



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO

PROGRAMA DE MAESTRÍA Y DOCTORADO
EN HISTORIA

*La pintura de calendario en
el proceso de formación del
nacionalismo posrevolucionario*

T E S I S

QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE:
MAESTRO EN HISTORIA DE MÉXICO

PRESENTA:

Luis Ángel Edgardo López Mañón

ASESOR: Dr. Sergio Ortega Noriega

México D.F.

2004



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Para Estrella, Ana Violeta y Daniela.

Índice

Introducción	i
Capítulo I: El nacionalismo en México.	
El nacionalismo y la identidad nacional	1
El nacionalismo en la historia de México.....	13
Capítulo II: La industria del calendario artístico de pared.	
Los calendarios en la historia de México	23
El calendario artístico y la publicidad	28
Los artistas de calendario	37
Capítulo III: Las pinturas de calendario.	
El arte y la pintura de calendario	53
Los temas de la pintura de calendario	58
Capítulo IV: El nacionalismo posrevolucionario.	
El nacionalismo heterogéneo	72
La consolidación del estereotipo	87
Conclusiones	119
Bibliografía consultada	127
Anexos	133

INTRODUCCIÓN.

Cuando se habla de la pintura mexicana de mediados del siglo XX, es común pensar en todos aquellos artistas de la Escuela Mexicana: Orozco, Montenegro, Siqueiros, Kahlo, Rivera y otros. Estos artistas son lo primero que salta a nuestra mente, pues se han estudiado con profusión, son conocidos en el plano internacional y sus cuadros conforman las colecciones de los museos contemporáneos. Pero a pesar del común reconocimiento o identificación hacia este grupo, uno de los tipos de pintura más difundido, conocido y sobre todo aceptado por los mexicanos, fue el de las pinturas que decoraban los llamados almanaques de pared. Esos años fueron también los de la llamada "época de oro del calendario" (años cuarentas y cincuentas) y su éxito se basó, precisamente, en las pinturas que los decoraban. Cuadros recordados por la mayor parte de los mexicanos de ese entonces, y sobre todo identificados como obras netamente nacionalistas; algunos, todavía reproducidos y demandados tanto en México como en el extranjero.

Pero este popular género ha sido apenas examinado, la mayor parte de las veces para deslindarlo del campo del arte y sin deseos de entenderlo. Las fuentes relativas al tema son escasas y poco profundas. En su llamada época de oro algunas revistas comentaron su éxito y el poco conocimiento y reconocimiento a sus creadores. En los años cincuenta y sesenta, aunque se seguían reproduciendo las mejores obras en calendarios en menor cantidad, algunas revistas añoraron al género sin rescatar mayor información.

Fue en 1970 que por primera vez un historiador del arte, Francisco de la Maza, escribió un artículo para clasificar este tipo de pinturas como cursi y de ninguna manera arte, el texto no contenía información detallada, sino se

argumentaba con base en generalidades de la todavía recordada pintura de calendario. Fue hasta 1985, que se exhibieron algunas pinturas originales de calendarios en el Palacio de Bellas Artes de la ciudad de México, cuando críticos de arte escribieron varios artículos en periódicos y revistas recriminando el hecho de presentar tales obras como arte y en un lugar tan importante. A partir de esa exposición el tema fue tocado por varios críticos o investigadores en breves artículos o comentarios, pero sin mayor investigación, ocupándose, la mayor parte de las veces, del mejor o más conocido pintor de calendarios, Jesús Helguera y de sus obras.

En 1993 la Fundación Cultural Televisa presentó en su museo una exposición titulada *Cronos y Cromos* en donde se exhibieron algunos calendarios de la época de oro y pinturas originales. La exposición produjo un folleto con varias ilustraciones y breves textos más literarios que históricos.

Finalmente en el año 2000 el Museo Soumaya, organizó la exposición *La leyenda de los cromos*, que primero recorrió, con gran éxito, varias ciudades de Estados Unidos y luego llegó a la ciudad de México. Para esta exhibición se reunió información sobre la industria del calendario, así como pinturas de una gran variedad de temas y autores. El libro-catálogo contenía breves datos sobre algunos pintores, pero sobre todo, información de la época de oro de la industria del calendario. La creciente exhibición de este tipo pinturas ha refrescado el interés en ellas y de nuevo se les puede encontrar como portada de revistas o ilustración de variados textos.

Todavía no se ha hecho un estudio profundo del fenómeno histórico de las pinturas de calendario, sus principales características, sus subgéneros, sus artistas, qué hubo en ella, qué la hizo tan popular, tan demandada, cuál fue su lenguaje, qué signos, ideas, conceptos y valores manejó.

La principal preocupación de aquellos que la han estudiado ha sido su relación con el arte y aquí revisaremos lo escrito al respecto, no porque esta sea una cuestión de gran importancia para la investigación, sino porque es casi todo lo vertido sobre el tema. Hay sin duda otros aspectos interesantes por descubrir, como la causa o razón de su gran éxito sobre otro tipo de manifestaciones culturales y sobre todo, su participación en la formación de la imagen nacionalista de la primera mitad del siglo XX. El estudio de la pintura de calendario puede servir también para ayudar a entender otros fenómenos mayores, como la forma en que se construyen los estereotipos nacionalistas y en especial el mexicano de la primera mitad del siglo pasado, completar el cuadro de otras investigaciones, pues hasta ahora, el cine, la literatura, la música y la educación oficial han sido estudiados como los principales agentes en esta construcción.

Las pinturas tema de esta investigación son las reproducidas en los llamados calendarios de pared, piezas de papel o cartón hechas para colgarse en un muro y mostrar no sólo la ilustración sino los días, meses y alguna otra información. Existen también los llamados almanaques, que son aquellos calendarios contenidos en una especie de folleto o pequeño libro. Hay quien distingue entre calendario, el de pared y almanaque, el libro; pero en este texto nos referiremos casi siempre al calendario de pared de forma indistinta, para evitar la constante repetición de cualquiera de los dos términos. Usaremos también las expresiones como, cuadro o pintura para referirnos a las ilustraciones de los calendarios, sin importar que la decoración en realidad no este pintada sino impresa, a las verdaderas pinturas les llamaremos originales.

El calendario tuvo gran alcance y sus mensajes impacto significativo, sobre todo aquellos de índole nacionalista, mucho antes que la mayoría de los mexicanos tuvieran acceso al radio, al cine o a la educación; fue sin duda uno de los primeros medios masivos en nuestro país, no sólo llegó a cientos de miles de hogares, sino que sus imágenes saturaron lo cotidiano año tras año, con un efecto mayor al del cine o las artes plásticas reconocidas.

En los años posteriores al movimiento armado revolucionario, el calendario de pared fue un medio de difusión de gran éxito, muy utilizado como económico anuncio. En esa época en que aún no se desarrollaban otros medios masivos, el calendario aseguraba una constante presencia de lo anunciado a lo largo de todo un año. Algunas compañías importantes publicaban anualmente grandes calendarios de pared: La Moderna, Cuervo, Sauza y La Central, entre otras casas comerciales, éstos eran distribuidos cada enero a través de miles de pequeños comercios en las ciudades y algunos pueblos del país. Los calendarios se decoraban con pinturas de diversos temas, todos ellos seleccionados de acuerdo con el gusto popular, destacando definitivamente aquello que en esos años se identificaba como lo mexicano o nacional. Ciertas compañías litográficas hacían grandes tirajes, además de que cada año aparecían varios de diferentes patrocinadores, así, en buena parte de los hogares mexicanos había, por lo menos, uno de ellos. Las pinturas reproducidas tuvieron tanto éxito, que muchas personas desprendían los cromos para conservarlos por más tiempo del de la vigencia del calendario.



Eduardo Cataño, *sin título*.¹

Unas cuantas obras del género se han vuelto ilustraciones clásicas y se siguen reproduciendo, pero como ya se estableció no hay muchos estudios sobre las pinturas de calendario, además la información sobre la llamada época de oro es escasa. Las compañías litográficas no conservan archivos de aquellos años, mantienen en sus bodegas los originales, pero sólo la Lito-Offset Latina nos permitió ver y registrar sus obras. La exposición *La leyenda de los cromos*, hizo posible ver una gran cantidad de obras de otras litográficas, pero la mayor parte de ellas no tiene firma y mucho menos la fecha de su creación. Un problema de la investigación fue el poder establecer el año en que fueron hechas las pinturas, De algunas ilustraciones se pudo

¹ *La leyenda de los cromos, el arte de los calendarios mexicanos del siglo XX en Galas de México*, México, Museo Soumaya, 2000, p. 73.

establecer la época de su creación al ver en la exposición *Cronos y Cromos* o en la invaluable colección de don Darío Sabinas, de Esperanza Puebla, los calendarios originales. Pero de otras apenas se puede tratar de adivinar la década por el tipo de pintura y tema. Fue también posible obtener alguna información y comentarios de la época de oro del calendario de personas que trabajaron en litográficas en esos años, pero sólo uno de ellos, don Andrés García Vega, tuvo información relevante y puntual, por haber estado en un puesto directivo. Algunas personas nos hicieron llegar información suelta sobre los calendarios y Nuria Sadurní, nieta del pintor de calendario, Jaime Sadurní nos permitió reproducir algunas imágenes, documentos e información biográfica que tiene sobre el tema.

Existe en el Centro Nacional para la Investigación, Documentación e Información de las Artes Plásticas (CENIDIAP) del Instituto Nacional de Bellas Artes, un expediente sobre la pintura de calendario, pero este contiene unas cuantas fotografías de pinturas y sobre todo hemerografía sobre la exposición de 1985 en el Palacio de Bellas Artes.

Se revisó también el Archivo Histórico de la Secretaría de Educación Pública, no para buscar información sobre calendarios, sino para tratar de advertir, en los años de la investigación, una política o un esfuerzo nacionalista por parte de esta importante entidad cultural.

El nacionalismo en general y el nacionalismo posrevolucionario son temas del cuales existen muchos y variados estudios, pero aún así se consideró necesario consultar revistas y periódicos de la época para buscar información tanto del nacionalismo, como de los calendarios.

A manera de antecedente, en este estudio se hablará de los orígenes tanto del calendario como del nacionalismo, pero la época a estudiar detenidamente será entre 1920 y 1950, que fue cuando se creó una nueva imagen que identificó lo mexicano para mediados del siglo XX. Se habla del nacionalismo posrevolucionario pues aunque la definición nacionalista fue durante la Revolución, su consolidación se alcanzó al final de la misma. También, aunque el calendario de pared de esos años se ocupó de una variedad de temas, sólo estudiaremos aquellos relacionados con el nacionalismo a través de sus obras y autores más representativos.

Este trabajo inicia definiendo el nacionalismo, sus usos y las características de su elaboración. Se hace también una breve reseña histórica de su evolución, desde las postrimerías de la época virreinal hasta la segunda década del siglo XX. El segundo capítulo se ocupa del calendario artístico o de pared, su origen, características, gran éxito y significativa proyección o alcance en México durante la primera mitad del siglo XX. Ahí también se presentan los cuatro artistas de calendario más representativos y las particularidades de su obra. El tercer capítulo se ocupa de las pinturas de calendario, se revisa la polémica de sus discutidos valores artísticos, se estudian sus características y, sobre todo su temática eminentemente nacionalista. El último capítulo es la parte más importante de este trabajo, ahí se presenta una detallada relación entre el desarrollo del nacionalismo en la primera mitad del siglo XX y la pintura de calendario; se establece la necesidad del gobierno mexicano para crear una nueva identidad nacional en los años veinte, y cómo ésta no se empezará a definir sino hasta la segunda mitad de la siguiente década. Se analizan las particularidades de un proceso tal, y se ve cómo confluyen en él diferentes y variados elementos. Se

mencionan las contribuciones de las políticas y educación oficiales, el teatro, las historietas, la música, la radio, el cine, y por supuesto la de las pinturas de calendario. Se establece la coincidencia del arte de almanaque con las diversas etapas por las que pasa la definición nacionalista, hasta su consolidación a principios de los años cincuenta.

La presente investigación es, además de un estudio de la época de oro del calendario de pared y sus pinturas, una interpretación de la compleja forma en que se construye una imagen nacionalista. ¿Quiénes, cómo y bajo qué condiciones articulan este tipo de procesos? Porque bien podríamos preguntarnos ¿cuál es la imagen nacionalista del México de hoy? ¿Quiénes la proponen y cuáles son sus características? ¿Existen todavía tales procesos, o la globalización o regionalización los está llevando a la extinción?



