

El vendedor silencioso: El origen de los envases y embalajes

Josefa Cano García. Docente Facultad de Bellas Artes. UMA

Cuándo surgen los envases.

La necesidad de los primeros envases ya la encontramos en la prehistoria. Para el hombre primitivo, todo cuanto le rodeaba era un enigma. En su lucha constante por la existencia física, empezó a observar los hechos de la naturaleza y, de alguna forma, a su manera, a analizar las relaciones entre éstos hasta que llegó la revolución agrícola¹. Nos hace ver que de la economía de depredación y parasitaria se pasará gradualmente, a la economía de producción, que tendrá su digno final en la aparición de las sociedades históricas. Estas poseerán ya todas las características de unas sociedades neolíticas con su complejo de agricultura, domesticación de los animales, cerámica, asentamientos en poblados estables...

Las edades de la Prehistoria se fueron elaborando sobre la base de los animales que habían convivido con el hombre a lo largo de su historia². En la aldea de Jarmo, en el Kurdistán iraquí (200 a.C.) o Tepé Sarab (6000 a.C.) en el Kurdistán iraní. Con una agricultura patente por la aparición de granos de trigo y cebada, tenían ya molinos de mano y hojas de hoz fabricadas sobre láminas de sílex (variedad de cuarzo), aparece la cerámica, y se observa una evolución in situ de los útiles y de los adornos. Se realizan un tipo de vasijas con decoración de impresiones de concha y sin decorar, de superficies oscuras.

La piedra, junto con la madera y seguramente la cestería, se hallan en la base de los procesos técnicos que condujeron a la invención de la alfarería por la necesidad de contener, proteger y preservar los alimentos. Además los primitivos emplearon, según el lugar, diferentes tipos de envases naturales. Algunos obtenidos de animales (pellejos o cueros) y otros de vegetales (canutos de bambú, cocos, troncos y frutos secos) para albergar, sobre todo, agua y alimento líquido.

La cerámica vio un gran desarrollo con el descubrimiento del torno del alfarero y la utilización de hornos a altas temperaturas que producían bellos efectos de

¹ Arribas, A. "Lecciones de Prehistoria" Editorial Teide. Barcelona. 1989.

² Así, Edouard Lartet estableció las edades del auroch, del reno, del elefante, del rinoceronte y del oso de las cavernas, clasificación paleontológica que fue matizada poco después por Gabriel de Mortillet.

vitrificación; para la decoración al comienzo se utilizaron sólo motivos geométricos, pero las técnicas se enriquecen a partir del 1900 a.C.: ahora se consiguen finísimas vasijas con las paredes tan delgadas como la cáscara de un huevo, se introduce la policromía y las decoraciones³ no se reducen a los motivos lineales sino que los combinan con otros vegetales y animales.

Entre los años 2200 y 1600 a.C.; chipriotas, cretenses, sirios, egipcios, fenicios y palestinos, habían perfeccionado los diferentes tipos de navíos que constituían la flota que cruzaba el Mediterráneo extendiendo el comercio desde las costas de Asia a las de Africa, cruzando el Egeo y llegando al extremo occidental de Italia y España. Había embarcaciones de pesca, cargueros y navíos de desembarco. Muchos artesanos trabajaban para el mar: cordeleros, curtidores, fabricantes de aparejos y redes, tejedoras, y fabricantes de velas; otros como los alfareros, perfumistas y drogueros, elaboraban utensilios y productos para la exportación⁴.

Las ánforas servían como envase contenedor de numerosos productos, principalmente alimentos (vino, aceite, vinagre, miel, aceitunas, frutas, pescado salado o conservado en aceite, etc.). La característica que distinguía el ánfora de otros envases consistía en las dos asas⁵ que unían su boca con la panza, y que servían para facilitar su manejo. Tenían una capacidad aproximada de 30 litros y para mantenerlas derechas en el suelo la parte inferior se hundía en la arena, o bien se apoyaban sobre un soporte en forma de anillo. También eran estibadas en los serones o alforjas que portaban los animales de carga en sus costados. Básicamente existen dos clases de ánforas⁶: las panzudas, llamadas olearias porque servían para envasar el aceite, y las vinarias o de vino que son estilizadas y acaban en punta, que servía para inmovilizarlas, clavadas sobre el lastre de arena de los barcos.

³ La combinación de líneas y colores, mediante una sabia estilización de estos temas, produce el riquísimo estilo denominado «de Camarés», del lugar donde se hallaron los primeros ejemplares.

⁴ En sus largas rutas tomaban como alimento fresco pescado y lo complementaban con alimentos harinosos, gachas y bizcochos en aceite, frutos secos, aceitunas y quesos secos y muy duros.

⁵ Los múltiples datos que figuran en los cuños de las ánforas olearias, tales como el nombre del destinatario, el del comerciante, el lugar de cultivo, símbolos que hacen referencia a impuestos, servidumbres derivadas de la fabricación del ánfora y otras, permiten ubicar el apogeo del comercio, entre el siglo I de nuestra Era -la de Augusto- y el 260 que es el fin del Testaccio.

⁶ El diseño de las ánforas evoluciona con el tiempo y gracias a eso los arqueólogos determinan la época y el lugar del que proceden además gracias a ellas los historiadores han podido confeccionar mapas histórico-económicos, considerados por muchos como auténticos "retratos de una época" y a través de ellos se han averiguado detalles interesantes: como las áreas de producción, actividad económica prioritaria de determinadas zonas, relaciones comerciales de unas ciudades con otras, aficiones de carácter suntuario, etc.

