

## Tres catálogos generales de Fundición Tipográfica Neufville: preliminares

*Three Neufville Type Foundry general type specimens: prelims*

Oriol Moret

Fundición Tipográfica Neufville, Bauersche Gießerei, Catálogos tipográficos, Historia de la tipografía

En este artículo se examinan tres catálogos generales publicados por Fundición Tipográfica Neufville (1885-1995). El examen desconsidera los fines habituales en estudios de historia de la tipografía y del diseño gráfico —la identificación y análisis de tipos, el interés compositivo— para proponer una mirada, algo marginal y modesta, que se centra en las páginas preliminares de los catálogos. Estos textos, a medio camino entre la raíz técnica y el propósito comercial, ofrecen datos valiosos para la revisión (y reconstrucción) histórica de la tipografía en clave disciplinar. Contienen referencias a aspectos hoy poco apreciados o relevantes —la adopción de sistemas (tipo)métricos, las pólizas, etc.— que, sin embargo, ilustran algunos estadios en la evolución, y declive, de aquella fundición en particular y del oficio tipográfico tradicional en conjunto.

*Neufville Type Foundry, Bauer Type Foundry, Type Specimens, History of Typography*

*This paper examines three general type specimens issued by the Neufville Type Foundry (1885-1995). The paper departs from the usual format of most such studies on the history of type and graphic design, which address subjects such as the identification and analysis of type or offer appraisals of specimen books' compositional virtues, and focuses instead on a modest examination of the prelims. Characterised by both their technical basis and their commercial purpose, the prelims offer valuable data for revisiting (and reconstructing) the history of printing and typography understood as a discipline. They deal with matters that may no longer be as widely appreciated or relevant as they once were—the adoption of type systems, bills of type, etc.—but nonetheless illustrate stages in the development and decline of Neufville in particular and of the traditional printing trade in general.*

A finales del siglo XIX, Jacob de Neufville, procedente de Frankfurt, con antepasados franceses, se instala en Barcelona. En 1885 adquiere la fundición del impresor Narcís Ramírez y empieza a operar como Fundición Tipográfica Neufville (en adelante Neufville). En 1898, Georg Hartmann compra esta empresa y la Bauersche Gießerei (en adelante Bauer) de Frankfurt. Neufville actuará como sucursal de Bauer: complementando la fundición, suministrará maquinaria y material de artes gráficas. A la dirección le sucederán su hijo Carlos, en 1922, y el hijo de este, Wolfgang, en 1963. Entre 1971 y 1988, Neufville adquiere varias fundiciones tipográficas (1971,

1 La información básica se extrae del impreso *Fundición Tipográfica Neufville 100 años* ([1985], pp. [2]-[4]). Tras funcionar por un tiempo como Fundición Tipográfica Bauer, se relanzaría luego como Bauer Types (ver [www.bauertypes.com](http://www.bauertypes.com)). Parte de su fondo tipográfico se cedió (1996) al entonces Departamento de Diseño e Imagen (hoy integrado en el Departamento de Artes Visuales y Diseño) de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Barcelona. Este estudio reposa en aquel material.

Fundición Tipográfica Nacional; 1972, Bauersche Gießerei; 1974, Fonderie Typographique Française; 1984, Lettergieterij Amsterdam / Bühmann-Tetterode; 1985, Ludwig & Mayer; 1988, Fonderies Réunies de Caractères du Liban) y se consolida como la primera en el sector. Suspende el negocio en 1995.<sup>1</sup>

El resumen anterior bastará para enmarcar el objeto de estudio: los catálogos tipográficos de Neufville. Precisemos: tal estudio es de alcance considerable y conviene plantearlo por capas. Lo que puede exponerse aquí debe reducirse a un aperitivo, modesto, del trabajo futuro. Empezamos, pues, desde el principio y por lo general: nos centramos en los preliminares de los catálogos generales, eso tan aburrido que casi nadie lee pero que, sin embargo, ofrece datos para reseguir la historia del oficio tipográfico, tanto como de aquella empresa y de su producción.

Tres catálogos cumplen las condiciones (tras los datos básicos figuran el título de cabecera y el número de páginas):

- [FTN1]. *Tipos Neufville* [192-]. 286 × 225 mm (o 63 ½ × 50 cíceros), [400] páginas. “Advertencias generales | Explicaciones técnicas”, cuatro páginas. (Figuras 1-4).

Figura 1 *Tipos Neufville* [192-], cubierta. Fons tipogràfic Bauer–Neufville, Universitat de Barcelona.

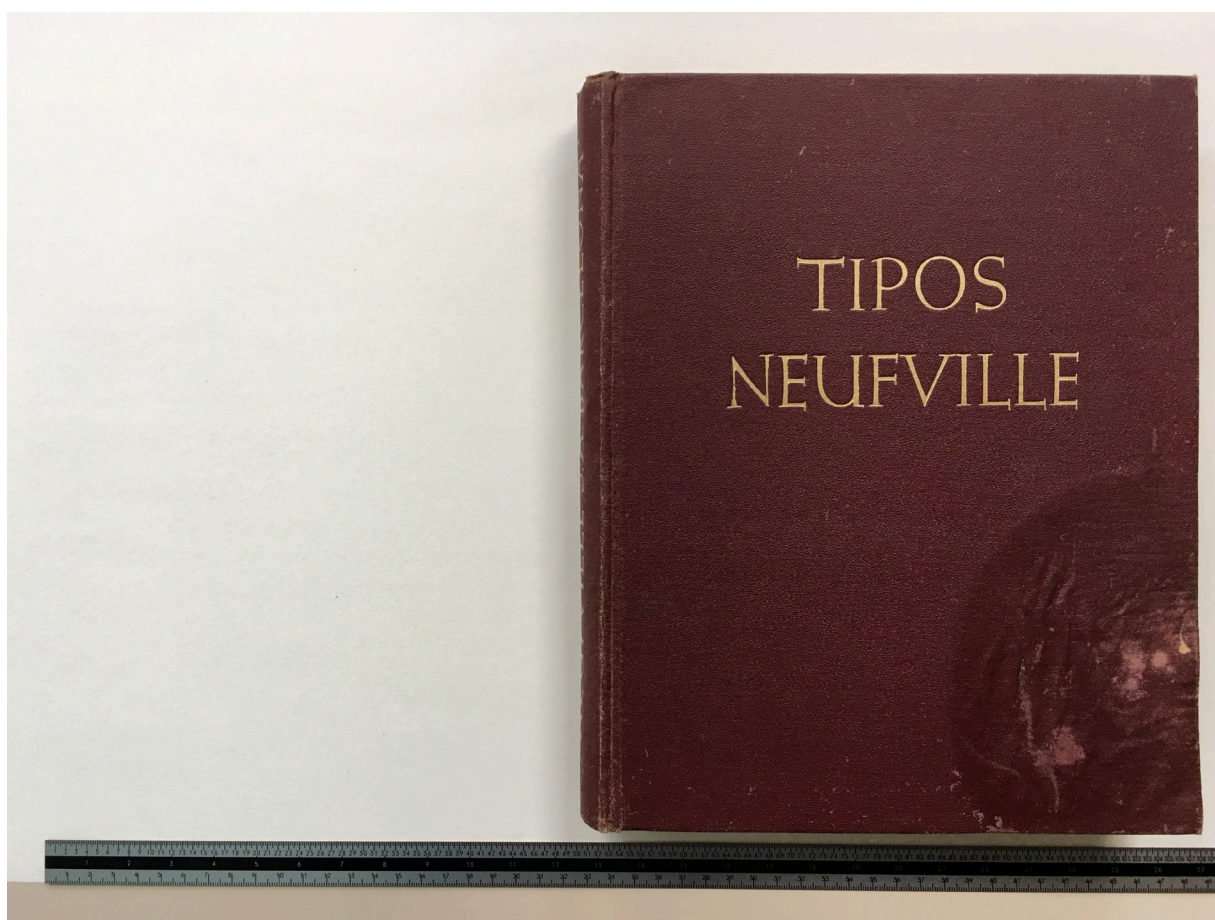


Figura 2 *Tipos Neufville* [192-], pàgines [2] y [3]. Fons tipogràfic Bauer–Neufville, Universitat de Barcelona.

