira al voltant de les estratègies gràfiques, l'obra de creació paral·lela al disseny gràfic i la fascinació d'America Sanchez per la gràfica popular i de carrer, que és un dels estímuls principals de la seva obra. A la part central, hi ha les marques. L'America n'ha fet sempre, de molt variades i de molt bones, i és una de les facetes per les quals la gent el coneix més. Un dia descobreixes que una marca que t'agrada és de l'America: una altra! Una de les constants del seu estil és que no té estil. En el terreny de les marques és on això és veu millor.

America a Barcelona és conseqüència de l'exposició *America Sanchez*. Clàssic, modern, jazz i tropical que, amb fons de l'Archivo Lafuente i d'altres col·leccions, s'ha pogut veure al Palau Robert de Barcelona i a la sala d'exposicions de la Llibreria Blanquerna de Madrid. Albert Planas i jo ens vam encarregar de formalitzar-la i de dissenyar-la. Però, al mateix temps, és una peça autònoma. Hem ampliat el que ens ha semblat, hem escurçat alguna cosa, i sobretot, hem jugat amb les associacions i les agrupacions mirant, és clar, de mantenir la individualitat i la singularitat de les peces.

America Sanchez i Barcelona tenen una relació molt especial, que actualitza i multiplica la relació que hi ha hagut sempre entre Buenos Aires i Barcelona. És una figura clau. Aquest llibre vol ser un reconeixement a la seva obra i a la seva personalitat fora de sèrie. Per molts anys.

WILLIAMS



PAZZI TAC

Acerca de la exposición «America Sanchez, clásico, moderno, jazz y tropical», en el Palau Robert de Barcelona.

La posmodernidad puso en crisis los dogmas del fundamentalismo racional-funcionalista, arrinconándolos en su estricto espacio de pertinencia. La Bauhaus siempre simpatizó con los laboratorios químicos; y su disciplina sigue viva, allí y en sus alrededores. Afortunadamente. En el lugar dejado por aquellas normas, la época instaló la cultura del simulacro, compeliendo al diseño a arrojarse en los brazos de la banalidad: el estilo personal del autor, las modas, la transgresión autofundada, la innovación gratuita y –siguiendo al famoso tango– «la falta de respeto, el atropello a la razón».

Lo dicho me sirve para advertir que America Sanchez no ha caído en ninguna de esas desviaciones. Ha hecho oídos sordos a los cantos de sirena de la sociedad del espectáculo. Por fortuna, ha prestado más atención a la cultura que a una sociedad que le da la espalda. No incurrió en el oportunismo de lo *trendy* ni se deslizó por las crestas de las olas. No obedeció a su época: la superó.

Allí está la deslumbrante exposición de su obra completa. Más parecida a una colectiva que a una exposición de autor. Es que AS no es un diseñador sino un verdadero equipo de profesionales, cada cual especializado en un idioma gráfico distinto, radicalmente distinto. Todo en una misma persona. Es común sostener que la pluralidad de lenguajes es un privilegio de America. Y lo delata el propio título de esta muestra. Pero ello no es un don natural; el don natural es su pasión por el aprendizaje y la experimentación, por la permanente búsqueda de fuentes de formas expresivas, su capacidad y voluntad de observación del mundo y de detección de sistemas armónicos en todo lo que ve.

Sin duda ello confluye con su apertura a todo tipo de temática. Ha rehuído la especialización en sectores determinados. En su larga trayectoria ha atendido a entidades públicas y privadas, desde instituciones oficiales hasta publicaciones alternativas, desde el mercado de consumo hasta organizaciones solidarias. Y a cada cual le ha servido la gráfica que le correspondía.

El único hilo conductor y transversal a toda su obra es la alta calidad y la lealtad al tema, o más prosaicamente, al cliente. Quien no atinara a percibirlo, bastará con que mida la vigencia de sus piezas, que conservan lozanía a pesar del paso del tiempo. Como respaldada por un pacto fáustico, su obra no envejece.

Mérito grande en una ciudad no precisamente carente de grandes diseñadores; figuras que le han permitido autoabastecerse de diseño a la hora de lanzarse a su internacionalización, en pie de igualdad con las mejores.

Pero, como he dicho, eso ya ha sido dicho. Hay que hablar también de la enorme fuerza expresiva de las piezas. No hay vaguedad. Las imágenes están vivas y hablan. A veces en voz baja; y, cuando corresponde, gritan. Cada pieza es única, no hay reiteraciones de fórmulas fáciles. Liberada de otra intención que la de decir lo que deba decir. Libre de toda pleitesía exterior ajena al debido mensaje. Solo obediente a los principios armónicos del lenguaje escogido.