Jesús Helguera, *La fundación de Tenochtitlan*.²

² Óleo sobre tela, colección Lito-Offset Latina.

CAPITULO I: EL NACIONALISMO EN MÉXICO.

El nacionalismo y la identidad nacional

En la presente investigación se estudiará el papel del almanaque de pared en el desarrollo de la imagen nacionalista en los años posteriores al movimiento armado revolucionario. Pero antes de tratar de explicar este proceso, primero tendríamos que tratar de definir ¿qué es el nacionalismo? y ¿cómo es el proceso de formación del mismo?

Por nacionalismo se entienden comúnmente dos cosas que van estrechamente ligadas. En su calidad de doctrina se le define como "un credo político que constituye el principal apoyo para la cohesión de las sociedades modernas y legitima su pretensión de autoridad. El nacionalismo concentra la lealtad suprema de la abrumadora mayoría del pueblo en el Estado nacional".¹ Su segunda acepción se refiere al elemento desarrollado por la doctrina, el sentimiento de pertenencia, identificación o lealtad hacia un grupo de personas con ciertas características originadas en un pasado común (nación). El nacionalismo presupondría que tal conjunto humano tiene o ha alcanzado una cierta homogeneidad cultural y que son más las similitudes entre sus miembros que sus diferencias. Así la labor de promoción nacionalista supuestamente sería identificar los elementos que comparte el conglomerado, encontrar la llamada identidad nacional, y promoverla para lograr el sentimiento de autoconciencia, identificación y pertenencia.

¹David L. Sills, (ed.), *Enciclopedia internacional de las ciencias sociales*, Madrid, Aguilar, 1974, Vol. 7, p. 306.

El proceso nacionalista aparece lógico y sencillo a simple vista, pero en realidad es muy diferente a lo que parece y mucho más complejo. La nación, esa comunidad a la que tanto se ha apelado en los últimos dos siglos y "sobre la cual se construyen la mayor parte de nuestras percepciones sociales y mitos colectivos" ² no es más que una ilusión creada, casi siempre, por el Estado para cumplir con varias de sus necesidades, pero de existencia aceptada en todos los pueblos de forma casi dogmática.

La nación, esa entidad de relaciones étnico-políticas-culturales gravita alrededor de un pasado común, territorio, religión, lengua, costumbres tradiciones, mas sus fronteras no son absolutas. No hay nación monolítica, definida; el aislamiento geográfico que pudo haber impedido contaminaciones culturales, inició su desaparición siglos antes de que se empezara a invocar el nacionalismo. Aunque sería absurdo negar la existencia de elementos culturales comunes a ciertos pueblos, ¿quién podrá establecer con certeza que éstos son mayores en número o en importancia al resto de características no compartidas? ¿Qué nacionalismo comprueba entre las demás culturas de la tierra, la originalidad o exclusividad de aquello que dice distinguirlo? ¿En qué nación los individuos comprueban que todos sus compatriotas son en realidad como ellos?

Ante la complejidad o imposibilidad de delimitar a un grupo como único u homogéneo, la opción es crear o construir una comunidad de tales características. El nacionalismo entonces no busca, identifica y promueve esa esencia cultural, sino que inventa, crea a la nación en donde no existe. ³ No es necesario que exista esa comunión, tan sólo que se crea existente y podrá

² Tomás Pérez Vejo, *Nación, identidad nacional y otros mitos nacionalista*, 2ª ed, Oviedo, Nobel, 1999, p. 7.

³ Benedict Anderson, *Comunidades imaginadas, Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*, México, Fondo de Cultura Económica, 1993, 316 p. (Popular, 498).

cumplir su misión tan efectivamente como si fuera realidad. Es precisamente el gobierno el principal actor en dicho proceso de creación, tiene que dar vida a la nación en el punto intermedio entre consenso y coerción, proponiendo y al mismo tiempo, dirigiendo o controlando todas aquellas fuerzas que participan con él en la construcción.⁴

El nacionalismo es más que un sentimiento, es también un instrumento ideológico. Este elemento apareció en Europa occidental en el siglo XIX y estuvo relacionado de forma muy directa con la idea de la soberanía popular. Aparece definido como "conjunto de personas de un mismo origen étnico y que generalmente hablan un mismo idioma y tienen una tradición común" en el *Diccionario de la Academia Española* ya en 1925.⁵ En ese entonces se buscaban nuevas formas de gobierno que no estuvieran ligadas al antiguo régimen, esa nobleza que todavía gobernaba y que mantenía como divino el origen de su poder. El nacionalismo reclamaba la creación de nuevas entidades políticas basadas en una unidad étnica, lingüística o cultural, más que conjuntos cuyo aglutinante fuera la lealtad a un soberano o nobleza, personajes que precisamente en esos años estaban siendo desafiados. Crear incluso nuevos lazos de identidad en aquellos lugares que antes no habían tenido un monarca común, como los casos de Italia, Alemania o Polonia. Esta ideología también reclamó las mismas oportunidades económicas y educativas para todos los integrantes de una nación, una sociedad igualitaria. La formación de este nuevo tipo de estados, empezó a ser considerada entonces como un elemento indispensable para que los pueblos alcanzaran o lograran sus aspiraciones o

⁴ Elsa Muñoz García, "Identidad y cultura en México, hacia la conformación de un marco teórico conceptual" en Lilia Granillo (coord.), *Identidades y nacionalismo, una perspectiva interdisciplinaria*, México, Universidad Autónoma Metropolitana, 1993 (Ensayos ,39), p. 32.

⁵ Eric Hobsbawm, *Naciones y nacionalismo desde 1780, 2aed.*, Barcelona, Crítica, 2004, 216 p.

progreso. Las luchas nacionalistas de serbios, polacos, vascos, indios, irlandeses, griegos, no sólo estuvieron presentes en todas las regiones, sino que también terminaron modificando de forma significativa el mapa mundial, aunque las pugnas nacionalistas iniciaron ya hace más de un siglo y la formación de alianzas regionales ha minado algunas de las ideas nacionalistas relativas a la independencia o autonomía, todavía hoy en día podemos encontrar movimientos de este tipo en Europa y sobre todo en el resto del planeta, pues la idea de nación sigue siendo de capital importancia para los estados del siglo XXI. Un credo nacionalista no sólo sirve para dar cohesión a un grupo humano, también puede otorgar legitimidad a un estado o defender la independencia económica y política del mismo.⁶

De los diferentes usos del nacionalismo, el más conocido es aquel que busca proporcionar cohesión al conglomerado social; identificar o inventar y promover ese conjunto de características culturales comunes que desarrollen un sentimiento de pertenencia al grupo. Identidad psicosocial, que tanto a nivel individual, como a nivel colectivo es una necesidad humana que lleva a las personas a una búsqueda que les permita poder decir "así soy yo" o " a este grupo pertenezco", para desarrollarse con confianza y de manera armónica.⁷ La identidad colectiva puede ser considerada como la tan mencionada identidad nacional, que debe ser parte del proyecto de todo Estado moderno. Tal construcción es de capital importancia cuando se busca el control de grandes grupos que pueden no ser homogéneos o armónicos.⁸ Las identidades imaginarias son pactos no escritos de gran utilidad para la articulación de proyectos, son creaciones llenas de arquetipos, mitos o "representaciones

⁶ *Enciclopedia internacional de las ciencias sociales*, Vol. 7, p. 307.

⁷ *Ibid.*

⁸ Muñiz, *op. cit.*, p. 23.

sociales”⁹ que sirven de marcos de percepción y de interpretación de la realidad, así como guías de comportamiento social.¹⁰

La identidad no es estática o permanente, así como varía la relación del individuo y la colectividad, así podrá cambiar la idea de pertenencia. Es necesario que el Estado constantemente actualice o redefina estas ideas, las cuales pueden variar o disminuir su fuerza tras periodos de crisis, como lo fue la Revolución Mexicana; tras la cual fue necesario impulsar de nuevo el nacionalismo.

Otro de los usos de este elemento ideológico, es el político, aquel que sirve para dar fundamento a un Estado. Gellner define el nacionalismo como “una teoría de legitimidad política que prescribe que los límites étnicos no deben contraponerse a lo políticos... que no deben distinguir a los detentadores del poder del resto dentro de un Estado dado.”¹¹ El uso del nacionalismo para justificar el poder: “los conozco, soy uno de ustedes, su mejor representante”. El gobierno se identifica con el pueblo y se declara conocedor y perseguidor del proyecto nacional, de los anhelos de la colectividad. Dentro de este mismo aspecto político, el nacionalismo puede ser usado también para impugnar al grupo en el poder por desconocer, no apoyar o ignorar las necesidades de la nación. Para todo grupo hegemónico de recién acceso al poder, se hace entonces necesario establecer, lo antes posible, esta identificación con sus gobernados.

⁹ Conocimiento socialmente elaborado y compartido, idea convencional, que sirve para la construcción de una realidad común.

¹⁰ Gilberto Giménez, “Una teoría de las identidades sociales” en José Manuel Valenzuela Arce (coord.), *Decadencia y auge de las identidades, cultura nacional, identidad cultural y modernización*, Tijuana, El Colegio de la Frontera Norte, 2000. 384p.

¹¹ Ernest Gellner, *Naciones y nacionalismo*, Madrid, Alianza Universidad, 1988 (Alianza Editorial, 532), p. 14.

Por último, podríamos hablar del nacionalismo autodeterminista; aquel que plantea en primer lugar la existencia de una nación, y luego su soberanía o autodeterminación frente a otros, como requisito indispensable para poder alcanzar sus metas comunes o completa realización. Este fue otro de los usos del nacionalismo tras la fase armada de la Revolución Mexicana; la Constitución de 1917 y los primeros gobiernos bajo la misma se distinguieron por apelar constantemente a la idea de nación soberana, para tratar de lograr el control de los recursos, un desarrollo independiente de intereses extranjeros, sobre todo, de los de Estados Unidos.¹²

La Revolución Mexicana fue sin duda un movimiento que se valió del nacionalismo para buscar la armonía dentro del conjunto social, enfrentar amenazas externas y legitimar la autoridad de sus gobiernos. El pueblo tuvo una participación mayoritaria en el movimiento, por lo tanto, darle un sentido popular al ideal nacionalista, hacía evidente a un nuevo Estado que atendía y se identificaba con ese sector social. El grupo dirigente debía apropiarse de lo que se creía era la cultura popular y elaborar una imagen de "lo mexicano" basada en estereotipos, de otra manera, difícilmente podría cumplir con el objetivo legitimador.¹³ Por otro lado, cabe señalar que al parecer independientemente del caso que se estudia, el nacionalismo tiende a vestirse casi siempre del ropaje popular. Explica Gellner que en los tiempos modernos el nacionalismo no puede ligar sus características a una cambiante sociedad urbana, progresista, e industrializada. Los mitos de origen se deben establecer alrededor de una mítica, sana, esforzada e inmaculada cultura del pueblo,

¹² Robert Freeman Smith, *Los Estados Unidos y el nacionalismo Revolucionario en México, 1916-1932*, México, Extemporáneos, 1973, 416 p.

¹³ Roger Bartra, *La jaula de la melancolía, identidad y metamorfosis del mexicano*, México, Grijalbo, 1996, ils. pp. 148-149.

santificada por la costumbre.¹⁴ Un idílico pasado del cual se genere orgullo, excavado o recuperado de donde se conservaba todavía, al margen del avance del progreso y la uniformidad cultural.¹⁵ En el caso de México de inicios del siglo XX, lo popular era también lo rural, la mayor parte de la población del país había residido y todavía se encontraba en este medio; aunque tras el conflicto armado el crecimiento de las ciudades incrementara.

La noción de identidad nacional es una cómoda abstracción, una aspiración, "el dispositivo de unificación de los elementos irreductibles".¹⁶ Ahí está el meollo del nacionalismo; no es encontrar esas esquivas características efectivamente compartidas por todos los miembros de esa comunidad, sino más bien, el presentar, promover o finalmente imponer algunas como si en verdad lo fueran; desarrollar el sentimiento de pertenencia usando una creación artificial de estereotipos y aspiraciones comunes. Se seleccionan algunos elementos de la variedad cultural del país y se presentan como lo nacional, lo común a todos los mexicanos. Si la propuesta tiene la suficiente difusión, con el tiempo todo mexicano lo reconocerá como algo fundamental a su identidad. Por ejemplo, se llora con *El son de la Negra*, aunque nunca se haya estado en Jalisco o en la plaza Garibaldi, ni se conozca siquiera el nombre de la melodía, pero se identifica como una pieza muy mexicana. Las personas aprenden cuáles manifestaciones culturales son aquellas que supuestamente comparten los demás miembros de su nación y las creen suyas y parte de su esencia, aunque un frío análisis demuestre que no existe relación alguna. El epítome popular al nacionalismo es la frase "como México no hay dos" un dogma de fe nacionalista

¹⁴ Gellner, *op. cit.*, p.82.