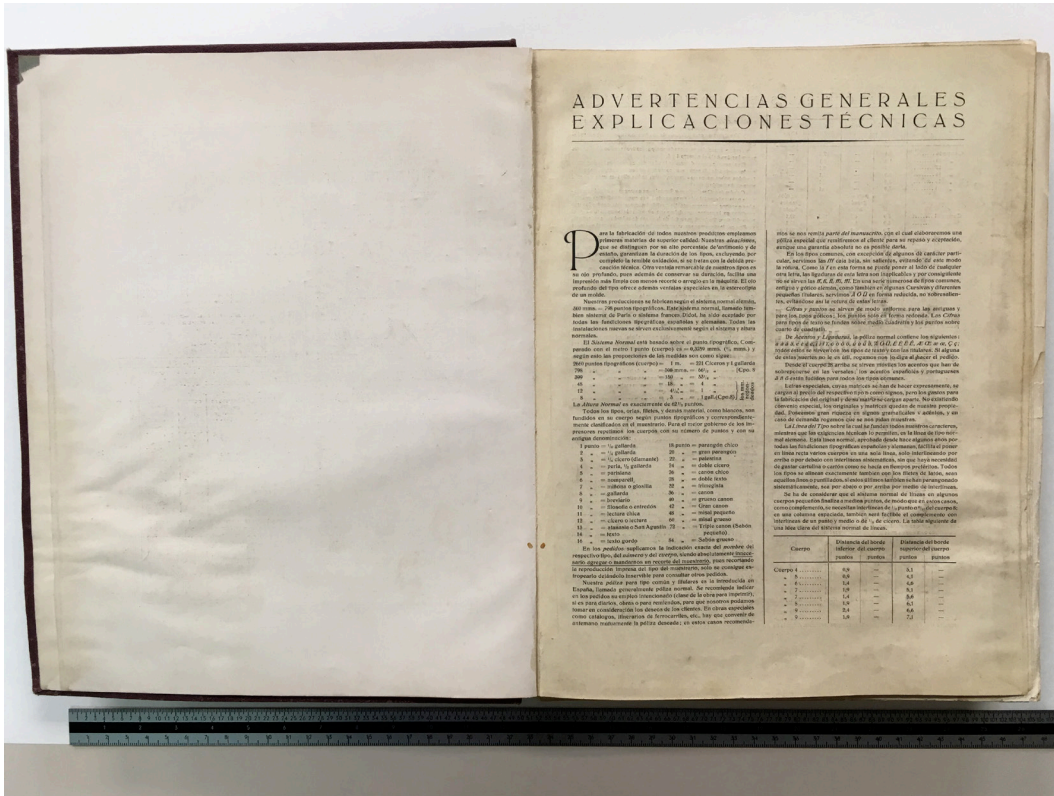


Figura 3 *Tipos Neufville* [192-], pàgines [4] y [5]. Fons tipogràfic Bauer–Neufville, Universitat de Barcelona.

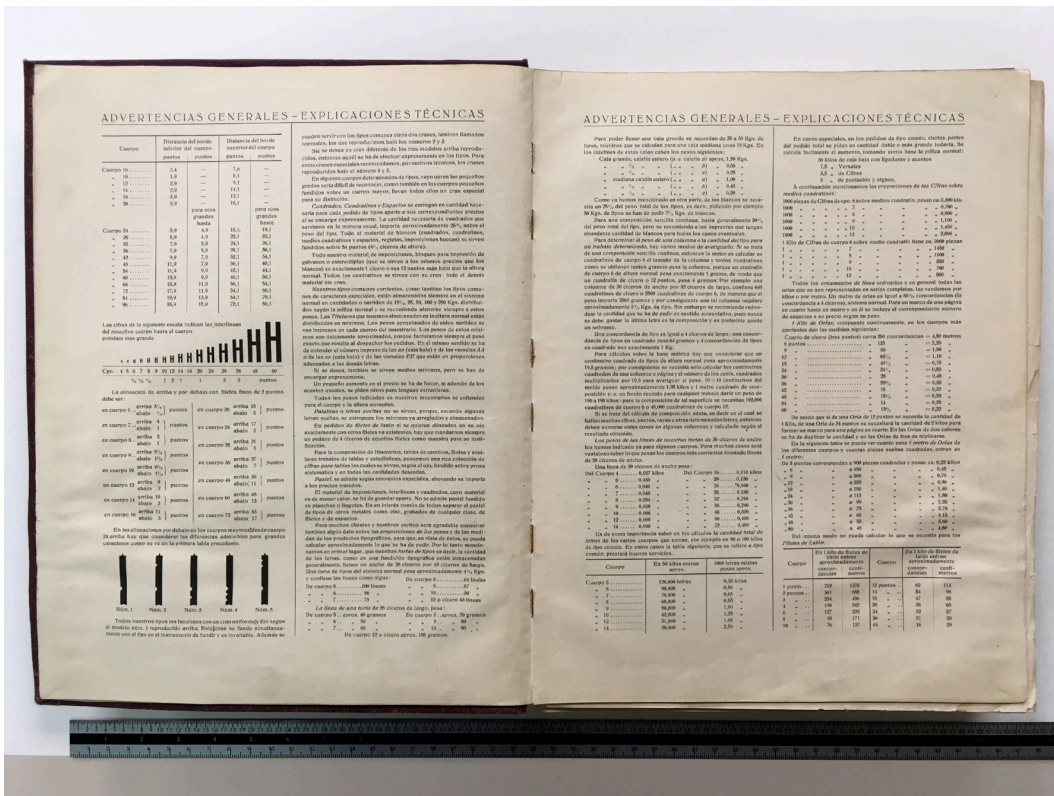
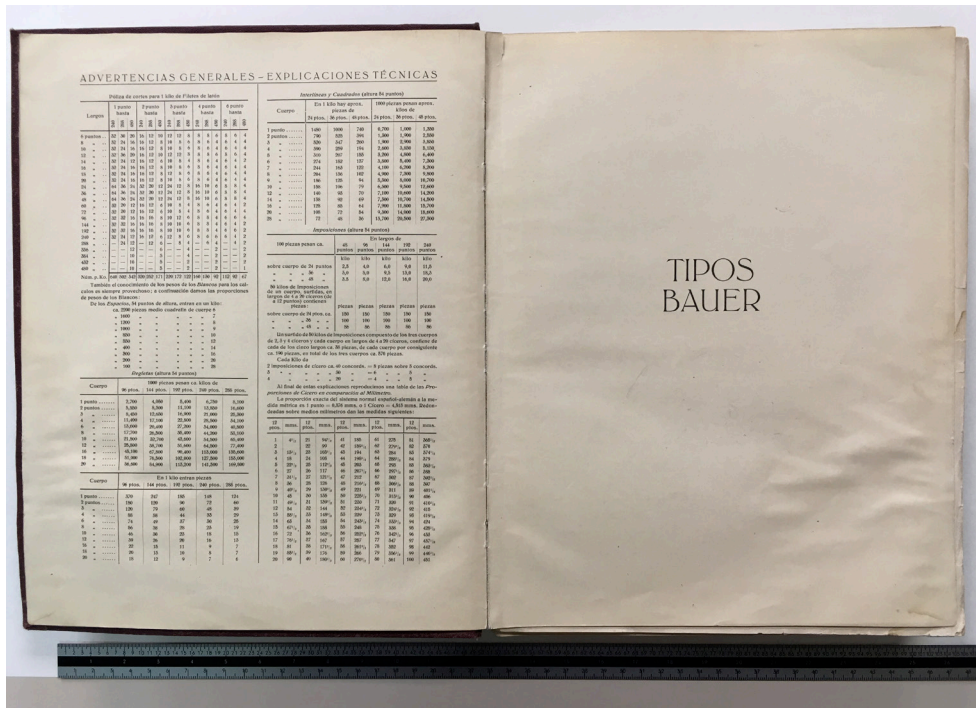