Aunque sabemos que la relación entre la imagen y su sentido siempre posee un grado de arbitrariedad, las imágenes creadas por AS nunca resultan caprichosas o irrelevantes. Provocan en el observador atento cierta ilusión de objetividad. Y esta ilusión se produce no solo ante las piezas más ortodoxas sino también ante las más insólitas, que, a poco de observarlas se vuelven rotundas, inobjetables.

Eso es precisamente el talento, aquel principio de la composición musical que el maestro veneciano bautizara como «Il cemento dell'armonia e dell'invenzione». De ese *cemento* (desafío) America sale airoso, logrando el equilibrio exacto en esa tensión indispensable entre respetar la norma y eludirla, entre lo obvio y lo inesperado, tensión propia de todo acto de comunicación eficaz.

Pero, por si fuera poco, hay más. Hay un dibujante excepcional que domina, también, lenguajes múltiples. Hay un maestro y promotor del ejercicio del dibujo. Hay un fotógrafo de ojo atento y alta precisión. Hay un explorador incansable de la gráfica popular, cualquiera que fuera su origen. Y hay un ser humano –Juan Carlos Pérez Sánchez– tan potente como frágil, precio de su hipersensibilidad.

Quiero creer que esta exposición, que es un lujo para todos nosotros y para la ciudad en su conjunto, también termine de convencerle de que tiene más de una razón para ser feliz. Él ha sido uno de los primeros galardonados con los Premios Nacionales de Diseño; y, más significativamente aún, con el Premi Ciutat de Barcelona, justo reconocimiento de la ciudad a un profesional que le ha aportado tanto.

En síntesis, en Barcelona acaba de ocurrir un milagro: ha explotado la obra completa de America Sanchez. Y nos ha dejado perplejos incluso a aquellos que la conocíamos entera. Ver todo eso junto da la prueba del milagro: la concurrencia en un punto de la cultura gráfica toda; y en plena decadencia de la cultura. America se suma, así, a la pléyade de maestros que han hecho de Barcelona una metrópoli cultural.

Nos consta que en esta exposición, America «solo» ha aportado su obra; y que esta no habría existido nunca si no hubiera sido por el esfuerzo de su leal colaborador, Albert Planas, y de Julià Guillamon; y, desde ya, por la pasión por la cultura de José María Lafuente, heredero de la mejor tradición del patrocinio cultural.

A partir de esta muestra, qué duda cabe que Barcelona merece contar con una exposición permanente de la obra de America Sanchez, para orgullo de los barceloneses, enseñanza de los jóvenes diseñadores y admiración de los viajeros.



Si haguéssim de sintetitzar en una única imatge la polièdrica obra visual d'America Sanchez escolliríem la il·lustració d'una mà de sis dits que el dissenyador va crear, a les acaballes de la dècada del 1990, per a la mítica botiga Vinçon del passeig de Gràcia de Barcelona. Per què? Perquè aquesta mà és moderna i és antiga. Com correspon a les icones universals. Fa un miler d'anys la tribu dels indis *Pueblo* de Nou Mèxic ornamentaven les cases amb mans de sis dits. Posseir un dit de propina constituïa un signe d'estatus tant en la vida com en la mort. En moltes cultures una mà oberta simbolitza el principi de l'acció en forma de figura humana: les quatre extremitats del cos i el dit del mig, el cap, el cervell. Es dibuixa amb les mans i es pensa a través de les mans. El sisè dit de la mà verda d'ungles vermelles de la bossa de Vinçon remarca el valor afegit de la creativitat. Una creativitat, de vegades excèntrica i sempre eclèctica, que caracteritza tota l'obra del nostre dissenyador.

America Sanchez arriba a Barcelona el 1965. Forma part del grup d'argentins que durant els anys 60 i 70 s'integren al disseny barceloní, amb noms tan remarcables com Mario Eskenazi, Jorge Pensi, Alberto Lievore, Carlos Rolando i Ricardo Rousselot. L'any 1967 es funda Eina, Escola d'Art i Disseny. L'America hi té un paper significatiu als departaments de Grafisme i Comunicació, tot i no compartir la tendència al minimalisme bauhasià que acabarà convertint-se en un dels segells de l'escola. I és que el nostre dissenyador s'identifica ràpid amb el caràcter mestís de la ciutat que l'acull i amb un cert esperit mediterrani. Això ja es nota en els cartells i les portades de discos que dissenya per a la Nova Cançó i el rock progressiu. Parlem d'un depredador gràfic que utilitza lliurement qualsevol recurs expressiu, dibuixos, *collage*, fotografia, il·lustració, però que sap incorporar, quan el missatge ho demana, la sobrietat estructural del disseny suís i italià. El seu estil és no tenir estil i adaptar a conveniència codis comunicatius heterogenis.