¹⁵ Perez Vejo, *op. cit.*, pp. 187-188.

¹⁶ Carlos Monsiváis, "Identidad nacional. Los sagrado y lo profano", *México: identidad y cultura nacional*, México, Universidad Autónoma Metropolitana, 1994, 110 p. (Biblioteca Memoria Mexicana, 3).

que no sólo establece la diferencia del país con el resto del mundo, sino que también implica superioridad, orgullo patrio.

La definición de "lo mexicano" no es algo que se pueda hacer de forma súbita, ni bajo un plan o control absoluto, como ya se dijo, el proceso se mueve entre consenso y coerción. Ya desde el siglo XIX y principios del siglo XX, antes del movimiento armado revolucionario, artistas e intelectuales habían iniciado la búsqueda de esa esencia nacional, personajes como Ignacio Manuel Altamirano, Saturnino Herrán, el Dr. Atl, José María Velasco o Justo Sierra, Ezequiel Chávez, Manuel Gamio.¹⁷ Posteriormente en la Revolución continuaron Vasconcelos, Antonio Caso, los muralistas, los escritores de la revista *Contemporáneos*, y sobre todo Samuel Ramos con su obra *El perfil del hombre y la cultura en México (1934)*.¹⁸ La búsqueda del carácter del mexicano siguió por décadas en diversos medios y prácticamente culminaría con la declaración "Somos en verdad distintos y de verdad estamos solos"¹⁹ hecha por Octavio Paz en su estudio sobre el alma mexicana, *El Laberinto de la soledad (1950)*. Para esa década los mexicanos creyeron haber encontrado por fin su esquiua esencia, no sólo como autoconciencia, sino también para distinguirse frente al resto del mundo.

El gobierno tiene el papel más importante en el desarrollo del nacionalismo, es el suyo el "nacionalismo oficial" que promueve la historia patria, el culto a los héroes y a los símbolos profanos, encuentra, rescata o inventa del pasado esas características comunes, crea los mitos de grandeza, sacrificio, y constante lucha por la libertad y la justicia. Todo nacionalismo

¹⁷ Bartra, *op.cit.*, p. 16

¹⁸ Samuel Ramos, *El perfil del Hombre y la Cultura en México*, 18 ed., México, Espasa-Calpe, 1990, 318 p.

¹⁹ Octavio Paz, *El laberinto de la soledad, Postdata, Vuelta al laberinto de la soledad*, México, Fondo de Cultura Económica, 1995 (Popular, 471), p. 22.

necesita mitos, estos relatos son la base de construcciones ideológicas, se ocupan de establecer los orígenes, explican cómo aparecieron pueblos, ideas, costumbres, características o bien cómo éstos cambiaron para convertirse en lo que son.²⁰ Sobre estas bases se puede establecer y entender ese pasado común que identifica y llena de orgullo. Esta parte del culto patrio a través de la historia, es quizá la parte más sólida o definida en un nacionalismo. Esta labor se cumple principalmente en las escuelas primarias: las hazañas épicas, los grandes hombres, las gestas nobles, las conductas ejemplares son el medio para iniciar el desarrollo del fervor patrio. Pero como por este nivel escolar no siempre pasó la totalidad de la población, se tuvo que complementar la promoción en otros sitios. Las celebraciones del 16 de septiembre, 20 de noviembre y cinco de mayo se presentan como ocasiones ideales para reforzar estos sentimientos, pues la conmemoración con desfiles, verbenas o ritos como el "grito" les otorga, sin duda, mayor aceptación. Sirven al mismo propósito el arte, museos, zonas arqueológicas y publicaciones históricas. Todos estos esfuerzos son mantenidos a pesar de su gran costo, pues el nacionalismo es sin duda un elemento de necesario fomento en todo estado moderno, en especial en periodos críticos.

La religión es sin duda, una de las más importantes características culturales de México, sin embargo, poco es su peso dentro de la construcción nacionalista oficial. Como ya fue establecido, el nacionalismo surgió directamente ligado a la idea de un Estado nación y precisamente una característica del mismo fue su nuevo fundamento y su separación de la Iglesia. Si uno de los usos del nacionalismo es buscar la independencia o autonomía del Estado, difícilmente podría apoyarse para esto en una institución

²⁰ Sills, *op. cit.*

tradicionalmente influyente en la política. Es imposible negar la importancia de la religión dentro de las características del mexicano, pero se trata de "privilegiar convenientemente sólo los aspectos que le convienen al interés político inmediato, aspectos que no sólo suplantán la totalidad de lo nacional, sino erradican los que encuentran inconvenientes, más allá de la dosis de *verdad* que aporten a la nación, (el ejemplo clásico el guadalupanismo)".²¹

Pero el desarrollo de las ideas nacionalistas no es labor exclusiva del gobierno, los "particulares" también participan de forma significativa en el proceso, el nacionalismo no oficial o espontáneo, la prensa, el arte, los comerciantes a través de la publicidad, diversos grupos y organizaciones regionales o culturales, todo ellos participan, según sus intereses, haciendo propuestas sobre lo que debe ser lo nacional, lo mexicano y casi siempre orientadas o relacionadas a lo popular. Sus propuestas las hacen en los más diversos medios, algunos tan singulares como el calendario de pared. En el mosaico cultural que es México, existen innumerables elementos regionales, étnicos, religiosos, gastronómicos, musicales, ideológicos de posible incorporación. Muchas son las propuestas, algunas tienen gran éxito, otras se pierden en el olvido, pues es el público quien las acepta o rechaza según sus propias características, valores o aspiraciones.

El proceso es definitivamente desorganizado, unificador y complaciente, aunque por su importancia, el gobierno trata de promoverlo y dirigirlo, no puede controlar por completo las propuestas externas, ni la aceptación de las propias. Las imágenes que se proponen no corresponden necesariamente a la realidad, están llenas de virtudes y bondades; son lo que la gente quiere creer

²¹ Guillermo Sheridan, *México en 1932, la polémica nacionalista*, México, Fondo de Cultura Económica, 1999 (Vida y pensamiento de México), p. 27

de sí como grupo. Como lo señala Sheridan²² "la pasión nacionalista no se subordina a la razón y, por ende, puede prescindir de todo argumento: el nacionalismo ha sido muchas cosas a lo largo de la historia (una filosofía, un sistema económico, un sentimiento popular, una actitud política, y una tendencia cultural...) pero más que nada ha sido un sentimiento (de solidaridad entre un grupo, de adversidad ante otro). Un sentimiento que, en los términos de Nervo, se asume siempre, como una 'preposición demostrada'." El nacionalismo también tiende a dejar de lado o ignorar no sólo aquellos hechos del pasado que pudieran ser penosos o vergonzosos, sino también todo lo que pudiera hacer evidente la pluralidad cultural o la diversidad.

Si la selección de los elementos característicos de nuestra mexicanidad es intrincada, azarosa, variable, así será también la recepción o definición del nacionalismo. Este sentimiento parece ser obvio para todo individuo, innecesaria su definición, pues es ante todo un sentir, una emoción, no un conocimiento. Más allá de la medianamente coherente elaboración del nacionalismo oficial de la historia patria, sus héroes y villanos, el resto es por demás ambiguo, indefinible. Las propuestas hechas por el nacionalismo no oficial sobre la identidad nacional no llegan por igual a todo los ciudadanos; aquellas promovidas por la prensa las captarán en menor grado los analfabetas, las religiosas no harán mella en las emociones ateas, incluso habrá quien nunca llegue a desarrollar sentimiento alguno. Se puede hablar de El Nacionalismo, y establecer generalidades, pero éste es sin duda diferente en cada individuo, además de transitorio, pues va cambiando o ajustándose a las nuevas propuestas o circunstancias.

²² Guillermo Sheridan, *op. cit.*, p. 23.



Jesús Helguera, *La Patria*.²³

Pintura nacionalista que apela al pasado y a lo rural.

²³ Óleo sobre tela, Colección Lito-Offset Latina.

El nacionalismo en la historia de México

Este sentimiento no es creación del siglo pasado, ni producto exclusivo de la era de los omnipresentes medios de comunicación, aunque éstos pueden favorecer su desarrollo y proyección. Los orígenes del nacionalismo mexicano se han establecido en el colonial siglo XVIII, pues si bien estos sentimientos de identificación seguramente existieron en la época prehispánica, serían particulares a cada grupo o cultura, meramente regionales.

Es en las últimas décadas del virreinato que se han identificado las primeras ideas o propuestas de la diferencia o identidad propia de la Nueva España con respecto al imperio español y el resto del mundo.²⁴ En los escritos de algunos estudiosos novohispanos y jesuitas expulsos aparece la argumentación para distinguir América de Europa en su geografía, habitantes y costumbres, una defensa ante la denigración americana hecha por europeos y el deseo de una identificación por características distintivas. Los criollos, resentidos por su situación de súbditos de segunda frente a los peninsulares, introdujeron ideas más complejas como la denigración de la conquista, el rechazo hacia los "gachupines", la exaltación del pasado prehispánico, y la devoción a la Guadalupana. Con la fe en la Virgen del Tepeyac se arrebató a España la bandera de la trascendente evangelización, se podía argumentar que no fueron los españoles los responsables directos de la misma, sino Dios, que a través de la Virgen morena, la había promovido.

Todas estas ideas del naciente nacionalismo fueron sin duda un antecedente ideológico necesario para el levantamiento de independencia.

²⁴ David Brading, *Los orígenes del nacionalismo mexicano*, 2a ed., trad. Soledad Loeza Grave, México, Era, 1993, 142 p. Rafael Moreno, "Creación de la nacionalidad mexicana", en Solange Alberro (coord.), *Cultura, ideas y mentalidades*, México, El Colegio de México, 1992, 262 p., ils. (Lecturas de historia mexicana, 6).

Miguel Hidalgo refuerza y legitima el movimiento que encabeza al tomar como estandarte a la Virgen de Guadalupe y al emitir decretos para ayudar a los indígenas. Morelos por igual, en sus *Sentimientos de la Nación*, pide se establezca constitucionalmente la celebración de la patrona de nuestra libertad María Santísima de Guadalupe, cada 12 de diciembre y se ponga fin a las distinciones raciales. La conquista y lo español son reprobados, pues, se aduce, destruyeron la rica y compleja cultura indígena; la independencia no es entonces más que un justo rompimiento con los abusos, saqueos, discriminación de España hacia la América Mexicana. El nacionalismo puede también convocar a la unidad para enfrentar a un enemigo común.

La irregular forma en que se consumó la independencia con Iturbide y el Plan de Iguala, impidió el deseado rompimiento con lo español. Las primeras décadas de vida independiente vieron el surgimiento de dos propuestas sobre lo que debería ser México: la conservadora y la liberal, que más que posturas irreconciliables identificaron a dos grupos que se disputaron el poder y que muy a menudo no fueron tan antagónicas en sus propuestas y compartieron ideas, sobre todo en los asuntos sociales.²⁵

La primera sostenía que el nuevo país era irrefutablemente fruto de la conquista y que la identidad mexicana era básicamente de origen español y la religión una de sus aportaciones más importantes. Consideraba a los indígenas atrasados, indolentes, casi un estorbo para el progreso y prácticamente al margen de la dinámica nacional. Se pronunciaban también por mantener el *status quo* y fincar el progreso en lo hispánico.

²⁵ Charles A. Hale, *Mexican liberalism in the age of Mora, 1821-1853*, New Haven, Yale University Press, 1968 (Caribbean Series, 11), p. 8.

Los liberales, por su parte, supuestamente sostenían ideas originadas en la Ilustración, decían promover la libertad y la igualdad de todos los hombres ante la ley, pero en la realidad su liberalismo era más español que francés y permitieron gobiernos centralistas y autoritarios. Deseaban acabar con los fueros corporativos de la Iglesia y el ejército, romper con la estructura colonial y crear un país moderno.²⁶ En este periodo de la historia de México de indefinición política y nacionalista, uno de los pocos elementos unificadores que alcanzaron relativa fuerza fue el de la defensa del país ante extranjeros: españoles, estadounidenses o franceses, pero el enemigo común no pudo unir por completo a los mexicanos. El joven país se debatió entre las dos propuestas. Acontecimientos como el fracaso de la monarquía de Iturbide, la derrota de México ante los estadounidenses, supuesto modelo de los liberales, la caída del centralismo de Santa Anna, la salida del grupo promotor de la reforma y la instauración de una supuesta monarquía conservadora, hicieron de la política mexicana un inestable escenario. El asunto se dirimió con el triunfo decisivo del grupo liberal, no necesariamente de su proyecto, al restaurarse la república en 1867.