Figura 4 *Tipos Neufville* [192-], páginas [6] y [7]. Fons tipogràfic Bauer–Neufville, Universitat de Barcelona.



- [FTN2]. Fundición Tipográfica Neufville S.A [196-]. 255 × 185 mm (o 56 1/2 × 41 cíceros), [238] páginas. “Advertencias preliminares”, una página. (Figuras 5-6).

Figura 5 *Fundición Tipográfica Neufville S.A* [196-], cubierta. Fons tipogràfic Bauer–Neufville, Universitat de Barcelona.

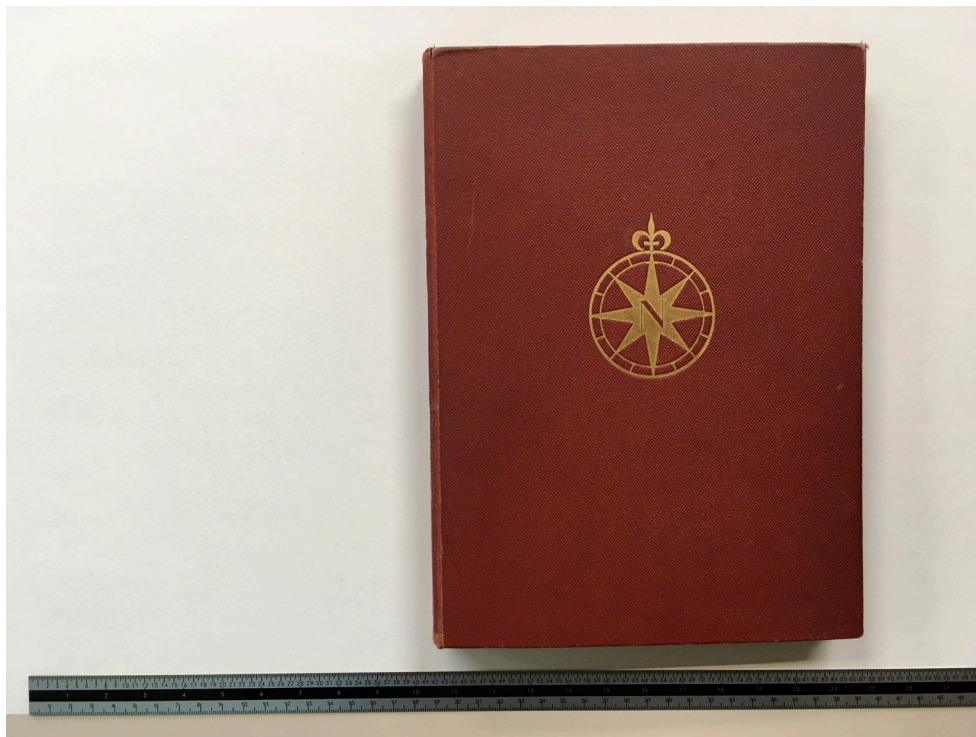
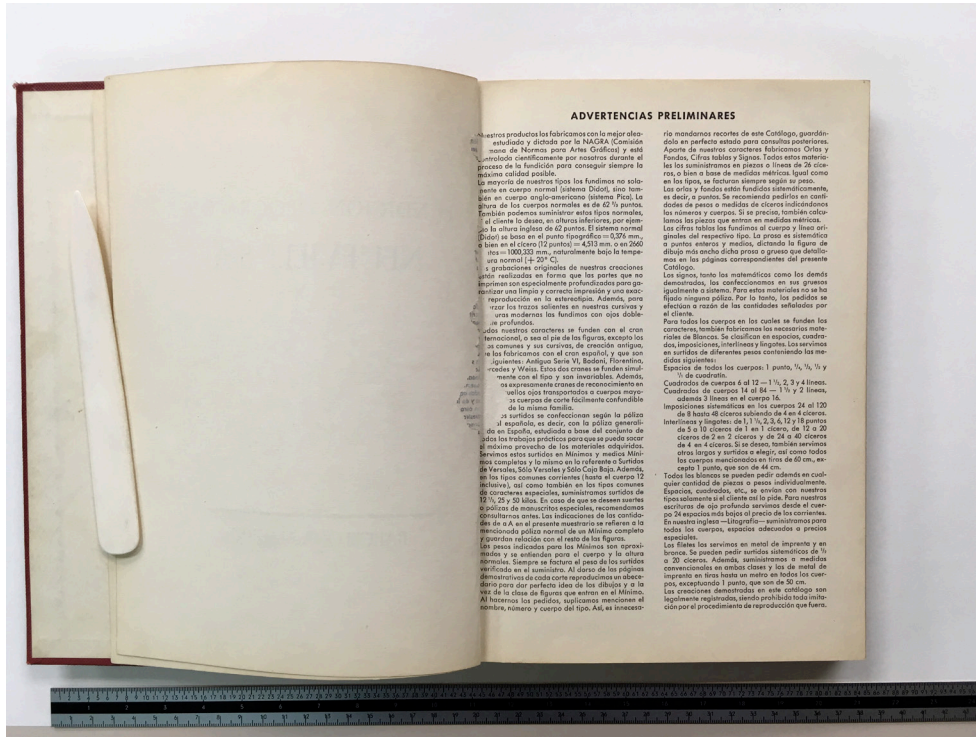


Figura 6 Fundición Tipográfica Neufville S.A [196-], páginas [2] y [3]. Fons tipogràfic Bauer–Neufville, Universitat de Barcelona.



