

Diseño gráfico comercial

siglo XIX



Una de las primeras versiones de la columna de anuncio. Litografía. Alemania, mediados del siglo XIX.

El siglo ha echado a andar bajo el signo de la automatización en toda Europa, y aunque al periódico *The Times* (simbólico por tantas razones tipográficas) le cabe el honor de inaugurar oficialmente en 1814 la era de la mecanización de la industria de la impresión, al incorporar a sus talleres la nueva máquina semiautomática proyectada por el alemán Friedrich Koenig, la evolución de los útiles empleados hasta entonces en la impresión de hojas de papel había caminado ya un trecho importante, fundamental. Dieciocho años antes, en 1796, el músico alemán Alois Senefelder inventa en Munich, casi por azar, la litografía, un procedimiento que superará definitivamente el obstáculo que significaba la aplicación del color en los impresos y que permitirá al propio artista realizar el molde con suma facilidad, evitando así la hasta entonces obligada participación de los grabadores de oficio.

Cuenta el propio inventor que "un día, al hacer la lista de la ropa que su madre entregaba a la lavan-

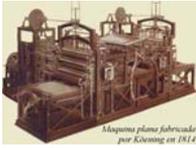
Inglaterra -que aventajó a toda Europa en el desarrollo del capitalismo- contó con dos circunstancias sumamente favorables para convertirse en la primera potencia política, económica e industrial del mundo. De una parte, el entusiasmo y la habilidad histórica con que emprendió el proceso de mecanización de la antigua industria artesanal y de otra, la fortuna de disponer durante casi las dos terceras partes del siglo de la enérgica figura de la Reina Victoria.

Parte I

dera y no disponer de papel, lo hizo provisionalmente con el pincel y barniz de aguafuerte sobre una de las lisas piedras calizas que tenía a medio pulir. Al día siguiente, antes de borrarla, atacó toda la superficie de la piedra con el ácido nítrico que usaba para grabar con el fin de obtener un relieve susceptible de ser entintado".

Tres años de experimentaciones culminaron, de un lado, con el descubrimiento de que este tipo de piedra disponía de unas propiedades químicas que no necesitaban relieve alguno para seleccionar las partes impresoras de las blancas; de otro lado, el tórculo manual de presión regulable que inventó para imprimir este nuevo molde de piedra fue el precedente de la famosa máquina plano-cilíndrica que Koenig presentó al mercado inglés en 1814.

Con todo ello, acababa de nacer el tercer procedimiento de impresión que, dicho sea de paso, despertó un interés muy relativo en Inglaterra. Este proceso tecnológico conlleva un cambio conceptual verdaderamente notable. La sustitución de las arcaicas prensas por los nuevos ingenios mecánicos permite la ampliación de los formatos de papel a imprimir, con lo cual los carteles -y naturalmente las letras- superan los estrechos límites en que los pequeños formatos y los caracteres tipográficos corrientes tenían



Máquina plana fabricada por Koenig en el año 1814.

En 1824 con una patente de Samuel Harris nace el concepto de la publicidad exterior. Esta patente describe una columna de anuncios giratoria, emplazada sobre un carro que se podía iluminar por la noche.



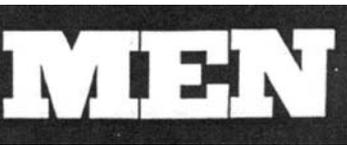
sometida a la todavía embrionaria disciplina gráfica del cartelismo (que en cierto modo se está despertando).

Samuel Harris solicita, en 1824, una patente para una columna de anuncios giratoria, emplazada sobre un carro e iluminada por la noche). Es tal el impacto que el nuevo procedimiento produce que abre nuevas e indiscriminadas expectativas al diseñador de letras, quien usa y abusa de esta técnica hasta límites verdaderamente inútiles mientras la tipografía, para no quedarse rezagada, se suma también a esta cartera frivolisante.

La cantidad de tipos nuevos a los que se somete a toda posible variación, añadiendo sombreados, rayados, punteados, motivos florales, antropomorfos u ornamentales, así como la talla de grandes cuerpos en madera para el cartelismo, integra al diseño tipográfico una legión de profesionales que tienen muy poco que ver con el proceder riguroso y metódico del clásico grabador de punzones para tipos metálicos. La producción en este sector degenera hasta tal

punto que hace tambalear seriamente la solidez formal de un sector que había disfrutado, desde el siglo XV de la más firme y ortodoxa continuidad evolutiva. En el siglo XIX se crean también las tipologías finas, negras y supernegras (por lo que se refiere al grueso del palo), así como la estrechas o chupadas y anchas (por lo que respecta al ojo de la letra). Aunque la creación de tipos sea probablemente la de mayor volumen y variedad de toda la historia de la tipografía (incluyendo la actual) no será especialmente brillante, destacando, no obstante, la creación de tres familias genuinas: las Egipcias, las Antiguas, Grotescas o Góticas y la llamada Escritura inglesa.