Con la victoria de Benito Juárez, líder de los liberales sobre Maximiliano de Habsburgo, pareció llegar la unidad, la calma y la estabilidad al país. La intervención extranjera había terminado, la facción conservadora parecía completamente derrotada; por fin se presentaba la oportunidad de consolidar un proyecto nacional y mantener un esfuerzo constante en el crecimiento económico del país. La Constitución de 1857 y las Leyes de Reforma habían creado un marco jurídico para un desarrollo económico capitalista, con un

²⁶Héctor Aguilar Camín, *Subversiones silenciosas: Ensayos de historia y política de México*, México, Aguilar, 1993, p. 46.

estado ya un poco más sólido que los anteriores y fuera de conflictos, tocaba a los liberales ocuparse de la definición o invención de la nación mexicana.²⁷

La constante lucha de facciones o contra enemigos externos, así como el caos político que imperó después de la independencia, de alguna manera impidió el desarrollo de un Estado sólido, el cual, como ya fue establecido, es una condición necesaria para la generación de una ideología nacionalista.²⁸ Esporádicamente se hicieron esfuerzos por aprovechar para tal fin las figuras heroicas de la Independencia y los enfrentamientos contra otros países. Ya desde la primera mitad del siglo se pensó en construir una columna para conmemorar la Independencia y a sus héroes en la plaza mayor de México, incluso se llegaron a hacer proyectos del monumento, pero su construcción no pasó de la base o zócalo y cuando por fin se construyó hasta 1910 se hizo en otro lugar. El mismo Maximiliano de Habsburgo pensó en construir un culto y monumento a los héroes de la Independencia, pero no pudo hacerlo durante su efímero reinado. Curiosamente fueron también artistas extranjeros como Waldeck, Linati, Egerton, Catherwood, Pingret o Rugendas quienes con sus obras de carácter costumbrista fueron los que iniciaron en el siglo XIX la definición de lo mexicano, al llamar la atención sobre ciertas características del país. Sus obras son consideradas un antecedente de la búsqueda nacionalista del siglo siguiente.²⁹

De las luchas contra extranjeros se aprovecharon figuras o acciones ejemplares que ayudaran a crear ese sentimiento de orgullo y pertenencia entre los mexicanos, "La creación y valoración de figuras heroicas sirve al

²⁷ Elsa Muñiz García, *op. cit* p. 21.

²⁸ Gellner, *op. cit* p. 17.

²⁹ María Esther Pérez Salas, "El costumbrismo en el siglo XIX, origen del nacionalismo en la plástica mexicana", en Granillo *op. cit* , pp. 149-170.

poder en turno, porque infunde entre los pueblos no sólo respeto y amor a la patria, sino también -los más importante aún- rechazo hacia cualquier conducta que atente contra la unidad”³⁰ Desde esos años aparecieron los cultos o celebraciones a los Niños héroes, Ignacio Zaragoza o la gran victoria ante el invasor francés el cinco de mayo, más su promoción fue muy limitada por la falta de recursos y de un empeño continuo. La ausencia, en buena parte del siglo XIX, de un sentimiento nacionalista aglutinador fue evidente en la separación y fuertes pugnas entre los mexicanos ante intervenciones extranjeras; llegando al punto de que algunas regiones se declararon neutrales en el conflicto entre invasores y el gobierno nacional. Fue quizá esta la razón por la cual el Himno Nacional, completado en 1854, tuviera en su versos la constante mención de la obligación de los mexicanos de acudir al grito de guerra e incluso exhalar en aras de la Patria su aliento.

La reconstrucción y modernización del país se inicia con Juárez después de 1867, así como la búsqueda y promoción del nacionalismo. Ignacio Manuel Altamirano, figura precursora del esfuerzo, no sólo buscaba crear un carácter nacional a través de la literatura, sino usarlo activamente para la integración del país, un nacionalismo moderno y liberal en el que no estuvieran presentes ni el legado hispano ni la religión.³¹

Las acciones fueron tomando fuerza con el paso de los años y sería hasta el Porfiriato que el esfuerzo fuera tangible y significativo. El régimen de Díaz, pudo por su duración y estabilidad realizar efectivos esfuerzos por establecer un ejemplar y noble pasado al promover el estudio de los grandes

³⁰ Enrique Plascencia de la Parra, “Conmemoración de la hazaña épica de los niños héroes; su origen, desarrollo y simbolismos”, en *Historia Mexicana*, No. 178, Octubre-diciembre 1995, El Colegio de México, p. 241.

³¹ Sheridan, *op. cit.*, p. 27.

personajes en las escuelas primarias,³² así aparecieron obras como *Episodios nacionales*, de Enrique Olavarría o las biografías de héroes como *Hidalgo, Morelos y Guerrero* de Ireneo Paz, o *El grito de Dolores* de José Severino de la Sota.³³ Otra labor fue la de organizar y realizar grandes fiestas cívicas (como la fastuosa celebración del Centenario de la Independencia en 1910), patrocinar obras históricas como *México a través de los siglos (1884-1889)*, *México, su evolución social (1910)* y la creación (1885) de la Oficina de Inspección y Conservación de Monumentos Arqueológicos, dedicada por primera vez al estudio y rescate de algunas zonas arqueológicas.

Sin embargo, aunque se promovió el orgullo patrio, se señaló el nuevo rumbo a seguir en un modelo extranjero, específicamente Francia, vanguardia cultural del mundo en esos años, aunque más que desear ser casi franceses se deseaba, sobre todo, emular la modernidad de este país.³⁴ El Porfiriato también intentó limitar la fuerte influencia estadounidense en México, al ligar al país más a Francia o lo europeo.³⁵ De este país había llegado el positivismo, en la época de la República Restaurada, para posteriormente convertirse en la doctrina oficial del gobierno de Díaz y dar justificación científica a todas sus acciones. Sus valores, paz, orden y progreso parecían tener un mayor sentido tras un pasado caótico. También se permearon a México las ideas del darwinismo social, que trasladaban del mundo animal a la sociedad humana las teorías propuestas por el evolucionista sobre la supervivencia de los más aptos

³² El Primer Congreso Nacional de Instrucción en 1890 se fijó la necesidad de enseñar a los niños de primero de primaria la historia patria a través de la vida y hazañas de los héroes. Josefina Vázquez, *Nacionalismo y educación en México*, 2a ed. México, El Colegio de México, 1975 (Centro de Estudios Históricos, Nueva Serie, 9), p. 111

³³ Frederick C. Turner, *La dinámica del nacionalismo mexicano*, México, Grijalbo, 1971, (Nuestras cosas, 6) p. 335-342.

³⁴ Mauricio Tenorio Trillo, *Artifugio de la nación moderna, México en las exposiciones universales, 1880-1930*, México, Fondo de Cultura Económica, 1998, ils, p.38.

³⁵ Smith, *op. cit* p. 32

y que sirvieron para justificar racialmente los excesos de la explotación capitalista. El régimen de Díaz enfrentó, como muchos otros gobiernos antes y después, el problema de tratar lo indígena. Existe el indio como imagen mítica de un glorioso pasado, que distingue la cultura mexicana de muchas otras y que es de gran utilidad para proyectos criollos o nacionalistas. Pero también está el indígena de la realidad, del momento, el cual se considera, por su tradicionalismo y marginación, como un problema al desarrollo e integración nacional.³⁶ El régimen de Díaz utilizó lo indígena para presentar al mundo la imagen de un país con antiguo y glorioso linaje, de cultura exótica y original, pero al mismo tiempo deseosa de incorporarse a la modernidad y a la economía internacional.³⁷ El indio real era reconocido como ser inferior, pero más que un obstáculo al desarrollo se le presentó o promocionó como susceptible de conveniente explotación por los más aptos.³⁸ Se deseaba y esperaba también, no sólo la inversión extranjera, sino también la llegada de inmigrantes blancos europeos que paulatinamente lograran la recomposición racial del país.³⁹

Las élites nacionales y los extranjeros que llegaron a participar en el desarrollo del país, se dieron a la tarea de hacer de México un país parecido al mundo moderno y civilizado; se inició la práctica de foot-ball, cricket, base-ball, golf, ciclismo. Se abrió en Xochimilco el Lakeside Club y el Jockey Club en la Casa de los Azulejos.⁴⁰ Los periódicos y revistas de la época decoraban

³⁶ Roberto Blancarte (comp.), *Cultura e identidad nacional*, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Fondo de Cultura Económica, 1994. ils. (Sección Obras de Historia), p. 13.

³⁷ Tenorio, *op. cit.*, p. 103.

³⁸ *Ibid.* P. 129

³⁹ William D. Raat, "Los intelectuales, el positivismo y la cuestión indígena", en Alberro *op.cit.*

⁴⁰ William Beezley, "El estilo porfiriano: deportes y diversiones de fin de siglo", en Alberro *op. cit.*

anuncios y publicidad con ilustraciones que imitaban los estilos artísticos en boga en Europa como el *art nouveau* o el romanticismo.⁴¹

La paz y el desarrollo del Porfiriato terminaron con un gran movimiento social, la Revolución fue el violento reclamo de aquellos que no sólo habían sido mantenidos al margen del desarrollo y la prosperidad, sino también estuvieron bajo un represivo y cruento sistema. Fueron años de lucha que trajeron como consecuencia una gran cantidad de muertos, un descalabro profundo en el sector económico y el desarrollo de rencores y resentimientos. Uno de los elementos indispensables para la reconstrucción del país fue la unidad nacional: El gobierno debía retomar algunos elementos del nacionalismo anterior a la Revolución, crear otros y finalmente imponer el resultado como los nuevos símbolos del estado posrevolucionario.⁴² Desarrollar en los mexicanos este sentimiento de pertenencia a un gran proyecto, que esta vez sí incluiría a todos y principalmente a las clases populares. Ellas habían hecho posible la Revolución, ahora era su turno para convertirse en adalid.⁴³ Lo "popular" sería el elemento a rescatar y encabezar la definición del nuevo nacionalismo, pero una cultura popular creada con estereotipos codificados por la intelectualidad, una máscara que sirviera al propósito legitimador.⁴⁴ México ya no seguiría el ejemplo francés, volvería la mirada una vez más hacia adentro. Era el momento de seguir el camino hacia el progreso, pero ahora a la mexicana.

⁴¹ Julieta Ortiz Gaitán, *Imágenes del deseo, Arte y publicidad en la prensa ilustrada mexicana (1894-1939)*, México, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras, Instituto de Investigaciones Históricas, 2003, 440 p. (Posgrado, 22).

⁴² Bartra, *op. cit.*, p. 16.

⁴³ *La cultura popular vista por las élites* (antología de artículos publicados entre 1920 y 1952), introducción y selección de Irene Vázquez Valle, México, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Bibliográficas, 1989, ils., p. 4.

⁴⁴ Bartra *op.cit.*, p. 149.

Una vez más se enfrentó el problema de definir "lo mexicano". Las diferencias regionales y sociales siguieron siendo una diversidad muy difícil de sintetizar, pero ahí estaba el pasado común, y qué mejor que el inmediato: La Revolución. Uno de los primeros elementos nacionalistas promovidos por el nuevo Estado revolucionario fue el de la historia, misma que hacía la apología del movimiento armado; condenaba al régimen anterior como el origen de todos los males del país y presentaba esta nueva etapa como el esperanzador amanecer de México hacia la justicia social y el bienestar general. Aquí también lo popular se tuvo que incluir, pues héroes institucionales como Madero o Carranza tuvieron que hacer lugar en el pedestal a personajes netamente caudillos de masas como Villa y Zapata, quienes unos años antes habían sido considerados meramente bandidos y asesinos. Al hacer la defensa de la Revolución, el nuevo grupo en el gobierno, además de promover la unidad, dio legitimidad a su nuevo poder.

Pero todavía quedaba pendiente el asunto de identificar lo mexicano más allá de la historia patria; encontrar esos elementos comunes a todos los habitantes del país y de no ser posible esto, entonces proponer algunos como tales. Se tenía que crear o encontrar un conjunto de características culturales alrededor del cual los mexicanos se sintieran identificados y orgullosos. Dentro de esta labor las imágenes serían de gran importancia, pues por su fuerza potencian el sentimiento de pertenencia de los individuos y ayudan a definir quién es parte del grupo y quién no. De las imágenes usadas con estos fines, aquellas relacionadas con la Historia no sólo son las más utilizadas, sino también, de las más efectivas.⁴⁵

⁴⁵ Pérez Vejo, *op. cit.*, p. 113.