- [FTN3]. Catálogo de tipos [198-]. 210 × 210 mm, 78 páginas. “Materiales para la composición manual”, una página. (Figuras 7-10).

Figura 7 Catálogo de tipos [198-], cubierta. Fons tipogràfic Bauer–Neufville, Universitat de Barcelona.



Figura 8 Catálogo de tipos [198-], página 1. Fons tipogràfic Bauer–Neufville, Universitat de Barcelona.

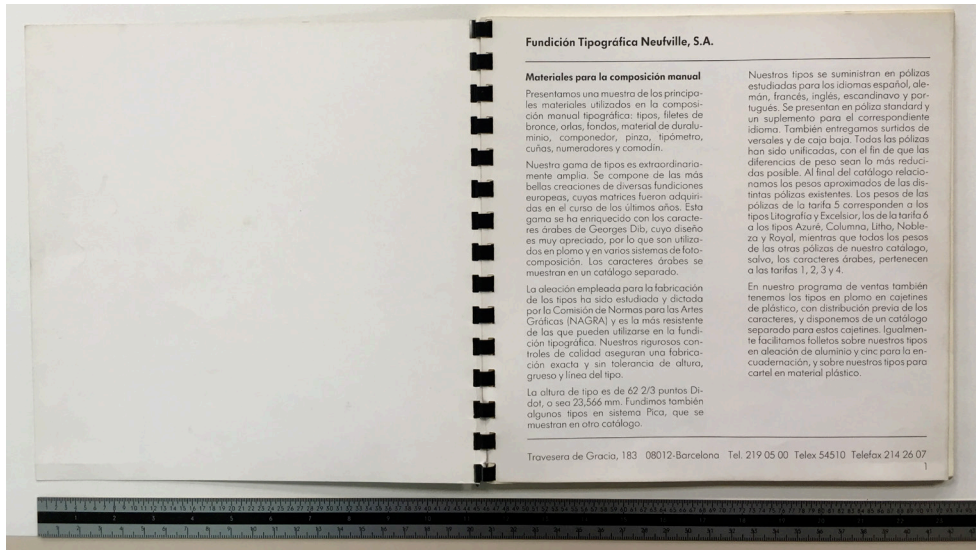


Figura 9 Catálogo de tipos [198-], páginas 72 y 73. Fons tipogràfic Bauer–Neufville, Universitat de Barcelona.

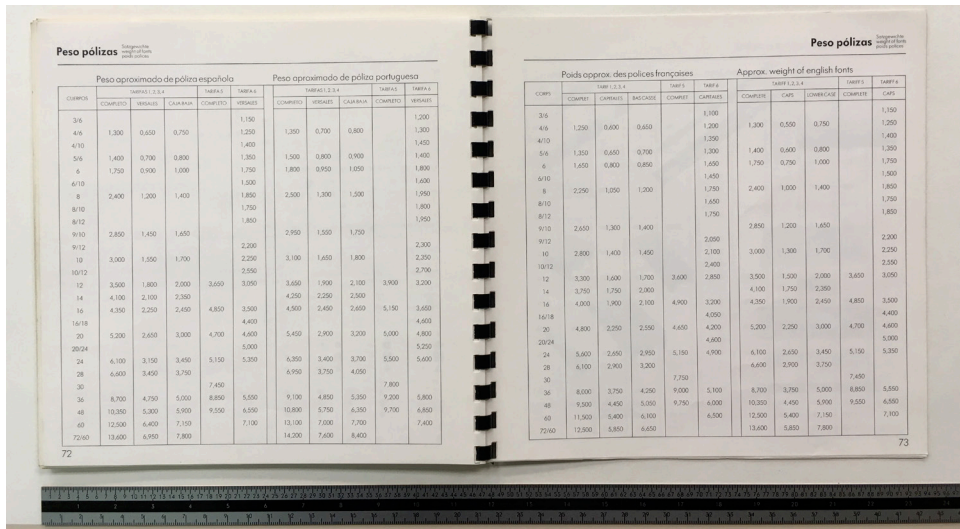
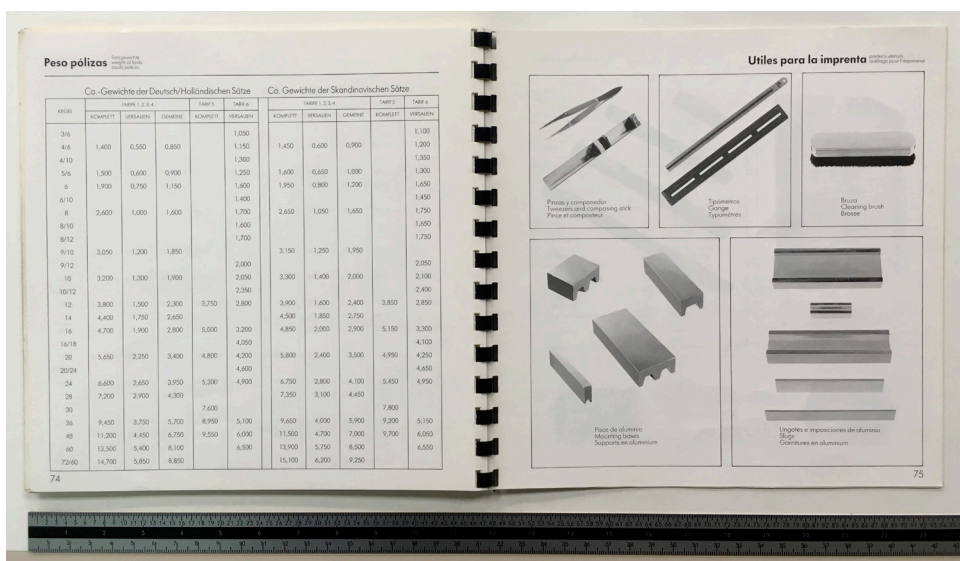


Figura 10 Catálogo de tipos [198-], páginas 74 y 75. Fons tipogràfic Bauer–Neufville, Universitat de Barcelona.



- 2 *FTN1* debe ser posterior a 1916, año en que Bauer absorbió a *Schriftgießerei Flinsch*, cuyas familias del alfabeto *Bernhard* se muestran en el catálogo; y puede ser anterior a 1923, año en que se produjo *Baskerville Antiqua*, que no aparece. Si puede tomarse como indicio fiable, la fecha más tardía que figura en las aplicaciones-simulacro es “1920”: páginas [124], [292], o [298-299]. // *FTN2* incluye Folio supernegra (1960), pero todavía no Folio chupada seminegra (1962). // *FTN3* ya muestra *Cándida*, en origen producida por *Ludwig & Mayer*, que *Neufville* adquirió en enero de 1985.
- 3 En este primer repaso quedan fuera de estudio el material de blancos, el conjunto “orlas, adornos, viñetas, cifras tablas, signos, filetes”... y el *cran*, entre otros.