La experiencia más notable del diseño de letras litográficas se produce, paradójicamente, en el país que menor atención global ha prestado al nuevo procedimiento de impresión. La escritura inglesa, de origen manuscrito, no es heredera de las antiguas candelarescas (como podría suponerse) sino una excelente síntesis de la divulgación de manuales de escritura escolar, tan corrientes durante el siglo pasado,



Robert Thorne.
Tipografía egipcia
1828.

donde el Romanticismo literario popularizó la modalidad epistolar que llegó a adquirir, en el proceso educativo, una categoría equivalente a las asignaturas opcionales de los actuales programas docentes. Robert Thorne diseña, entre 1804 y 1805, las primeras ver-

siones de egipcias anchas y negras o supernegras, mientras William Caslon IV, miembro de otra notable dinastía de grabadores ingleses, proyectó y fundió uno de los primeros tipos de palo seco. Será tal vez la más precoz incursión del diseño tipográfico en una tipología que el espíritu racionalista y tecnológico del siglo XX reivindicará en profundidad, convirtiendo esta familia de tipos en el exponente del movimiento revolucionario que en diseño se conoce como la Nueva Tipografía.

Es frecuente que, en el proceso de objetivación de los supuestos valores formales de cualquier objeto de diseño gráfico (en este caso el tipográfico), se parta de referencias no sólo intuitivas y empíricas sino, a veces, originadas por un cierto tipo de insuficiencias técnicas o manuales ciertamente casuales, de las que se ha perdido hoy el rastro. Es frecuente que, en el proceso de objetivación de los supuestos valores formales de cualquier objeto de diseño gráfico (en este caso el tipográfico), se parta de referencias no sólo intuitivas y empíricas sino, a veces, originadas por un cierto tipo de insuficiencias técnicas o manuales ciertamente casuales, de las que se ha perdido hoy el rastro. En opinión del notable diseñador Jock Kinneir, fueron presumiblemente los pintores de rótulos comerciales los que, involuntariamente, originaron los tipos de palo y las egipcias.

Al parecer, los palos secos adquirieron en Inglaterra un cierto éxito en la identificación de iglesias, tabernas y albergues, unos años antes del cambio de siglo (a finales del XVIII), y bastante tiempo antes de que se interesaran por él Caslon y, en general, los grabadores de punzones tipográficos.

La experiencia manual del pintor de rótulos (figura profesional importante en el siglo XIX) puede que le llevara a "rectificar" las sofisticadas letras modernas (las Bodoni y Didot) cuyo extremado contraste entre sus palos finos y gruesos imponía al pintor una gran pericia técnica y, al mismo tiempo, la elemental visibilidad que requerían los rótulos comerciales dispuestos sobre la puerta de la taberna, el albergue o la iglesia, suministran razones empíricas lo suficientemente poderosas como para forzar un trazo más grueso en toda la letra (llevada a grandes ampliaciones), originando casi por azar un nuevo tipo.

Las bases o patas de la nueva letra se convierten en paralelepípedos, manteniendo en algunas ocasiones la entrega en ángulo recto de los palos verticales, a la manera de la Didot, y en otras en el suave arco característico de la Bodoni, como consecuencia de la demanda de esta nueva tipología, en especial para su aplicación cartelística, las Egipcias desarrollaron una singular evolución, desde las sucesivas versiones del propio Thorne hasta las posteriores creaciones estre-

Se ha podido clasificar la inmensa variedad de caracteres como derivados de alguna de estas cuatro clases o familias estilísticas del romano: romana antigua (Garamond, Elzevir), romana moderna (Didot, Bodoni), palo seco y egipcia.

ABCDEFGHIJKLMNO
 ABCDEFGHILMNO
 ABCDEFGHILMNOPQRS
 ABCDEFGHILMNO

chas, sombreadas, perfiladas, etc., a las que se llamó genéricamente Jónicas, para desembocar en una bella síntesis aparecida en Inglaterra, hacia 1860, con el nombre de Clarendon.

Capítulo especial merecería también la insólita nomenclatura que recibieron estos tipos. Esa heterodoxa interpretación de las tipografías de raíz neoclásica recibió el sorprendente nombre de egipcias, la lógica que puede explicar razonablemente tan impropio sustantivo parte, a su vez, de una hipótesis elemental.

El nuevo orden tipológico precisaba de un nombre y, para revelar la novedad de su diseño (sobre todo al incorporarlo al repertorio tipográfico), nada parecía más apropiado que usar uno de los que estaba por aquel entonces en boga. Las espectaculares campañas militares que Bonaparte llevó a cabo en Egipto y la secuela de descubrimientos arqueológicos llevados a París por Champollion, entronizaron sin duda alguna un vocablo nuevo que el triunfalismo napoleónico orquestó hábilmente, con gran sentido de la oportunidad, para mayor gloria del Imperio. Por otra parte, el nombre de Napoleón aparece también vinculado a otros sectores del diseño gráfico: concretamente en la "creación" de marcas comerciales como el coñac Courvoisier y el agua de colonia 4711.