Es precisamente en este proceso donde los calendarios de pared jugaron un papel significativo al proponer o reforzar con sus imágenes elementos tangibles o intangibles que identificarían al mexicano de mediados del siglo. Se ocuparon de presentar primordialmente lo popular y así ayudaron a formar ese estereotipo, que aunque no tenía necesariamente las características comunes a todos los habitantes del país, representó al mexicano por varias décadas a nivel nacional e internacional.



**Antonio Gómez R., *Hidalgo en 1810* (1947).⁴⁶
El pasado, los grandes hombres, las nobles gestas.**

⁴⁶ *La leyenda de los cromos*, p. 73.

CAPÍTULO II: LA INDUSTRIA DEL CALENDARIO ARTÍSTICO DE PARED

Los calendarios en la historia de México.

Aquello que hizo memorables y significativos a los calendarios de pared, fueron las pinturas que los decoraron. La importante proyección que estas obras tuvieron se debe sin duda alguna al hecho de que este sencillo objeto estuvo presente día con día y a toda hora en los hogares, escuelas, establecimientos comerciales y oficinas de casi todo el país, pues fueron muchos los almanaques que se publicaron anualmente. Si bien la publicación y utilidad de los calendarios se mantiene hasta nuestros días, su alcance ya no es el mismo, otros medios han sustituido las funciones que cumplieron éstos hasta la segunda mitad del siglo XX.

Cuando se piensa en los grandes avances de la humanidad y en los objetos o conocimientos que los han permitido, podríamos rápidamente nombrar la agricultura, el fuego, el libro, la maquinaria y la computadora; pero sin duda alguna el calendario merece estar entre ellos. Desde los inicios de la civilización, uno de los principales instrumentos para el progreso fue la comprensión, división y organización del paso del tiempo. Ya entre los escasos artículos encontrados de grupos de cazadores recolectores prehistóricos, se han identificado rudimentarios registros del paso del tiempo: huesos con ciclos de 28 muescas que señalan la duración de los ciclos lunares.¹ Una vez desarrollada la agricultura, el asunto del tiempo cobró mayor importancia; antiguas civilizaciones como la egipcia, la mesopotámica y la maya, tuvieron

¹ Gordon V. Childe, *Los orígenes de la civilización*, tr. Eli de Gortari, México, Fondo de Cultura Económica, 1954, 291 p., ils (Breviarios,923).

como uno de sus principales logros su calendario. El registro del tiempo fue mucho más allá de regular la vida productiva agrícola; se amalgamó a su religión y vida política de forma tal, que llega a ser difícil hacer un corte limpio entre sus diferentes aspectos. Su importancia era tal que aquellos que tenían y manejaban estos conocimientos eran siempre un grupo privilegiado y poderoso.

En el México prehispánico el calendario fue así un conocimiento restringido. Si bien algunos códices mayas, como el de Dresden, o mexicas, como el Borbónico, tienen textos de este tipo, el número de personas que podían entenderlos era minúsculo y su función era más la de preservación que la de difusión. La función y clave del poder de ciertos grupos sacerdotales era precisamente la de mantener y manejar tales conocimientos.

En la época colonial, a la manera de la Europa medieval, también fueron los religiosos los principales encargados de tales conocimientos. Durante el siglo XVI el Papa Gregorio XIII, cabeza de la Iglesia católica, instituyó como fecha de inicio del cómputo del tiempo el nacimiento de Cristo y reorganizó los ajustes al ciclo anual a través de años bisiestos. Las campanas de las iglesias marcaban el tiempo y ritmo de la vida colonial. La importante relación del tiempo con la religión era tal, que a menudo las fechas del año eran identificadas, más que por el día y el mes, por el santo patrono o fiesta religiosa correspondiente. Fue también durante este periodo cuando se empezaron a publicar calendarios para el creciente grupo letrado. El formato de dichos calendarios era el de pequeños libros en los que además del registro de los días, se incluía su santoral y alguna otra información de tipo astronómica o curiosa.

Fue en el siglo XIX cuando la publicación de calendarios se consolidó. El formato siguió siendo de pequeño libro, pero los anexos cobraron gran importancia dentro la fuerte competencia entre las diferentes publicaciones. Cualquier almanaque tendría por fuerza los días, meses y santoral, así que el éxito de una publicación residiría en la utilidad o variedad de lo que se le agregara. Los calendarios dedicaban apenas una docena de hojas a los días y santos y cerca de cincuenta o cien a caricaturas, estadísticas, recetas, pronósticos, cuentos, poemas, etc. Los curiosos y largos títulos de los mismos trataban también de atraer a posibles compradores: *Calendario manual; Guía de forasteros; Calendario y pronóstico del Pensador Mexicano; Calendario histórico y pronóstico político; Calendario dedicado a las señoritas americanas, especialmente a las patriotas, por el Pensador Mexicano; Calendario liberal del licenciado D. Liberato Garabato Panzacola; Calendario caricato; Calendario de duendes y aparecidos para 1865* y, por supuesto, el todavía famoso *Calendario del más antiguo Galván*. Todos estos almanaques se vendían a precios muy bajos, accesibles para la mayor parte del pueblo y los distribuían comerciantes ambulantes por todo el país. Por su variedad de anexos y bajo precio la gente podía comprar varios de ellos durante un año.²

El nuevo siglo trajo un cambio en el diseño de los almanaques, surgió el llamado calendario artístico o de pared. El elemento adicional del calendario dejó de ser el de los interesantes textos y su lugar lo tomó la reproducción de una pintura o fotografía. Obviamente la forma de folleto o libro se hizo menos común o se transformó en una gran hoja de papel o cartulina donde los meses podían ir impresos o incluidos en hojas desprendibles. Este calendario tuvo su

² Isabel Quiñones, *Mexicanos en su tinta: Calendarios*, México, Instituto Nacional de Antropología e Historia, 1994, 150 p., ils. (Obra Diversa).

origen en Europa y llegó a México a través de Estados Unidos. En un anuncio de la litográfica *Santiago Galas y Hermano* del año de 1930 se decía, "Tenemos la representación de las poderosas casas extranjeras, norteamericanas y alemanas que se dedican a la impresión de calendarios, aparte podemos ya imprimirlos en nuestros talleres."³ Al parecer, los primeros calendarios de este tipo llegaron a México en la década de los veinte, y se importaron no sólo los cromos sino las cartulinas. Seguramente la estrechez económica provocada por la depresión hizo demasiado costoso el importarlos y se tuvieron que desarrollar pronto los almanaques hechos ya completamente en el país.

El nuevo tipo de almanaque tuvo también como característica ser vehículo de publicidad. En el espacio entre el cromo y el calendario propiamente dicho, cualquier compañía o giro comercial podía imprimir sus datos generales y publicidad. El nuevo formato, así como la belleza de la ilustración, llevarían al calendario a ser exhibido en una pared, presentando así la información o publicidad de forma constante por todo un año.

En los inicios de este nuevo calendario de pared, se insistía en su carácter artístico. Los cromos se consideraban de belleza tal, que se pensaba no fueran colocados en la cocina o a las espaldas de una puerta, sino en los lugares más distinguidos o elegantes del hogar. En 1930 un anuncio de *Santiago Galas y Hermano* decía lo siguiente:

El factor propaganda en los negocios suele ser determinante del éxito, porque el cliente no va a expedicionar a través de la enorme ciudad por tal o cual artículo o tienda, si antes no se llama insistentemente la atención.

Hay muchos sitios vedados a la propaganda comercial, pero el arte y la belleza de un anuncio los convierte en accesibles. Por ejemplo, Usted podría anunciarse aún en las reuniones íntimas, en las fiestas

³ *El Universal*, 8 de septiembre de 1930, p. 2

hogareñas, en las herméticas tertulias sociales, por medio del calendario artístico que necesariamente ocupa un lugar privilegiado.⁴

La modalidad del almanaque de pared no sólo fue una novedad en el ramo de los calendarios sino también una nueva estrategia en la naciente publicidad de aquellos años. El calendario hacía posible a cualquier modesta empresa utilizar esta nueva forma de anunciarse y promover las ventas, permitía a los comercios del país ir cerrando la brecha, usar herramientas y así parecerse cada día más a la forma de operar de los negocios del capitalismo desarrollado.

El calendario artístico de pared tuvo también importante presencia en Europa y Estados Unidos, en este último país los calendarios ilustrados cobraron importancia desde finales del siglo XIX. La empresa Brown & Bigelow los publicó con gran éxito por casi 50 años. Sus cromos fueron paisajes, idealizadas escenas de la vida americana y las hermosas mujeres del tipo llamado pin-up.⁵ Sus artistas, el paisajista Maxfield Parrish, el conocido pintor del *American way of life*, Norman Rockwell y glorificadores del género femenino como Rolf Armstrong, George Petty y Gil Elvgren.⁶ También los calendarios hechos en México tuvieron importantes ventas entre el creciente grupo de mexicanos radicados en ese país.

Así, en los años treinta arrancó en México la que se llamará "Época de oro del calendario de pared" misma que duró casi 30 años y tuvo, inclusive, proyección internacional.

⁴ *El Universal*, 18 de septiembre de 1930, p. 6.

⁵ Cromos o ilustraciones, que por la belleza de las mujeres ahí presentadas, eran comúnmente recortadas y colocadas con una tachuela o alfiler (*pin*) en paredes.

⁶ Hoy en día los coleccionistas norteamericanos llegan a pagar más de 10 000 dólares por algunos de estos almanaques, *Huxford's Collectible Advertising, an illustrated value guide*, 4 ed. Paducah, Collector Books, 1999, 320 p., ils.

El calendario artístico y la publicidad.

Con su aceptación y proliferación, el calendario de pared se convirtió en un sólido medio para los anuncios en México. Si bien es cierto que permitió a los pequeños negocios promocionarse, también resultó apropiado para promover los productos de grandes compañías, pues a pesar de que la información o mensaje que se podía colocar en un calendario era limitada, la constante y vasta presencia del mismo era su fortaleza.

El almanaque tuvo que ser adaptado a las necesidades o posibilidades de todo tipo de anunciantes. Existieron dos calidades de calendarios: los de línea, de tamaño pequeño o regular, con ilustraciones de mediano impacto y precio. Estos se ofrecían a cualquier negocio, como una carnicería, restaurante, miscelánea, zapatería, farmacia; tan sólo se le imprimía el nombre y el mensaje. Su cromo podría ser lo mismo una fotografía a color (conocidas como fotocolor), que una pintura. Este tipo de calendario sobrevive hasta nuestros días, aunque su uso ya no es tan común y las ilustraciones son casi siempre fotocolores.

El otro tipo de almanaque era el llamado especial. Los encargaban grandes compañías y era de un formato mayor y mejor que el de los de línea. Para muchos de estos calendarios se escogían los más atractivos fotocolores o pinturas e incluso se mandaban hacer pinturas ex profeso. Fue precisamente la proliferación y calidad de este tipo de calendarios lo que convirtió a esos años en la llamada época de oro. Estos almanaques eran elaborados bajo la dirección de una casa o compañía matriz, misma que los presentaba y vendía entre sus

distribuidores o filiales, quienes después de imprimirles sus datos, los obsequiaban finalmente a los clientes.

La primera casa impresora que capitalizó la demanda por los calendarios de pared fue la *Litográfica La Enseñanza Objetiva S.A.* (Litoleosa). Esta compañía empezó a contratar a los mejores pintores para la elaboración de almanaques especiales. Otras litográficas importantes fueron Santiago Galas y Hermano (luego *Galas de México*), *La Lito-Offset Latina*, *La Lito-Offset Machado*, *Litógrafos Mexicanos* y *Miguel Galas*. El éxito de los calendarios se debió en buena parte a la gran calidad de las reproducciones hecha por todas estas compañías, mismas que podían competir con las de cualquier parte del mundo. Litoleosa quebró en el año 1950 y dejó a *Galas de México* el liderazgo en el mercado de almanaques. La producción y la comercialización de calendarios llegaron a ser tan importantes, que *Galas de México* vendió sus productos en toda Centroamérica, Estados Unidos, Perú, Cuba, Venezuela y Colombia, alcanzando incluso a establecer filiales en los tres últimos países. Los almanaques se hacían en México y en las sucursales se comercializaban e imprimían los nombres de los compradores. También Galas envió pinturas a España donde se producían los calendarios mediante el pago de derechos.