Podríem afirmar, sense recel a equivocar-nos gaire, que America Sanchez és un dissenyador racionalista amb una ànima *underground*. Als anys 70 es produeix un moment d'efervescència artística i cultural. Es fomenta la vida al carrer i es tornen a celebrar aquelles festes populars que estaven prohibides pel franquisme.

Creix el compromís polític, el sentit col·lectiu i un culte a la individualitat i a l'ego, que derivarà amb el pas del temps en el narcisisme electrònic (Narcís emmirallant-se a les pantalles). L'America participa en aquests canvis socials amb projectes com la revista *Ajoblanco* o la caràtula de *Viatge a Ítaca* (1975) de Lluís Llach. A cada problemàtica gràfica, hi aplica una estratègia i unes tècniques i materials oportuns. La seva curiositat multidisciplinària fa que estableixi una relació propera amb creadors inclassificables com Carles Santos, Carlos Pazos o Carles Riart. Igual que passa amb el trio de Carles, la personalitat de l'America tampoc no admet ser encasellada en cap gènere precís. En els seus treballs, tanta influència hi ha de la cultura com de la contracultura.

A la dècada del 1980 comença l'anomenat "boom del disseny" (és a dir, la saturació professional i l'obertura indiscriminada d'escoles). Es reactiven els hàbits de l'oci nocturn i la famosa frase de flirteig amatori *¿Estudias o diseñas?* ressona arreu. America Sanchez idea les marques per a locals de moda com el KGB, un dels bars capdavaners de la voràgine postmoderna de Barcelona. El disseny s'expandeix com una taca d'oli a tots els àmbits. També a la quotidianitat de carrers i places. A diferència de l'elitisme dels dissenyadors que només treballen per a grans empreses i corporacions, l'America no prescindeix de dissenyar per a comerços i botigues de barri. Alterna els encàrrecs de prestigi amb encàrrecs de disseny de proximitat. Un exemple d'interclassisme gràfic.

La contribució d'America Sanchez al paisatge icònic de Barcelona resulta irrefutable. Identitats corporatives com la del Museu Picasso, TNC (Teatre Nacional de Catalunya), L'Auditori, Moritz, VilaWeb o la llibreria Laie (amb la tassa de cafè i el llibre, símbols de conversa i lectura), romanen fixades en la memòria de la ciutat. No podem oblidar el logotip de la candidatura olímpica, amb un mòdul horitzontal que suggereix un escuradents, l'àliga de majestuoses ales de Torraspapel o l'homínid prehistòric de l'Editorial Pigmalió. El repertori conceptual i formal és variat i mai reiteratiu. Cada imatge atresora una idiosincràsia pròpia, fruit de l'anàlisi i de processos metodològics de síntesi. És l'America racionalista que comentàvem abans. L'America d'ànima *underground* es manifesta en propostes experimentals on es percep el seu

enamorament pels còmics i els llenguatges llibertaris. Alguns cartells que es mostren al catàleg *America a Barcelona* descobreixen la mirada del passejant que s'apropia d'il·lustracions trobades als espais públics. En un dels pòsters, s'hi llegeix aquest eslògan reivindicatiu: *la gráfica popular es un derecho cultural*. Declaració d'independència creativa de qui recupera *objets trouvés* visuals de les parets i murs. El disseny, el veritable disseny, sorgeix de la vida al carrer.

Una de les obres reveladores de l'America és el mural *Copito* del 1971. 240 fotografies de Floquet de Neu on el pelatge del goril·la albi es guixa com si fos paper de dibuix. Els traços particularitzen el cos del simi i transitem de l'estricta zoologia de les imatges a la juguesca de qui fa servir amb naturalitat els principals referents artístics del segle XX: expressionisme, surrealisme, *pop art*, psicodèlia. També hi ha l'automatisme de la pura supervivència. Per al dibuixant, dibuixar i respirar són sinònims. Qualsevol superfície esdevé un full en blanc, una oportunitat d'existir. El mural *Copito* genera una altra lectura més irònica. El nostre dissenyador es veu a ell mateix com un animal gràfic únic en la seva espècie, múltiple en recursos creatius i que, igual que Floquet de Neu, canvia de continent i s'adapta a una nova vida. Quan el 1965 America Sanchez emigra de Buenos Aires a Barcelona, ho fa a bord del transatlàntic *MS Giulio Cesare*. Poques vegades els diners invertits en un passatge marítim han estat tan profitosos per a la cultura i el disseny de casa nostra.