Puesto que *Bauer-Neufville* (y no solo ellas) tenían por costumbre no fechar sus catálogos, la datación que se supone aquí considera especialmente los años de producción de alfabetos mostrados.<sup>2</sup> Por motivos de espacio, conviene limitar la lectura a contenidos comunes a los tres catálogos.<sup>3</sup> Adviértase que los textos se toman tal cual son, con todas sus irregularidades, sin juzgar su calidad a efectos de autoridad histórica: están ahí, con aquellas palabras y no otras. Se intenta no abusar de las citas, pero, ya que la propuesta invita a leer textos originales, resulta inevitable darles espacio, por simple respeto. Igualmente, y para detalle de orden, en las citaciones se especifica el número de párrafo después de la página. Ya por último: las referencias (*FTNx*), y las expresiones “primer, segundo, tercer-último catálogo”, deben entenderse limitadas al contexto del presente artículo.

## 1 Las formas de presentación

Presentamos una muestra de los principales materiales utilizados en la composición manual tipográfica: tipos, filetes de bronce, orlas, fondos, material de duraluminio, componedor, pinza, tipómetro, cuñas, numeradores y comodín. (*FTN3*, p. 1, 1<sup>o</sup>)

Así comienza el último catálogo. De los tres en estudio, resulta —tal vez por prejuicio de proximidad cronológica— el que adopta una estructura formal más correcta o “normal”: presenta, mediante enumeración, lo que se mostrará en las páginas siguientes. Los dos catálogos precedentes se ahorraban estas formalidades y arrancaban, sin preámbulos, por la calidad del material (v. apartado siguiente).

Diríase que la estructura y el contenido de los textos reflejan la evolución del taller y del oficio tipográfico, fundición incluida, a lo largo de aquel período —y, con el oficio, también la enseñanza (del taller a la escuela), la literatura técnica (los manuales del *xix* al *xx*) y las figuras profesionales implicadas (del oficial al diseñador gráfico).

Las cuatro páginas del primer catálogo eran densas, plagadas de “explicaciones técnicas”, con profusión de tablas que implicaban al impresor en el cómputo y cálculo del material a manejar: ilustraban el ajeteo del taller tipográfico a pleno rendimiento. El segundo condensaba los preliminares en una página y prescindía de explicaciones, pues no quedaba ya mucho por explicar: normalizado y sobrio, se ceñía a exponer advertencias. En la pequeña página del tercero, los seis párrafos casi no advertían de nada: presentaban los “materiales para la composición manual” de modo inusualmente limpio —como en plástico y aluminio modernos— porque los antiguos talleres ya estaban vaciándose.

Y aun a pesar de este leve refinamiento —o tal vez por causa suya— el primer párrafo del tercer catálogo podía también ser el más grosero: alineaba tipos a cuñas, metía todos los “materiales” en el mismo saco.

## 2 La calidad del material

Es práctica habitual y de sentido común presentar todo catálogo aludiendo a la calidad del producto que allí se muestra. La calidad del producto reside, en primer lugar, en la calidad de su material —en bruto, y en la preparación de este.

Para la fabricación de todos nuestros productos empleamos primeras materias de superior calidad. Nuestras *aleaciones*, que se distinguen por su alto porcentaje de antimonio y de estaño, garantizan la duración de los tipos, excluyendo por completo la temible oxidación, si se tratan con la debida precaución técnica. (*FTN1*, p. [3], 1º)

Nuestros productos los fabricamos con la mejor aleación estudiada y dictada por la NAGRA (Comisión Alemana de Normas para Artes Gráficas) y está controlada científicamente por nosotros durante el proceso de la fundición para conseguir siempre la máxima calidad posible. (*FTN2*, p. [3], 1º)

La aleación empleada para la fabricación de los tipos ha sido estudiada y dictada por la Comisión de Normas para las Artes Gráficas (NAGRA) y es la más resistente de las que pueden utilizarse en la fundición tipográfica. Nuestros rigurosos controles de calidad aseguran una fabricación exacta y sin tolerancia de altura, grueso y línea del tipo. (*FTN3*, p. 1, 3º)

4 En ningún caso se explicita el porcentaje. En *FTN1*, con su detalle de datos, bien podría haberse expuesto; aunque, de modo lógico, podría caer dentro del secreto industrial.

Es sintomático que dicha calidad se conciba y se exprese de modo distinto a lo largo de los años. En *FTN1*, se expresa en modo discursivo y común: el porcentaje de antimonio y de estaño en las aleaciones es garantía de duración, el producto es de calidad cuando es duradero. Esta calidad (el porcentaje metálico) ya no se refiere así en los catálogos siguientes.<sup>4</sup> En estos, queda implícita, encubierta, en la apelación a un organismo superior abstracto, la NAGRA (alemana o luego, puede, internacional) —garante, certificado de calidad que estila nombre moderno en siglas. En consonancia, ahora aparecen vocablos de sonido grave: el estudio, el dictamen, el control científico o riguroso a lo largo del proceso productivo, la exactitud que —¡ay!— elimina la tolerancia.

Apréciase el cambio: antes se requería de la precaución técnica del impresor para asegurar la duración del producto. Luego, el control exclusivo permitió que la calidad dejara de ser “superior” para subir a “máxima” (posible) —y al fin, la duración se objetivaría, exactamente, en resistencia. Más o menos lo que separa una receta doméstica de una fórmula científica.

## 3 Las creaciones tipográficas

Hoy puede sorprender que algunas fundiciones tipográficas no explotaran el carácter de reclamo publicitario en sus catálogos generales. O bien, maticemos: que no vocearan cuán bellos eran sus



alfabetos tipográficos. Estos, en realidad, eran sus productos, “tan solo” productos industriales.

En las páginas preliminares del primer catálogo no hay una sola palabra acerca de la belleza de los tipos. Esto encaja a la perfección con el título de apertura: en las “Explicaciones técnicas” no deben echarse en falta consideraciones de talante formal o artístico. Encaja también en la condición del catálogo: mientras los catálogos específicos pueden requerir un lenguaje más persuasivo para lanzar un nuevo alfabeto, los generales pueden limitarse a mostrar las existencias sin estridencias.

Así, lo más semejante a tal discurso aparece, de modo muy tímido, en esta seudo-portadilla: “Antigua Bernhard | Dibujada por el célebre artista | Lucian Bernhard | Tipo de remarcable efecto” (FTN1, p. [111]). “Tipo de remarcable efecto” —aunque en sintonía con aquella especie de nueva objetividad de Bernhard y “su” *Plakatstil*— parecerá algo soso para un “célebre artista”, especialmente si se consideran los más frecuentes elogios al material del producto.<sup>5</sup>

No sorprende entonces que, en las páginas de muestras, los alfabetos ostenten este título: “Creación original legalmente patentada”. Esto es, la dimensión creativa de la tipografía —y su originalidad— “solo” se valora en el marco de la legalidad, por su condición de patente industrial.

Esta concepción de la creación tipográfica —así como el desinterés hacia cualquier otra que no sea la relacionada con lo legal— se mantiene en el siguiente catálogo:

Las creaciones demostradas en este catálogo son legalmente registradas, siendo prohibida toda imitación por el procedimiento de reproducción que fuera. (FTN2, p. [3], 13<sup>o</sup>)

Se mantiene tanto, que aparece en la última línea y cierra las “Advertencias preliminares”. Porque ahí toma cuerpo la idea de advertencia: se prohíbe toda imitación de creaciones. Como si compensara la sustracción, en las páginas de muestra, del título “Creación original...”.