Aunque muchas grandes compañías patrocinaron almanaques especiales, pocas de ellas fueron conocidas por preparar los mejores o los de mayor distribución. Entre las más conocidas estaban las siguientes: Cía. Manufacturera de Cigarros "El Águila", que luego se convertiría en Cía. Cigarrera "La Moderna", La Nacional Compañía de Seguros de Vida, Ferrocarriles Nacionales de México, El Buen Tono, Good Year Oxo, Goodrich-Euzkadi, General Popo, Lotería Nacional, Cervecería Modelo, Cervecería Moctezuma, Cervecería Cuauhtémoc, Tequila Cuervo, Coca-Cola y Pepsi-Cola.

Los calendarios más conocidos y recordados son sin duda los elaborados por la Cigarrera El Águila o La Moderna. Parte de su éxito se debió a que las pinturas que usaron fueron del mejor pintor del género: Jesús Helguera. Además de preparar con tiempo y sumo cuidado las mismas, tenían una descomunal distribución. Por el giro al que se dedicaban; podían colocar sus calendarios en casi todas las tiendas, farmacias y restaurantes del país. Sin duda alguna éstos fueron los más deseados y buscados cada mes de enero. La producción anual de este almanaque llegó a alcanzar cerca del millón de ejemplares.⁷

El calendario fue uno de los principales medios publicitarios de mediados de siglo XX. Su impacto era sin duda alguno significativo, y resultaba económico para las grandes compañías, pues la mayor parte del costo de estos anuncios lo cubrían los distribuidores. La gran aceptación que tuvieron sus pinturas, hacía que la gente prácticamente solicitara dicha publicidad. En la década de los años treinta, las mismas casas litográficas prestaban ayuda o consejo a sus clientes sobre la mejor forma de aprovechar un calendario; en 1930 Santiago Galas y Hermano ofreció a sus clientes el folleto *Arte y anuncio*,⁸ como una guía para la elaboración de un calendario. Para los años cuarenta y cincuenta, la publicidad evolucionó y dejó de ser un saber sencillo o que meramente daba a conocer un producto; aparecieron las agencias de publicidad que aplicaron sus conocimientos y técnicas al calendario; supervisaron con las litográficas todo el proceso y también sugirieron o establecieron rigurosas características; los almanaques especiales de los años

⁷ La mayor parte de la información del desarrollo de la industria del calendario se obtuvo en una entrevista hecha por el Edgardo López Mañón al señor Andrés García Vega, en mayo de 1992, el señor Vega trabajó desde los años cincuenta cerca de tres décadas para Galas de México.

⁸ *El Universal*, 11 de septiembre de 1930, p. 8.

cincuenta eran ya producto de un largo y complejo trabajo publicitario, que obviamente influyó de forma importante en sus pinturas.



Jesús Helguera, *El rebozo*.⁹

⁹ Cronos y Cromos, México, Centro Cultural Arte Contemporáneo, 1993, p. 22.

Pero la importancia de los almanaques no se debe exclusivamente a los llamados especiales; los calendarios de línea también tuvieron un alcance significativo, si bien es cierto que su tiraje, calidad y tamaño eran modestos, ahí se encuentra una mayor variedad y libertad en los temas. Sus pinturas no eran elaboradas ex profeso, las hacían pintores de las litográficas o las adquirían de artistas independientes que las ofrecían. Evidentemente la calidad de las mismas no era necesariamente la mejor, pero algunas de ellas sorprenden agradablemente. Cada calendario de este tipo tuvo una reproducción limitada, pero la publicación de cientos de ellos y en ocasiones a lo largo de varios años, hace su aportación también valiosa. Otros calendarios de línea se hacían con fotocolores, casi todos importados: paisajes, hermosas mujeres, románticas parejas, los llamados desnudos artísticos y también retratos de los artistas más famosos de Hollywood. Su costo era bajo, pues el precio de cada fotografía era por mucho inferior al de las pinturas, incluso las realizadas por artistas sin renombre. Su costo era tal, que las litográficas a menudo compraban un número mucho mayor al que pensaban utilizar, tan sólo para privar de los mejores fotocolores a la competencia.¹⁰

La elaboración de un almanaque iniciaba con la selección del tema. La principal característica de las pinturas de calendario fue el predominio de temas nacionalistas. En las pinturas hechas en los años treinta y en algunas de las impresiones de línea, los temas y su tratamiento eran responsabilidad básicamente del artista, por lo regular éste hacía un boceto, mismo que se comentaba y corregía con personal de la litográfica para expeditamente elaborar el original en óleo, la mayoría de las veces, otras en pastel o guache.

¹⁰ Entrevista al señor Andrés García Vega.

En la elaboración de los calendarios especiales y sobre todo en aquellos hechos a fines de los años cuarenta y cincuenta el proceso era dirigido por personal de la litográfica y la agencia de publicidad. El grado de independencia o creatividad del pintor podía variar según el patrocinador o el personal a cargo. El caso extremo de la imposición de un tema y su tratamiento sería quizá el de los calendarios de El Águila o La Moderna elaborados por Jesús Helguera. El pintor recibía un guión que especificaba el tema y cómo presentarlo; ahí se sugerían personajes, ubicación, composición y objetos a incluir, todo esto era discutido y modificado una y otra vez por una especie de comité. Una vez definidos los puntos del guión, el pintor y un equipo de ayudantes iniciaban el levantamiento de imágenes, se trasladaban a las locaciones para tomar fotografías y hacer bocetos, se retrataban también modelos con el vestuario y los objetos que aparecerían en la composición. Con todos estos elementos el pintor iniciaba la elaboración de la pintura, cuidando todos los detalles y observaciones del comité. El proceso era tan lento y esmerado, que en las décadas de los años cincuenta y sesenta, Jesús Helguera elaboraba tan sólo un par de pinturas de calendario especial en todo un año.¹¹

El complicado proceso no terminaba con la elaboración del cuadro. Otro trabajo muy importante era la selección de colores para la impresión, se seleccionaban los más vivos para que el cromo resaltara o se diera mayor contraste a la composición. Los negativos tanto de pinturas como de fotocolores todavía se retocaban para darles mayor fuerza y perfección; las litográficas tenían equipos de una decena de personas aproximadamente dedicadas a esta importante y especializada labor. Posteriormente se hacía la

¹¹ Teresa del Conde, texto de presentación a la exposición, *Jesús Helguera, pintor de almanaques*, Palacio de Bellas Artes, noviembre 1985. Expediente calendarios, Archivo del CENIDIAP, INBA.

llamada prueba de rol, impresión provisional, para presentarla a los clientes, si éstos la aprobaban, entonces se imprimían muestras para con ellas iniciar las ventas del almanaque entre los distribuidores. Era en el mes de septiembre que se iniciaban regularmente las ventas de los calendarios para el año siguiente.¹²

Las compañías litográficas también se dedicaban a la impresión de empaques, etiquetas y otros tipos de publicidad, mismos que se producían en los primeros ocho o nueve meses del año, mientras se preparaban los cromos de almanaques. Era hacia finales del año que la maquinaria se empleaba primordialmente para calendarios.

Independientemente del cromo, los calendarios podían variar bastante en calidad y características. Como ya se anotó, los especiales eran de gran tamaño, casi siempre de 60 x 90 cm, los de línea más pequeños. Unos se imprimían en papel otros en cartulina, aquellos impresos en papel de gran tamaño llevaban una varilla metálica en la parte superior para darles rigidez y facilitar el colgarlos. Los más económicos, de línea, eran pequeños, en cartulina, sin varilla y con los meses del calendario impresos en la misma cartulina. Otros llevaban los meses con santoral, efemérides o información astronómica elemental en hojas desprendibles. Por lo regular los calendarios eran con un solo cromo para todo el año, a medida que el fotocolor se fue imponiendo, aparecieron los calendarios de 4, 6 y 12 hojas o cromos.

Como ya se mencionó el almanaque de pared tuvo una gran aceptación, en todo el país, obviamente más en las ciudades que en el campo, pues aunque las grandes empresas o compañías de la ciudad obsequiaban la mayoría de los almanaques, en pequeñas comunidades no faltaron los característicos grandes

¹² Entrevista a señor Andrés García Vega.

comercios de pueblo que también llegaron a comprar algunos cientos para distribuir entre sus clientes. También llegaron a todos los sectores sociales, pero principalmente a los populares, que formaban la mayor parte de la población; no tenían costo alguno, además de que posiblemente cada familia recibía más de uno al año, debido a que se los obsequiaban en la tienda de barrio, en la farmacia, en el expendio de lotería, en la zapatería, en la carnicería. En un aviso enviado por la Lito Offset Latina a fines de 1965, se notificaba lo siguiente:

Estimado cliente:

Le participamos que en breve un Representante de la Cía. Mfra. de De CIGARROS EL ÁGUILA, S.A., tendrá mucho gusto en pasar a saludarlo para mostrarle los cromos '*De Fiesta por Chapultepec*' y '*San Francisco de Asís*' en su tamaño original y tomar su apreciable orden, de acuerdo con la siguiente:

ESCALA DE PRECIOS

Cantidad	Ciento	Cantidad	Ciento
100	\$ 240.00	1,200	\$ 221.00
200	\$ 231.00	2,000	\$ 220.00
300	\$ 227.00	3,000	\$ 219.00
400	\$ 225.00	4,000	\$ 218.00
600	\$ 223.00	5,000	\$ 217.00
800	\$ 222.00	6,000	\$ 216.00 ¹³

Aunque la fecha de esta invitación es 1965, ya cuando el alcance del calendario declinaba, es posible rescatar de ella importante información. Nos podemos dar una idea de los precios que podían alcanzar los calendarios. En ese año el salario mínimo era de 32 pesos y un dólar se cambiaba por 12.50 pesos. El valor de cada calendario, al mayor precio por ordenar apenas un ciento, era

¹³ Documento en el acervo de Nuria Sadurní, nieta del pintor de calendarios del mismo apellido.

de \$ 2.40, el 7.5% del salario mínimo diario de 32 pesos o 20 céntimos de dólar. Si consideramos que se trata del almanaque especial de *La Moderna*, uno de los más grandes y demandados, entonces otros de línea o más modestos tendrían un costo todavía menor. Se puede establecer que la publicidad a través de los calendarios era económica o al menos de precio razonable. En la misma invitación se dan precios para grandes cantidades, cientos, incluso miles, lo que nos permite suponer que habría clientes que podían comúnmente comprarlos en tales números. Éste era así un medio publicitario accesible a prácticamente todo tipo de negocio, que aseguraba una constante presencia a lo largo de todo un año y que tenía tal aceptación que era incluso demandado. Si las personas esperaban o pedían sus almanaques al inicio de cada año, no lo hacían sólo por la utilidad del mismo, sino principalmente por lo atractivo que encontraban sus cromos.

En la década de los años cincuenta inició la decadencia del calendario de pared y si bien es cierto que su producción continúa hasta nuestros días, perdió su alcance e influencia. La fotografía a color fue mejorando consistentemente, ya no eran los retratos blanco y negro coloreados; ahora tenía colores más intensos y mayor nitidez lo que la volvió más popular. Obviamente su costo fue otro atractivo, pues ahora el calendario era apetecible para el público con un costo disminuido sustancialmente. En 1945 el 90% de los calendarios se ilustraban con pinturas, para 1965 apenas el 10%.¹⁴ En los años cincuenta aparece en México la televisión, que paulatinamente tomará el lugar del calendario en la publicidad visual de las grandes compañías, si bien siguió siendo el medio de los pequeños negocios.

¹⁴ Pedro Bayona, “Jesús Helguera, pintor de calendarios” en *Contenido*, México, agosto de 1965, p. 92

Otra de las causas de la declinación del calendario fue sin duda el impacto menguante que fueron teniendo sus pinturas de motivos predominantemente nacionalistas. La mitad del siglo marcó una época donde el nacionalismo o patriotismo de los años anteriores se agotó. En la educación, las artes, el cine, la música y otros rubros, los temas nacionalistas dejaron de tener éxito o aceptación. Por otro lado, el desarrollo del país lo fue abriendo y relacionando cada vez más con el exterior, los gustos y aspiraciones de los mexicanos fueron también tomando tales orientaciones. La televisión, la prensa, la música de la radio, trajeron de forma muy directa y con gran fuerza las modas y preferencias principalmente urbanas, ya no rurales, o estadounidenses. Lo nacional no desapareció, pero pasó a un segundo lugar tras lo extranjero que además se asociaba con las ideas de desarrollo, progreso y bienestar.

