

Revoluciones impresas: El linotipo en México las marcas de la edición

Edgar A. G. Encina

Inicio desde un punto donde la brújula rota poco. Los inventos y transformaciones se crean y producen en torno a la relación que establecemos con la palabra, con la excepción de las iniciativas médicas. Me atrevo a afirmar que las modernidades, desde la invención de la imprenta hasta los sistemas operativos de nuestros días, abrigan el reconocimiento de las maneras que tenemos para comunicarnos y las formas ideadas para hacerla eficiente, rápida y concisa. En ese hilo de ideas, un siglo que tuvo variadas respuestas a cómo nos relacionamos con la palabra fue el siglo xix. Fue la centuria que vio nacer la luz eléctrica, la máquina de escribir, el fonógrafo, la fotografía, la pluma estilográfica y el linotipo, por ejemplo. Se trató de un tiempo que comprendió profundamente que, primero, la máquina no degrada y, segundo, que ésta modifica la relación con la palabra, trastocando nuestras prácticas sociales públicas y privadas. De ahí que Blanca Estela Treviño García señalara en *Kinetoscopio: las crónicas de Ángel del Campo* (unam, 2004) que los decimonónicos comprendían los inventos como «un dios con universo propio».

Uno de esos inventos con universo propio fue el linotipo, del que escribe Yolanda Zamora Casillas en *El linotipo llega a México* (uam, 2018). Documento fundamentado en las maneras de la historia cultural, investigado desde la hemerografía y pensado en revisar los procesos de la industrialización de las artes gráficas nacionales. La propuesta ve, para comprender mejor la historia de los procesos editoriales, a los cambios que generan «las innovaciones tecnológicas en los ciclos productivos de la edición». Desde una visión integral, la autora, observa cómo los periódicos de este siglo aprovecharon los avances tecnológicos para eficientar producción, abaratar costos, incrementar el número de tiradas y, sobre todo, entregar un producto mejor acabado.

Durante más de tres centurias, sólo existió una manera de componer textos: los tipos móviles de plomo fundido, inventados por Gutenberg y para imprimir una prensa de vinos mejorada, que se conoce como prensa platina. Particularmente en la composición tipográfica, los sistemas artesanales perduraron durante casi todo el siglo xix, por lo que cada letra debía ser colocada a mano, actividad que suponía que un cajista experto acomodara seis letras por minuto, aproximadamente el equivalente a una línea en diez minutos y más o menos media jornada de trabajo por página.

La revolución que supone el linotipo produjo, además de adelantos en la composición tipográfica, prosperidad en otros sectores como la industria del papel y el campo de la publicidad, contribuyendo en la democratización de la lectura. Zamora Casillas afirma que:

Realizando un temerario ejercicio de análisis, haría que presuponer que la aparición del linotipo renovó las prácticas de lectura en el ocaso de la sociedad decimonónica, pues

el lector ilustrado que dominó durante la mayor parte de ese siglo quedó en un segundo plano para abrir el paso a un público diferente, más amplio, más heterogéneo, con una mentalidad diferente, o como Reyes Spíndola lo califica, un público «popular», porque paulatinamente se dedicó a cultivar nuevos gustos y preferencias

El arribo del Linotipo a México no fue fortuito, su arribo fue precedido por una historia que se cuenta más o menos así:

- 1827, introducción de la caja tipográfica por Cornelio C. Sebring
- 1837-38 la empresa de Miguel González imprime con sus propios cilindros de cola e introdujo, en el periódico literario *Almacén universal*, los grabados en madera
- 1845, Ignacio Cumplido introduce las prensas mecánicas que pueden imprimir mil ejemplares por hora
- 1886, el *New York Tribune* instala primer equipo de linotipo que será modelo para México.
- 1899, 3 de septiembre, *El imparcial*, diario ilustrado de la mañana da a conocer que «es el primer periódico latinoamericano que usa los linotipos en su impresión».

Sútese el apoyo de la administración de Porfirio Díaz otorgado para que iniciativa privada y gobierno invirtieran en la adquisición de equipos.

Dos anotaciones se hacen imprescindibles. Una es física El linotipo es un armatoste potente que «tenía un peso aproximado de 1 925 libras, ocupaba un espacio de cinco metros cuadrados y costaba alrededor de siete mil pesos en moneda nacional». Otra, de mercado. La máquina permitía la reducción de gastos y la mejora de impresión, ya que el trabajo de cinco operarios lo realizaría uno «lo que significaba una reducción de costos de casi un cincuenta por ciento y con una mejoría en la calidad» y velocidad. Reyes Spíndola, primer empresario en traer el linotipo, lo explicó así:

El trabajo es largo y pesado, requiere tres operaciones a saber; composición, corrección y distribución, requiere varios obreros y mucha cantidad de letras. Además ésta se deforma con la reiterada presión durante el tiro y se hace necesario reemplazarla... Con el linotipo las tres operaciones se hacen por un solo obrero y simultáneamente, siempre va a la prensa letra flamante, limpia y bien delineada y con muy pocas letras se hacen impresiones de cualquier magnitud, ahorrándose tiempo, trabajo y material.

En la actualidad las impresiones en linotipo están al punto de la extinción, aunque existe interés en un sector editorial independiente por rescatar las formas estético-artísticas que este provee. La presencia del artificio no sólo revolucionó las maneras de producción y aumento el consumo, al principio de diarios y después de libros, también transformo nuestra percepción, ahora acostumbrada a letras legibles e imágenes nítidas.