En el catálogo más reciente la orientación es ya distinta:

Nuestra gama de tipos es extraordinariamente amplia. Se compone de las más bellas creaciones de diversas fundiciones europeas, cuyas matrices fueron adquiridas en el curso de los últimos años. (FTN3, p. 1, 2<sup>o</sup>).

Seguro que las creaciones continuaban siendo legalmente patentadas o registradas, y que su imitación continuaba prohibiéndose, pero de ello no se decía nada. Sí se dulcificaba el tono y lo bello de las creaciones le ganaba el puesto a su material, que vendría en el párrafo siguiente —en cierta medida curioso, porque en el primer párrafo estas creaciones se agolpaban en la denominación algo ruda de “materiales”.

Aquí, tal vez, se aprecia una “nueva” mirada hacia los alfabetos que irá popularizándose con el tiempo: una que valora más los atributos

5 Compárese, por ejemplo, con esta aplicación, simulacro de anuncio publicitario: “TRES PUNTOS justifican la superioridad de nuestros productos: 1. El grabado hondo del ojo de los tipos. 2. La perfección técnica absoluta de cada letra fundida. 3. La dureza insuperable de la aleación de metales empleada por nosotros.” (FTN1, p. [21]).

6 En esta mirada pudo influir la diversidad técnica: Neufville —o Bauer, para el caso— servía matrices para otros sistemas de composición (Intertype, Linotype, Typograph). Los tipos correspondientes se presentaban en catálogo aparte: se mostraba alguna línea compuesta sin especificar en qué sistema, como si la figura se valorara con independencia de este.

formales y algo menos los de uso. En este contexto se puede juzgar el catálogo: es el único que muestra los alfabetos sin aplicaciones (textos compuestos, simulacros) —como un catálogo contemporáneo de letras transferibles; como si el destinatario fuera más bien un joven diseñador gráfico que un impresor de antaño.<sup>6</sup>

#### 4 El sistema tipométrico

7 Esta condición de “dependencia” también se aprecia en la concepción general del catálogo. Por más que en la cubierta y en el lomo figure “Tipos Neufville”; por más que la portada “sea de” Neufville, la portadilla tras los preliminares reza “Tipos Bauer”. En el fondo Bauer-Neufville de la UB se conservan dos ejemplares encuadernados con el título *Tipos Neufville*; y unos cuantos ejemplares más sin tapas ni portada. Se conocen ejemplares encuadernados con el título *Tipos Bauer*.

Nuestras producciones se fabrican según el sistema normal alemán, 300 mms. = 798 puntos tipográficos. Este sistema normal, llamado también sistema de París o sistema francés Didot, ha sido aceptado por todas las fundiciones tipográficas españolas y alemanas. Todas las instalaciones nuevas se sirven exclusivamente según el sistema y altura normales. El *Sistema Normal* está basado sobre el punto tipográfico. Comparado con el metro 1 punto (cuerpo) es = 0,3759 mms. ( $\frac{3}{8}$  mms.) y según esto las proporciones de las medidas son como sigue:

[ver Figura 2]

La *Altura Normal* es exactamente de  $62 \frac{2}{3}$  puntos. (FTN1, p. [3], 2<sup>o</sup>-3<sup>o</sup>)

Debería resultar evidente que, por aquellos tiempos, Neufville operaba —al menos en formas— como sucursal de Bauer: el sistema tipométrico normal es el alemán, “llamado también” de París o Didot. Seguramente no hay que ver ahí una tergiversación de corte nacionalista, pues el sistema Didot devino “normal”, en el sentido de normativo, por obra e influencia de las fundiciones tipográficas alemanas.<sup>7</sup>

El episodio es bien conocido y aquí solamente cabe recordarlo con Smalian (1899, pp. 130-131; 1903, pp. 42-43). Hacia 1878, el industrial Hermann Berthold fue encargado por los fundidores berlineses de “concordar” el sistema tipométrico que adoptaron alrededor de 1872, el ya ilegal Didot, con el sistema métrico decimal, de uso oficial en el proceso de unificación de Alemania. Se cifraron las equivalencias entre sistemas para agrado científico (cuántos puntos hay en un metro) y de uso tipográfico (distribuyendo tipómetros de 30cm entre fundidores). La propuesta reposaba en las *meterkonkordanz*: 48 puntos Didot = 18mm (redondeados, claro).

Las equivalencias numéricas y las concordancias —cuasi-módulos de conversión— tienen un papel protagonista en las páginas preliminares del catálogo. Sin ahondar en más detalles que aparecen en ellas, es precisamente este protagonismo el que suscita dudas acerca de su cronología (¿“instalaciones nuevas”?) y, por ende, de su coherencia.

La abundancia de tablas aritméticas, y la reducción de cuerpos de la “antigua denominación” a puntos tipográficos, dibujaban un panorama de tránsito más cercano al de Serra y Oliveres (1852, pp. 63-64), Giráldez (1884, p. XIX), o Morato (1900, pp. 361-363) —

por citar algunos, con todos los respetos, titubeos e imprecisiones. Entonces, cabría preguntarse si hubo algún catálogo —de Bauer, de Neufville antes de 1898, o incluso de Ramírez— que hubiera servido de “original” para estos preliminares. Pero ni así se disiparía la duda de por qué tal texto se mantuvo para el catálogo de principios de 1920.

Sea como fuere, el deseo de exactitud en las equivalencias no solo lleva a combinar unidades modulares (el cícero y la gallarda, de origen francés) que “des-normalizan” la unidad y unificación métrica; también demuestran la imposibilidad de acuerdo absoluto entre las cifras según qué magnitud se tome como referencia. La primera equivalencia que se citaba, “300 mms. = 798 puntos tipográficos” respondía al patrón mediano de uso y manejo (los tipómetros “de Berthold”) y de ahí que el punto fuera de 0,3759mm. Pero al final, aunque no se quisiera, debía recurrirse a las aproximaciones y redondeos:

La proporción exacta del sistema normal español-alemán a la medida métrica es 1 punto = 0,376 mms. o 1 Cícero = 4,513 mms. Redondeadas sobre medios milímetros dan las medidas siguientes: [Ver Figura 4] (FTN1, p. [6], 6<sup>o</sup>).

En la tabla que cerraba la última página de advertencias y explicaciones, pues, 12 puntos o 1 cícero se cifraban en  $4\frac{1}{2}$  mm, y 1200 puntos en 451mm. Estas cifras se adaptarán en el catálogo siguiente:

La mayoría de nuestros tipos los fundimos no solamente en cuerpo normal (sistema Didot) sino también en cuerpo anglo-americano (sistema Pica). La altura de los cuerpos normales es de  $62\frac{2}{3}$  puntos. También podemos suministrar estos tipos normales, si el cliente lo desea, en alturas inferiores, por ejemplo la altura inglesa de 62 puntos. El sistema normal (Didot) se basa en el punto tipográfico = 0,376 mm., o bien en el cícero (12 puntos) = 4,513 mm. o en 2660 puntos = 1000,333 mm., naturalmente bajo la temperatura normal (+20°C). (FTN2, p. [3], 2<sup>o</sup>)

El sistema parece más normal, ahora. Aunque —nótese— se omita el patrón mediano de 300mm, todas las equivalencias se cifran desde los puntos y se precisan en milésimas de milímetro. Está claro que así pueden subvertirse algunas medidas (0,376 contra 0,3759) y complicarse otras (1000,333 contra 1000), pero en cualquier caso tal unificación pretende evitar los equívocos a que podían llevar los cálculos del catálogo anterior. Y si las expresiones “o bien [...] o en” suenan alternativas algo dudosas, se enderezan —con ecos de la segunda definición del metro (1889)— por acción de la temperatura: “naturalmente” porque, a cualquier otra temperatura distinta de la “normal” (+20°C), las equivalencias numéricas serían distintas, y el sistema dejaría de ser también “el normal”.