Pero la cuestión resulta todavía más absurda en lo que concierne a las primeras versiones de palo seco, que en los abundantes catálogos de tipografía del siglo XIX se llaman, indistintamente, Antiguas o Grotescas (y, entre los americanos, Góticas). Aunque el origen griego de esta tipología es hoy evidente, no lo es menos el hecho de que fue necesario todo el aparato teórico del Racionalismo de los años veinte para ponerlo de relieve. Entretanto, parece igualmente verosímil la versión del propio Kinneir, al situarla como un intento de romanticismo primitivo que facilitaba enormemente el trabajo de carpinteros y pintores al tener "los palos finos exactamente el mismo calibre que los gruesos".

Hasta el diagnóstico del Racionalismo el palo seco fue una tipología subestimada y desconcertante para el sector tipográfico, tal y como parece atestiguarlo el dato histórico de que fuera designada, simultáneamente, con nombres casi antagónicos.

Por antiguo se suele designar aquello que no sólo no es nuevo sino que contiene connotaciones ligeramente peyorativas, de algo superado, obsoleto o, al menos, perfectamente asimilado; no parece, pues, el nombre más apropiado para bautizar con él un diseño nuevo. Por el contrario, parece entenderse por grotesco, en este caso, no tanto su posible aceptación de ridículo o primitivo (remitiendo al estilo grotesco de las rocas artificiales manieristas), sino



Los tipos de Palo Seco, también se conocen como Gothics en Estados Unidos y Grotescos o Lineales en Europa. Estos tipos pueden dividirse en tres grandes categorías principales: Grotescos, Geométricos y Humanísticos.

más bien resaltando el aspecto extravagante que, etimológicamente, contiene también esa palabra.

En cualquier caso, ambos nombres son muy difícilmente compatibles, y el hecho de obedecer casi en su totalidad a diseños anónimos revela cuando menos el poco interés que globalmente suscitó entre los diseñadores de tipos más importantes del siglo pasado, a excepción del ya citado Caslon. El caos morfológico que constituye el siglo XIX en cuanto a diseño tipográfico se refiere, se agudiza al comparar el impulso renovador de la arquitectura funcional, que con el hierro y el cristal como elementos prefabricados "señala la primera gran huida de los estilos históricos en arquitectura" y que ejemplifica un espíritu industrialista alrededor del cual la polémica fue, en su momento, más que apasionada.

En este contexto resulta sintomático que ni siquiera esa vanguardia arquitectónica advirtiese la correspondencia ideológico-formal que existía entre su radical actitud y la tipografía de palo seco (que equivalía, frente a las romanas clásicas, lo que el hierro y el cristal a los materiales convencionales), dejando para otra vanguardia arquitectónica -la de los años veinte de nuestro siglo- la oportunidad de asumir para sí el rico potencial emblemático y simbólico del escueto signo alfabético de palo seco.

Así pues, éste y tantos otros conflictos dialécticos se resolvieron en el papel impreso utilizando tipografías convencionales o frívolas, desconectadas del contenido ideológico al cual servían. Esta situación se perpetúa a lo largo de todo el siglo hasta que, en su última década, aparece la noble figura de William Morris alzándose contra el deplorable estado de la tipografía, blandiendo la anacrónica letra gótica -tan crítico era el estado del sector (?)- como si de una nueva guerra santa se tratara. Y, de hecho, con ese exacto espíritu de cruzada se enfrentó Morris a la degradada situación editorial.

Pero la conmoción morrisiana se produce a finales de siglo y enlaza, además, con el tema que se desarrolla en el próximo capítulo. Entretanto, y contemplando el siglo XIX en toda su longitud, se producirá todavía el poderoso resurgimiento de la xilografía, que barrerá casi definitivamente el grabado calográfico en una especie de canto del cisne esplendoroso, antes de sucumbir ambos ante el auge de la litografía primero y los albores de la reproducción fotomecánica después, en el último tercio del siglo.

En la edición 80 continúa la Parte II y en la 81 la Parte III de la presente nota. ■

Nota enviada por Fernando Mattia. De los contenidos recopilados por Paola L. Fraticola de "El diseño gráfico, desde los orígenes hasta nuestros días", de Enric Satué.

- Distribuidor certificado Hewlett Packard para toda su línea de impresión Ink Jet - Laser
- Plotter de Impresión Ink Jet
- Plotters de Corte
- Insumos para Impresión Ink Jet - Solvente
- Laminados Caliente y Frío
- Insumos para Pruebacolor
- Insumos para Laser (papeles y films)
- Cartuchos de Tintas y Toner
- Soporte para montaje
- Vinilo de corte para rotulación

Herrera 1515 - (C1295 ACC) Capital Federal
 Tel: 4302-7600 rot. - Fax: 4303-1761
 e-mail: ventas@fotogen-sa.com
 www.fotogen-sa.com