Las ánforas olearias⁷, casi esféricas, de aspecto bien basto con la boca pequeña. Los almacenistas llevaban el aceite en odres hasta el embarcadero y una vez allí lo trasvasaban a estas ánforas que transportaban río abajo, en barcas de fondo plano, hasta el puerto de Sevilla donde las apilaban en las bodegas de las grandes naves de carga u onerarias. Éstas llevaban el aceite al puerto de Roma. Al vaciarlas, como el envase no era retornable, los almacenistas rompían el ánfora y amontonaban los tiestos en un descampado cercano al puerto ⁸.

Entre los productos manufacturados en España sobresalían el aceite y el vino ⁹. Y, por lo que se refiere al producto de la viña, *«en las ánforas de vino se han encontrado más de cincuenta señales distintivas de diversos productores de la antigüedad, que hoy llamaríamos marcas»*. Entre las cincuenta marcas hay por lo menos una, que procede del siglo I de nuestra era, que perteneció a un comerciante de vinos cercano a Barcelona (exactamente ciudadano de Baetulo, hoy Badalona), cuyo logotipo grabado en el cuello de las ánforas ha sido hallado en Pompeya y en varias poblaciones francesas a lo largo del Ródano. Estos hallazgos indican, de una parte, la extraordinaria capacidad exportadora del viticultor badalonés M. Porcio, y de otra, el sentido y la función del diseño de

⁷ Durante el siglo II Roma necesitaba mucho aceite, estaba en plena vigencia la Annona, así se llamaba la seguridad social romana. Los emperadores se aseguraban la lealtad de la plebe urbana mediante repartos gratuitos de alimentos y con espectáculos públicos. Al principio la Annona consistía principalmente en trigo, y el aceite entraba raramente, pero a partir de Adriano (117-138) comenzaron a repartir regularmente aceite. Las exportaciones de aceite bético alcanzaron su máximo desarrollo durante el reinado del sucesor de Adriano, Antonio Pío. Roma tenía entonces un millón y medio de habitantes. Aunque a cada romano le correspondieran unos doce litros al año. Lo que hizo que entre los siglos II y III d.C. el aceite andaluz ganó tan reputación que se hizo imprescindible en Roma, existiendo un activo comercio en aquella sociedad. Casi toda la cosecha se llevaba a la capital del imperio por vía marítima en ánforas olearias desechables. Ese comercio originó una industria auxiliar de cerámica. A lo largo de los dos ríos se han encontrado unos ochenta alfares que fabricaban olearias y ocho puertos fluviales donde se embarcaba los alimentos. Las ánforas son idénticas a lo largo del río, con mínimas diferencias en la boca, que pueden atribuirse al tamaño de la mano del alfarero, lo que parece demostrar que las fabricaban cuadrillas de alfareros itinerantes.

⁸ En 1878 un arqueólogo alemán descubrió que el monte Testaccio, colina de 22.000 cuadrados de base, 45 metros sobre la orilla izquierda de Tíber y un volumen de más de 500.000 metros cúbicos, cerca del puerto fluvial de Roma, está formada por estratos de fragmentos de ánforas en su mayor parte hispánicas. Ahora la están excavando unos arqueólogos españoles y lo que descubren es: primero, que el ochenta por ciento de las ánforas proceden de Andalucía; segundo, la época que oscila ente el siglo I (las ánforas esféricas tipo Dressel 20), y el siglo III (las más tardías Dressel 23, con forma de nuez o de aceituna picual y algo puntiaguda). Cada ánfora lleva la filgia o sello del alfarero en un asa y, además, una serie de inscripciones a tinta y pincel, en letra cursiva, los llamados TITULI PICTI, en los que se consigna el peso del envase, el peso del aceite, el nombre del productor y otros datos fiscales. Fuente Juan Eslava Galán, arqueólogo, entrevista personal en el Museo del aceite “La Laguna” en el paraje Natural “Laguna Grande” Baeza. Jaén.

⁹ Wiesenthal. M., “Cuadernos del vino, cava y agua mineral”. Editorial Ceac. Barcelona 1990.

producto al marcar, insistir, distinguir y recordar, desde cada una de las ánforas y desde cada uno de los lugares, a un comerciante de vinos en particular ¹⁰.

Sin embargo, el significado comercial del envase (como herramienta del marketing) no tomaría cuerpo hasta muchos siglos después, cuando el jabón "Ivory", y otros productos comercializados por William Lever, fueron envasados y vendidos bajo esta marca comercial. Corría el año 1885. Los fabricantes comienzan a darse cuenta de que la única manera de conquistar la confianza del consumidor hacia sus productos consiste en dotarles de una personalidad propia¹¹.

En esa época y en la de ahora, no es la industria del envase la que primero busca desarrollar nuevos envases para luego comercializarlos. Son los consumidores ¹² los que con sus decisiones de compra deciden que envase cubren sus necesidades.

¹⁰ Satué. E., "El diseño gráfico en España. Historia de una forma comunicativa nueva" Alianza Forma. Madrid, 1997.

¹¹ Lever intentó darle al jabón una identidad propia asociada a la de calidad y su publicidad perseguía que el ama de casa recordara perfectamente el producto, su producto. Insistiendo en que la calidad es la misma o mejor que la que ofrecen los productos vendidos a granel. En esa época se producen cambios en los hábitos y costumbres sociales: se pierde el miedo a bañarse, algo que durante muchos siglos se había considerado pecaminoso. Ahora el baño pasaba a ser algo saludable y en algunos paquetes ya aparece la inscripción "jabón para baño".

¹² Siguiendo un principio clásico de toda economía de mercado.