Que el sistema es tan normal lo demuestra el hecho que ya no se le atribuye nacionalidad (francesa-alemana-española). En contraste,

sí debe indicarse para el “cuerpo anglo-americano (sistema Pica)”, con su “altura inglesa de 62 puntos”, para dar cuenta de aquel otro mercado al que abastecía (Bauer abrió sucursal neoyorquina en 1927).

Todo esto —datos y producción— disminuye en los años siguientes:

La altura de tipo es de  $62 \frac{2}{3}$  puntos Didot, o sea 23,566 mm. Fundimos también algunos tipos en sistema Pica, que se muestran en otro catálogo. (FTN3, p. 1, 4<sup>o</sup>)

Nada más. En el tercer catálogo, todo el sistema se infiere por la altura —que, completando la normalidad, también se expresa en milésimas de milímetro. No se dan otras opciones de altura, todo lo demás sobra, porque se puede consultar en otros catálogos.

## 5 La póliza, los surtidos y los mínimos

El estudio de la póliza merece más atención de la que podemos ofrecer aquí. Sin embargo, cabe mencionar unos pocos aspectos generales de desarrollo.

8 A diferencia de otras tradiciones (francesa, inglesa), los manuales tipográficos españoles son parcos en pólizas. Una excepción se encuentra en Giráldez (1884, pp. 6-9), incluyendo la póliza de 100.000 letras, que reproducirá Morato (1900, pp. 365-368).

Nuestra póliza para tipo común y titulares es la introducida en España, llamada generalmente póliza normal. (FTN1, p. [3], 6<sup>o</sup>)  
Nuestros *tipos comunes* corrientes, como también los tipos comunes de caracteres especiales, están almacenados siempre en el sistema normal en cantidades o surtidos de 12  $\frac{1}{2}$ , 25, 50, 100 y 250 Kgs. distribuidos según la póliza normal y se recomienda atenerse siempre a estos pesos. Las *Titulares* que tenemos almacenadas en la altura normal están distribuidas en mínimos. Los pesos aproximados de estos surtidos se ven impresos en cada cuerpo del muestrario. Los pesos de estos mínimos son únicamente aproximados, porque facturamos siempre el peso exacto que resulta al despachar los pedidos. En el mismo sentido se ha de entender el número impreso de las *aa* (caja baja) y de las versales *AA* o de las *ee* (caja baja) y de las versales *EE* que están en proporciones adecuadas a las demás letras. Si se desea, también se sirven medios mínimos, pero se han de encargar expresamente. (FTN1, p. [4], 9<sup>o</sup>-10<sup>o</sup>)

Tal como el sistema, la póliza era normal —para España, se entiende. No se detallaba el número de letras,<sup>8</sup> solo se ofrecían las claves para interpretar y adivinar sus “proporciones adecuadas” a partir de los números, aproximados, de *aa AA* que figuraban, impresos, en las muestras —por cierto, en orden inverso: *Aa*, y sin rastro de *ee EE*, más propios de las tradiciones alemana y francesa.

Pues lo común, en el comercio tipográfico, era apreciar las creaciones a peso, a bulto: los tipos comunes (que abrían el catálogo, sin indicación de *Aa*) se vendían en cantidades de kilos —convencionales o normales, claro, a los que convenía atenerse. Que las

titulares se sirvieran en mínimos o medios mínimos, con indicación de Aa, solo matizaba la cuestión: al final, se facturaba según el peso.

Este principio rige siempre y tan solo se irá adaptando:

Nuestros surtidos se confeccionan según la póliza normal española, es decir, con la póliza generalizada en España, estudiada a base del conjunto de todos los trabajos prácticos para que se pueda sacar el máximo provecho de los materiales adquiridos. Servimos estos surtidos en Mínimos y medios Mínimos completos y asimismo en Sólo Versales y Sólo Caja Baja. Los acentos extranjeros se sirven en paquete aparte del Mínimo y sólo a petición del cliente. Además, en los tipos comunes corrientes (hasta el cuerpo 12 inclusive), así como también en los tipos comunes de caracteres especiales, suministramos surtidos de 12  $\frac{1}{2}$  y 25 kilos. En caso de que se deseen suertes o pólizas de manuscritos especiales, recomendamos consultarnos antes. Las indicaciones de las cantidades de a A en el presente muestrario se refieren a la mencionada póliza normal de un Mínimo completo y guardan relación con el resto de las figuras. Los pesos indicados para los Mínimos son aproximados y se entienden para el cuerpo y la altura normales. (FTN2, p. [3], 5<sup>o</sup>-6<sup>o</sup>)

Es lógico que en la página del segundo catálogo tampoco se mostrara la póliza normal española: había que fiarse del estudio empírico de la fundición. Era este conocimiento experimentado el que hacía actualizar —a la baja— los surtidos. Ahora ya no se servían más de 25 kilos; el medio mínimo ya no debía encargarse expresamente como en el primer catálogo, ya era una opción de pedido tan normal como el mínimo. Es más, la diversidad de opciones también se normalizaba: “Sólo Versales y Sólo Caja Baja” parecían parches, pedazos incompletos en sí, pero complementos convenientes para aumentar la colección hasta llegar a mínimos completos. O a cualquier cantidad o unidad menor:

Nuestros tipos se suministran en pólizas estudiadas para los idiomas español, alemán, francés, inglés, escandinavo y portugués. Se presentan en póliza standard y un suplemento para el correspondiente idioma. También entregamos surtidos de versales y de caja baja. Todas las pólizas han sido unificadas, con el fin de que las diferencias de peso sean lo más reducidas posible. Al final del catálogo relacionamos los pesos aproximados de las distintas pólizas existentes. (FTN3, p. 1, 5<sup>o</sup>)

Fuera de los preliminares, al final del catálogo (páginas 72-74) aparecían las tablas de pesos. “Tanta” atención hacia pólizas y pesos en un catálogo “tan poco” tipográfico se justificaba por la situación de la compañía en el mercado del momento. Tras haber absorbido aquellas fundiciones tipográficas europeas, “la primera fundición de tipos en el mundo” “unificó” las pólizas y debió considerar útil darlas a conocer para mantener, informada, la clientela. Y esto incluía, por primera vez, sistematizarlas —sin revelarlas— en seis tarifas.

Como el mismo catálogo, todo se reducía y se encogía: las piezas, el peso. Los pedidos ya quedaban lejos de aquellos surtidos de 25 kilos. Esto era otra adaptación a los tiempos de una técnica que tenía los días contados. El “completo” de entonces era notablemente inferior al “(medio) mínimo” de años atrás. Y se agudizaba (porque se explicitaba) aquel aspecto modular del comercio tipográfico: solo versales, solo caja baja, suplemento de idioma —como ofreciendo facilidades para que el “nuevo” cliente, que probablemente era el viejo impresor de barrio, renovara sus existencias para poder continuar con sus impresos de remendería antes de jubilarse.