Los artistas de calendario

A pesar de la gran popularidad y alcance del calendario artístico, los pintores de este tipo de obras no tuvieron mayor fama o reconocimiento, apenas lograron que su público los identificara. Aún cuando no se les veía como ilustradores comerciales, pues se pensaba que su trabajo iba más allá del mero dibujante, tampoco se les consideraba parte del mundo de las bellas artes, aunque algunos tuvieran la calidad o la preparación de artistas académicos. En los años de esplendor del calendario artístico, poco o nada se escribió sobre ellos, no expusieron obras en galerías o museos y si lo hicieron fue con otro tipo de cuadros como retratos o paisajes. Los pintores de almanaque y sus pinturas fueron, sin duda alguna, conocidos por muchos de los más importantes

artistas de esos años, mas éstos no los consideraron como colegas, apenas advirtieron la fuerza del calendario para dar a conocer la obra artística.

En 1930, cuando el almanaque artístico apenas empezaba a usarse en México, el Departamento del Distrito Federal publicó el *Calendario cívico popular* con el formato de pared e ilustrado por artistas del mundo de las bellas artes: Diego Rivera, Ramón Alva de la Canal, Fermín Revueltas, José Clemente Orozco y Fernando Leal; todos ellos representantes de la llamada escuela mexicana, el arte más conocido en ese momento. Fue sin duda un intento de aprovechar este nuevo medio para la difusión de las obras de arte.¹⁵ En 1941 *La Voz de México, periódico al servicio de México*, órgano del Partido Comunista Mexicano, también emitió un calendario ilustrado de 12 hojas. Los cromos eran grabados que tenían como tema el trabajo de panaderos, ferrocarrileros, albañiles, agricultores. El calendario también incluía en cada hoja "efemérides revolucionarias" que indicaban la fecha de importantes acontecimientos del movimiento obrero y socialista en México y el mundo. Los artistas eran miembros del Taller de la Gráfica Popular, fundado en 1937: Pablo O'Higgins, Alfredo Zalce, Leopoldo Méndez, Jesús Escobedo, Everardo Ramírez, Isidoro Ocampo e Ignacio Aguirre. Este colectivo tuvo como objetivo llevar el arte al conocimiento y servicio del pueblo a través de obras reproducidas masivamente, alcanzar a las mayorías y desarrollar en ellas un sentido estético ajeno a los gustos o intereses de otras clases. El calendario ofrecía, sin duda, el medio ideal para lo que pretendían. Pero aunque ambos ámbitos llamaron la atención del otro, nunca se pudieron combinar con éxito.

¹⁵ Ricardo Pérez Monfort, "El nacionalismo cultural y el estereotipo revolucionario" en *Estampas de nacionalismo popular mexicano, ensayos sobre cultura popular y nacionalismo*, México, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, 1994, p. 143.

La pintura de calendario ha sido ligada ya por muchos años casi exclusivamente con quien fuera el mejor pintor del género: Jesús Helguera, pero obviamente no fue él único. Los artistas del cromo fueron decenas, buena parte de ellos hicieron apenas algunas obras y muy pocos fueron constantes productores. En este trabajo se estudió la obra de sólo cuatro de ellos: Jesús Helguera, Eduardo Cataño, Antonio Gómez R. y Jaime Sadurní; sus trabajos no sólo son de gran calidad, sino también representan muy bien las características del arte de almanaque, su temas nacionalistas, su pintura realista, atenta al detalle y de carácter complaciente.

La mayor parte de estos pintores están condenados a perderse en el olvido, algunas obras no están siquiera firmadas, otras apenas tiene un nombre o apellido acompañado de iniciales. Además, el paso de ya más de medio siglo, hace cada día más difícil el rescatar la mínima información de ellos. Algunos de los nombres que aparecen en las obras de este tipo, son los siguientes: Vicente Morales, Armando Drechsler, Demetrio, J. Bribiesca, Bribiesca Jr., A. Navarrete, Xavier Gómez, J. Suárez O., J. Sánchez, W. Soto, S.S. Mayorga, J. Monroy, Panduro M., Max Blásquez, Pedro Guzmán León, R. Espino Barrios, J. Nieto Hernández, Antonín Tejero, Victor M. Magallón, Luis Améndolla, y éstos deben ser apenas una mínima parte del total.



A. Gómez R., Fiesta en Xochimilco.¹⁶

Uno de los cuatro artistas seleccionados para esta investigación es Antonio Gómez R., de quien ni el nombre completo se pudo conocer, y que al parecer nació en Ecuandureo, Michoacán en 1888 y murió en 1969.¹⁷ Pintor de gran calidad, cuya obra pareciera ser la de un artista formado académicamente. Algunos de sus cuadros recuerdan, por los temas y su

¹⁶ Óleo sobre tela, Colección Lito-Offset Latina.

¹⁷ www.huandacareo.net/puromich/ecuandureo.html.

tratamiento, a los de Saturnino Herrán. Sus primeras obras son de finales de los años treinta y siguió pintando calendarios en los cuarenta, el tema principal de sus cuadros fue lo nacional, pues tiene obras como, *La fundación de Tenochtitlán*, *Fiesta en Xochimilco*, *A la fiesta de mi pueblo*, *Tehuana*, *Yalaltecas*, y *Dicha Hogareña*. La obra de Gómez se desarrolla en el periodo en el que hubo mayor independencia creativa frente a las compañías patrocinadoras o litográficas, pero no escapa completamente y tiene algunos elementos del arte de calendario, como ese deseo de agradar tan característico en cromos de los años cincuenta. Las mujeres son una presencia constante en sus cuadros, todas muy hermosas y de rostros que nos recuerdan a algunas de las artistas cinematográficas de esos años.

Otro de los mejores artistas de almanaque fue Eduardo Cataño Wilhelmy, nacido en 1910 en Santiago Ixcuincla, Nayarit. Desde niño mostró especial facilidad para el dibujo, lo cual hizo casi natural su ingreso a la Academia de San Carlos a los 15 años de edad, luego de que su familia se mudara a la ciudad de México. A su paso por la academia, no sólo perfeccionó su dibujo, sino que conoció diversas técnicas de la pintura y la escultura. Sus notables facultades artísticas le permitieron terminar sus estudios a los 18 años e iniciar una larga y polifacética carrera. Fue perito autenticador de arte, poeta, dibujante publicitario, modelista naval, coleccionista de antigüedades y pintor de calendarios. A principios de los años cuarenta Cataño se especializó en cuadros que representaban las diferentes fiestas del país, sus trajes típicos y su riqueza cultural, con obras como: *Fiesta jarocho*, *Noche mexicana*, *¡Arriba Jalisco!*, *La Feria de San Marcos* y *12 de diciembre*. En años posteriores este artista pintó gran variedad de cuadros en los cuales el principal elemento eran hermosas mujeres, que sin revelar sus atractivos tanto

como en el pin-up norteamericano, tenían un cierto grado de sensualidad: *La mujer y el pescador*, *Despedida campestre al amanecer*, *Amapolas mexicanas*, *Vendedora de fruta*. Algunas de estas obras Cataño las realizó al pastel, no al óleo que era la técnica más común. También pintó algunos cuadros de tema histórico, como: *Los niños héroes* o *La conquista de Tenochtitlán*. Como se puede advertir la obra de Cataño tiene como principal tema a México, además presenta por igual las diferentes regiones del país.



Eduardo Cataño, *Noche mexicana*.¹⁸

¹⁸ Cronos y Cromos, p. 26.

Cerca de los cuarenta años de edad, Eduardo Cataño se casó con la escritora Margarita Michelena, por lo que pronto entró en contacto con pintores de renombre, literatos, periodistas y otras figuras de la intelectualidad mexicana. Murió en el año de 1964.¹⁹

El tercero de los pintores seleccionados es Jaime Sadurní, quien nació en el año de 1915 en el puerto de Veracruz. Hijo de Santiago Sadurní Gómez y de Sara Pernía Hoyos. A la muerte de su madre y cerca de cumplir siete años de edad, se mudó con su familia a la ciudad de Córdoba, de donde regresaron al puerto después de casi un lustro. Desde su infancia se acercó a la pintura por influencia directa de su padre, que la practicaba como afición. Ya en sus estudios primarios destacó entre sus compañeros por su habilidad en el dibujo y a menudo le encargaban ilustraciones. Sin mayor educación, que quizá los consejos de su padre, Sadurní se convirtió en un dibujante capaz. En el año de 1933 ganó junto con Rafael Freire, el premio Pro Bellas Artes Goya, mismo que otorgó el gobierno de la República a los artistas más destacados del puerto de Veracruz. Cerca de los 20 años de edad, al morir su padre, se trasladó con sus seis hermanos a vivir a la ciudad de México. En la capital su antigua afición le permitió ganarse la vida. Empezó pintando toreros y vendiendo sus obras en la plaza de toros, después trabajó como ilustrador comercial y pintor de almanaques. En estos sus primeros años como artista profesional, perfeccionó su dibujo y aprendió diferentes técnicas de sus compañeros dibujantes y de algunos reconocidos artistas de calendario como Eduardo Cataño. Trabajó para importantes litográficas como Litoleosa, Galas de México y Litógrafos Mexicanos. Muy a menudo realizó trabajos "piratas", pues a pesar de trabajar para una litográfica, realizaba dibujos, que no firmaba, para la revista *Sucesos*

¹⁹ Documento en el acervo de Nuria Sadurní, nieta del pintor de calendarios del mismo apellido.

para todos, el periódico *El Universal* y otros. Sadurní trabajó en los calendarios desde fines de los años treinta hasta el inicio de la década de los setenta. Su larga carrera le permitió paulatinamente destacar en un área en un principio dominada por artistas como Helguera, A. Gómez R. y Cataño. Mientras trabajaba para Galas de México se realizó un concurso para hacerse cargo de los calendarios de Tequila Cuervo, y compitiendo con Helguera y Cataño, el veracruzano se impuso. A diferencia de algunos otros pintores de almanaque, Sadurní realizó de manera significativa dibujos para otros tipos de publicidad. Murió en el año de 1988.²⁰

La obra de Jaime Sadurní se caracterizó por su variedad, pues a lo largo de su carrera abarcó todo tipo de temas en obras como: *Tempestades, Naufragio, La sirena, Boda Charra, La rielera, De fiesta en Chapultepec, La muerte del caballero águila, Juegos olímpicos, La Virgen de Fátima, Carnaval de Veracruz (2 versiones), San Martín de Porres, Voladores de Papantla y La China Poblana*, por mencionar sólo algunos de los más reproducidos o aquellos de los cuales se conoce el nombre.

El género femenino es también muy importante en su obra, hermosas mujeres de voluptuosa figura, grandes ojos y magníficas cejas y pestañas. Beldades de todos los rincones del país y algunas españolas, todas muy blancas y de contrastante cabello azabache, sin importar que pretendan representar a indígenas totonacas o tarascas. Destacan también los temas marinos y costeros, que empezó a trabajar desde su infancia en Veracruz. Sadurní fue uno de los pintores más prolíficos del género, en donde además sobresalió por la calidad de su dibujo y composición.

²⁰ *Ibíd.*



Jaime Sadurní, *Nafragio*.²¹
Atrevida voluptuosidad.

Cómo ya se mencionó el más reconocido pintor de calendarios fue Jesús Helguera, en los últimos cuarenta años, la pintura de calendario ha sido asociada casi exclusivamente con su nombre, pues es éste el pintor cuyas obras

²¹ Óleo sobre tela, Colección Lito-Offset Latina.

han venido a representar a todo el género, incluso tuvo una exposición en 1985 en el Palacio de las Bellas Artes.

Jesús Enrique de la Helguera Espinosa nació en mayo del año de 1910 en la ciudad de Chihuahua. Su padre, madrileño, catedrático de Economía y su madre mexicana. Poco después de su nacimiento su familia se mudó a la ciudad de México, donde fue bautizado y vivió cerca de dos años. Al parecer en 1913 y por causa de la violencia vivida en la capital durante la Decena Trágica, los Helguera se mudaron a Córdoba, Veracruz. Cuando contaba cuatro años de edad, su padre decidió volver a la Madre Patria y fueron a vivir con los abuelos paternos en Ciudad Real, en la Mancha. En ese lugar Jesús realizó sus estudios primarios, donde a los nueve años de edad, al demostrar su calidad de dibujante sobresaliente en trabajos escolares, el director de la escuela lo hizo responsable de una clase de dibujo para sus compañeros. Al cumplir los doce años, emigró a Madrid para ingresar en la Escuela de Artes y Oficios. Apenas un par de años más tarde inició sus estudios en la Escuela Superior de Bellas Artes de San Fernando. En este último plantel educativo recibió lecciones e influencias de grandes pintores, uno de ellos, Moreno Carbonero, famoso artista de temas históricos. Más adelante obtuvo una beca como pintor paisajista para estudiar en Segovia, en Palma de Mallorca y en la Alhambra, Granada. A lo largo de sus años de estudio, Helguera recibió varios premios y reconocimientos a su obra.