## 6 Los pedidos y la venta

A algunos sorprendía la advertencia, en forma de súplica, que aparecía en el primer catálogo:

En los *pedidos* suplicamos la indicación exacta del *nombre* del respectivo tipo, del *número* y del *cuerpo*, siendo absolutamente innecesario agregar o mandarnos un recorte del muestrario, pues recortando la reproducción impresa del tipo del muestrario, solo se consigue estropearlo dejándolo inservible para consultar otros pedidos. (FTN1, p. [3], 5º).

La sorpresa podía ser mayor al notar que se mantenía, actualizada sin énfasis de cursivas y subrayados, en el segundo:

Al hacernos los pedidos, suplicamos mencionen el nombre, número y cuerpo del tipo. Así, es innecesario mandarnos recortes de este Catálogo, guardándolo en perfecto estado para consultas posteriores. (FTN2, p. [3], 6º)

En el tercer catálogo no había ninguna advertencia semejante —bien porque los impresores fueran más civilizados, o porque había menos que recortar. En cierto sentido, recortar catálogos era una práctica tan fea como concebir las creaciones tipográficas en su condición elemental de productos industriales, eso sí, legalmente patentados. Todo esto parecía haberse corregido en los años ochenta del siglo xx.

Con ello, volveríamos a las formas y formalidades que abrían este artículo. Pero en sentido “inverso”: la corrección formal, esa que prescinde de súplicas pasadas de moda, encierra una lejanía de trato. La cortesía solícita de las palabras en los catálogos primero —“en caso de demanda rogamos que se nos pidan muestras” (FTN1, p. [3], 11º); “Sie [sic] se desea un cran diferente de los tres modelos arriba reproducidos” (FTN1, p. [4], 4º)— y segundo —“en caso de que se deseen”, “se recomienda”, “si se precisa”, “si se desea”, “se pueden pedir además”— se rebaja en el tercero —“Fundimos también”, “También entregamos”—. Esta neutralidad que acompaña al “nosotros” sin implicar al destinatario dibuja una transacción, sobre el papel, más seca. No agria, pero sí algo más tecnificada:

En nuestro programa de ventas también tenemos los tipos en plomo en cajetines de plástico, con distribución previa de los caracteres, y disponemos de un catálogo separado para estos cajetines. Igualmente facilitamos folletos sobre nuestros tipos en aleación de aluminio y cinc para la encuadernación, y sobre nuestros tipos para cartel en material plástico. (FTN3, p. 1, 6<sup>a</sup>)

Cuando hay un “programa de ventas” —podrían bien decir los viejos impresores de 1920— es que algo anda mal: el negocio, el oficio, o ambos. Los tiempos, efectivamente, cambiaban y cambiaron. Sería entonces injusto echar de menos aquel trato cercano en un negocio que ahora era más internacional que nunca. Y diversificado: a pesar de la relativa menudencia del catálogo, Neufville mostraba y reafirmaba, más que en los catálogos precedentes, su condición de empresa tipográfica y de artes gráficas, “no solo” de fundición. Insistamos en el matiz: ya desde sus orígenes, Neufville comerció con productos más allá de los tipos —como recogía la portada de *FTN1*, “Todo para la imprenta y sus similares”—, pero los dejaba fuera del catálogo general. En los ochenta, no: hacía remisión explícita a otros catálogos o folletos e incluía los “Útiles [sic] para la imprenta”, en fotografía, al final del catálogo (páginas 75 y 76), justo después de las tablas de pesos, justo antes del índice. (No había fotos de ningún tipo movable, pero esto sí resultaba familiar.)

Cerremos. El último párrafo del último catálogo general de Neufville recoge el esfuerzo de reconversión empresarial y estrategia comercial que, para los más ortodoxos, tenía algo de ultraje en bonito a la tradición tipográfica. Si el experimento (casi canto de cisne) de los tipos de plástico abría un campo distinto de “fundición”, los “tipos en plomo en cajetines de plástico”, con su pinta de juguete para regalo y nombre confuso, trastrocaban los principios del viejo oficio: rebajaban el mínimo, re-presentaban la torta de tipos, redistribuían la caja tipográfica. Parecía hecho como obsequio de empresa por los servicios prestados durante tantos años, como un recuerdo de memoria frágil que conservar hasta los últimos días. Como los de 1995, cuando Fundición Tipográfica Neufville —en argot de taller— bajó la persiana.

## 7 Consideraciones “finales”

Hasta aquí, los temas comunes en los preliminares de estos tres catálogos generales de Fundición Tipográfica Neufville, considerados en secuencia proyectiva —industrial— acostumbrada: ideación (formal, del catálogo, no del producto mostrado ahí); producción (material bruto; objeto (tipos); conformación métrica); distribución (cantidades estándar, estrategias comerciales). A nadie sorprende que los textos retraten situaciones distintas: el poco más de medio siglo en que se publicaron fue decisivo en el cambio y traspaso de la técnica tipográfica tradicional, y así lo recogen aquellos preliminares —no

solo en lo que dicen, también en cómo lo dicen y en lo que no dicen. En resumen, sus palabras, escritas desde dentro del oficio y marcadas por lo cotidiano, constituyen un testimonio que conviene recuperar para recomponer y recontar, desde nuestro plano alejado, las distintas historias alrededor de la disciplina tipográfica.

Ya se advirtió (nota 2) que quedan por tratar otros aspectos. Si bien la advertencia atañe a los tres catálogos generales comentados aquí, no es menos cierto que el esquema de trabajo es aplicable a otros catálogos, otros productos, otras fundiciones. Sirva el apunte como propósito de quehaceres futuros, el tiempo terminará por decir.

## Referencias

### Primarias

[FTN1]. [192-]. *Tipos Neufville*. Barcelona: Fundición Tipográfica Neufville.

[FTN2]. [196-]. *Fundición Tipográfica Neufville S.A.* Barcelona: Fundición Tipográfica Neufville.

[FTN3]. [198-]. *Catálogo de tipos*. Barcelona: Fundición Tipográfica Neufville.

### Secundarias

*Fundición Tipográfica Neufville 100 años*. [1985]. Barcelona: Fundición Tipográfica Neufville.

Giráldez, J. (1884). *Tratado de la tipografía ó Arte de la imprenta*. Madrid: Imprenta de Eduardo Cuesta y Sánchez.

Morato, J. J. (1900). *Guía práctica del compositor tipográfico*. Madrid: Hernando y Compañía.

Serra y Oliveres, A. (1852). *Manual de la tipografía española, ó sea el arte de la imprenta*. Madrid: Librería de D. Eduardo Oliveres.

Smalian, H. (1899). Type Systems of To-day. *The British Printer*, XII, n.69, 130-31.

— (1903). Adoption of the Point System. *The British Printer*, XVI, n.91, 42-43.

## Autor

### Oriol Moret

oriolmoret@ub.edu

Departament d'Arts Visuals i Disseny

Facultat de Belles Arts

Universitat de Barcelona

Artículo presentado en 11/04/2019

Aprobado en 29/07/2019