Al inicio de su vida profesional trabajó ilustrando libros de editoriales de Madrid y Barcelona. Obras como *Los grandes hechos*, *Los grandes hombres*, *Páginas brillantes de la Historia*. Estos primeros trabajos, sin duda alguna, fueron afinando en su obra la representación épica de personajes de la historia. Cuando apenas cumplía veintitrés años de edad, Jesús Helguera

participó en un concurso para cubrir plazas de profesor en diversas escuelas superiores de artes y oficios de España. A pesar de su juventud, en reñida competencia, obtuvo el cuarto lugar entre casi quinientos aspirantes. Por esas fechas se casó con la señorita madrileña Julia González Llanos con quien tuvo dos hijos, Fernando y María Luisa. Helguera escogió entonces una plaza en Bilbao, Vizcaya, donde trabajó como docente por casi cuatro años. Durante el conflicto armado entre la República y el rebelde Franco, el pintor realizó algunos carteles de propaganda para el gobierno de Madrid, mismos donde su estilo característico de ilustrador lo hacía distinguirse de otros autores de ese tipo de obras.²² La Guerra Civil Española fue paulatinamente obstruyendo un posible futuro de bienestar para la familia del joven pintor, quien en el año de 1938 decidió volver a su patria y buscar en ella lo que pensó estaba por alcanzar en la península ibérica.²³

A su llegada a México, el desconocido Helguera ofreció sus servicios a la editorial Sayrols, quienes después de hacerle una pequeña prueba, pues no lo creían autor de los dibujos que presentó, lo contrataron para ilustrar la revista, *Sucesos para todos*. Al mismo tiempo, se inició en la pintura de calendario, sus primeros trabajos fueron publicados en los almanaques de 1939.

²² Jesús Helguera, *Salvar la Cosecha es tanto como ganar una batalla al enemigo*, Ministerio de Educación Pública, Dirección General de Bellas Artes, Asociación de Obreros Litógrafos, 3 colores, 100 x 70 cms. En Posters of the Spanish Civil War, Southworth Collection, Mandeville Special Collections Library, University of California San Diego.

²³ Javier Martínez Muñoz, *Biografía de Jesús Helguera*, México, 1944, texto mecanuscrito, archivo del CENIDIAP, Pintura de Calendario.

CIA. MANUFACTURERA DE CIGARROS
"EL AGUILA"
 S.A.



"La Espada de los Volcanes"



	FEBRERO • 1941 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28	MARZO • 1941 DOMINGO LUNES MARTES MIÉRCOLES JUEVES VIERNES SÁBADO ☉ BOHEMIOS <i>Dondequiera conquistan siempre!</i> 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	
	ABRIL • 1941 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30		
	Teléfono No. 231	ORIZABA, VER.	

Jesús Helguera, *La leyenda de los volcanes*.²⁴
 Arquetipo de la pintura de calendario

²⁴ Cronos y cromos, p. 16.

Ya para 1941 entró a trabajar casi exclusivamente para Litoleosa, pues la calidad de su pintura se manifestó de inmediato en las ventas del naciente medio publicitario. Colaboró con dicha litográfica hasta 1953, año en que la misma quebró. En este periodo Helguera produjo sus mejores y más conocidas obras: *Poco a poquito*, *La leyenda de los volcanes*, *Flor de Luna*, *El flechador del cielo*, *El caminante del Mayab*, *Cuauhtémoc*, *La tragedia de la fiesta*, *Despedida campestre*, *La fundación de Tenochtitlán*. Como ya se dijo, son estos también los años de su mayor independencia creativa. Helguera alcanzó gran éxito, con sus obras netamente nacionalistas, presentaba a sus personajes, la mayoría de ellos de la época prehispánica, a la manera heroica y llena de grandiosidad que seguramente usó en España para sus ilustraciones históricas. Sus cromos más que presentar meramente lo mexicano y cómo el antiguo mundo indígena era la etapa histórica más distintiva de nuestra identidad nacional, eran la apoteosis de ese pasado. Eran los años en que se buscaba definir qué era lo mexicano, aunque lo que este pintor presentó como propuesta no lo fuera, resultó aceptado como tal, por los cientos de miles de mexicanos que mostraron su aceptación en las grandes ventas alcanzadas por estos calendarios en su primera edición y sus innumerables reproducciones posteriores.

Quizá su atinada selección se debiera a que venía del extranjero y a su llegada le fuera más sencillo advertir qué había en el pasado de los mexicanos que en verdad los distinguía y que por tratarse de un glorioso pasado con el cual identificarse, halagara su vanidad y reforzara ese sentimiento de orgullo nacionalista. La obra de Helguera es sin duda de reconocida calidad, más no necesariamente mejor a la de otros pintores del almanaque; su mérito reside principalmente en los temas y la manera en que los presentó. Fue sin duda alguna el artista que sacó mejor provecho del medio y del momento histórico.

En 1954, tras la quiebra de Litoleosa, Galas de México contrató a Jesús Helguera. Con esta compañía realizaría la mayor parte de su obra, pues fueron casi 20 años de labor, preparando al año dos pinturas para calendarios especiales, a veces uno o dos para línea y algunas ilustraciones que no firmaba. Fue durante estos años que Helguera empezó a trabajar bajo las instrucciones de los publicistas; sus cuadros se volvieron más complejos, con más elementos, una composición más cuidada y orientada a complacer o agradar, la preparación de cada obra se llevaba de tres a cinco meses. Obras como: *El rebozo, Oración de la tarde, Despedida, Madre tierra, La bendición de los animales, El pescador, Soledad, El niño, El valiente, Río de las mariposas, Orquídeas para ti, Volveré, 10 de mayo*. El pintor también intentó ligarse de nuevo al medio académico al que perteneció en España y trató de conseguir una plaza como profesor en una escuela de Bellas Artes, misma que no pudo obtener. Helguera es descrito por las personas que lo conocieron, como una persona sumamente modesta, además un cuanto tanto melancólica, pues no lo complacía del todo su papel de ilustrador comercial después del éxito y reconocimiento que alcanzó en el mundo del arte académico español. Algunas revistas publicaron breves artículos sobre el pintor y su obra todavía antes de su muerte en 1971. Pero no fue sino hasta 1985 cuando algunas de sus obras se expusieron en el Palacio de las Bellas Artes de la ciudad de México, exhibición que generó controversia. En 1989 se publicó un modesto libro con información biográfica e ilustrado con algunos de sus cuadros.²⁵

Helguera es el único pintor de calendarios al que el mundo de la historia del arte ha dirigido unas cuantas miradas, pero independientemente de esto, su obra no ha dejado de estar vigente; sus pinturas se siguen publicando en

²⁵ Jesús Helguera, México, Galas de México, 1989, 64 p., ils.

calendarios que se venden con gran éxito hasta nuestros días, en México y en el extranjero. Además sus cuadros de tema prehispánico han sido constantemente reproducidos o evocados en el arte popular así como en otros medios: repujados en el respaldo de equipales, en burdas esculturas de pasta, impresos en las portadas de modernos grupos de rock nacional, en las ingenuas pinturas sobre terciopelo que se venden bastante a los turistas que cruzan la frontera para visitar nuestro país por unas cuantas horas, hasta en muchos de los murales hechos por mexicanos en sus barrios en Estados Unidos. Son cromos intemporales que ya se podrían considerar clásicos, como aquellos del ángel de la guarda que sigue y protege a un par de niños, el de perros jugando cartas o billar y el retrato del Che.

El almanaque artístico de pared fue un objeto cotidiano, característico y muy común en los hogares mexicanos de los años treinta y cuarenta del siglo pasado. Fue también un práctico y eficiente medio publicitario. Pero su importancia no se detiene ahí, trasciende hasta nuestros días por su papel en la conformación del nacionalismo posrevolucionario, en la selección de las imágenes y valores que los mexicanos identificarían como lo nacional, como su propia esencia.



Calendario anterior a la "época de oro" con la fotografía de la actriz Esperanza Iris.²⁶

²⁶ *La leyenda de los cromos*, p. 29.

CAPÍTULO III: LAS PINTURAS DE CALENDARIO

El arte y la pintura de calendario

Como ya fue establecido, ni la pintura de almanaque ni sus creadores fueron considerados o incluidos en el mundo de las bellas artes. Este género artístico ha sido apenas estudiado y buena parte de las pocas líneas que se le han dedicado ha sido precisamente para descalificarlo, mantenerlo al margen, y defender al arte tradicional de contaminaciones publicitarias.

En las décadas del auge del calendario, sus obras fueron consideradas por los artistas reconocidos y críticos como meros dibujos publicitarios, algunos muy bien logrados, pero sin concederle la categoría de arte. Décadas más tarde, ya cuando el almanaque empezaba a ser nostalgia y sus obras recordadas, la crítica mantuvo la defensa del verdadero arte ante cualquier intento de acercar o apenas considerar una conciliación. Las pocas exposiciones de obras del género han sido también fuertemente impugnadas, Sobre todo la exhibición de obras de Helguera en el Palacio de Bellas Artes en 1985. Se les acusó de cursis, de ser huecas y vacías, carentes de libertad creativa, de haber agradado a las clases populares que carecen de "gusto verdadero", o de haber rebajado la apreciación de esos sectores por su carácter complaciente

Ya en 1970 Francisco de la Maza en su ensayo "Notas sobre lo cursi"¹ ubicaba a la pintura de calendario dentro de esta categoría. Señala lo cursi como "lo exquisito fallido, el quiero y no puedo... esa falla de lo exquisito es la sinceridad."² También el deseo de agradar, la empalagosa dulzura y las tiernas

¹ Francisco de la Maza, "Notas sobre lo cursi" en *Anales del Instituto de Investigaciones Estéticas*, México, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Estéticas, 1970, vol. X, num. 39, pp. 35-50.

² *Ibid.* p 35.

expresiones son para De la Maza, lo que excluye a las obras de almanaque de los terrenos del Arte; comenta que, "...pintores, a veces excelentes en el oficio, que se dedican a esta clase exclusiva de pintura ignorada por los críticos de arte popular. Digo esto porque los críticos de arte en serio no pueden tomarlos en cuenta. ¿Pero son, incluso arte popular? Por su fin y destino, por su aceptación en el vulgo, por sus temas y otras razones, lo son, pero no en su técnica ni en su falta de sinceridad."³ Pero esa llamada falta de sinceridad es precisamente una de las principales y más importantes características de la pintura de calendario.

El calendario se elaboraba dentro de un mercado muy competido y su principal objetivo era agradar, primero a los dueños de estanquillos y luego a la clientela de los mismos, para poder vender miles o cientos de miles de ejemplares. Las ventas de cierto tema o tipo de obra, indicaban a los pintores y dueños de litográficas la aceptación o rechazo del público y era esta información una guía para futuras obras.

Más allá del aspecto económico de las ventas, estas pinturas no sólo tuvieron como tema principal lo nacional, sino que se crearon dentro de una etapa de resignificación nacionalista, su subjetividad no es gratuita, sino históricamente determinada. En los años treinta y cuarenta se estaba definiendo el estereotipo del mexicano, se seleccionaban o creaban los elementos de esa imagen. La pintura de calendario era necesariamente carente de sinceridad, pues su objetivo era netamente el agradar, para vender primero y también para proponer una serie de elementos halagüeños que ayudaran a definir una imagen en la cual el mexicano quería reconocerse, despertar en él

³ *Ibid.* p. 43.

ese *sentimiento* de orgullo, que bien podía ser independiente de la realidad que deseaba representar.

La principal recriminación de los críticos de arte hacia la pintura de almanaque es su falta de creatividad, de presentar escenarios complacientes, perfectos, por lo que no se le puede considerar como arte. Así Antonio Rodríguez dice sobre estas obras "le falta ese algo indefinible al que podemos llamar invención, libertad creativa, espiritualidad y ese 'misterio' que obliga a pensar y a sentir para llegar a su esencia"⁴. Por su parte Armando Torres Michúa⁵ adujo falta de contenidos verdaderos y de ser hueca cursilería. Este tipo de comentarios fueron hechos al no advertir el verdadero carácter de las pinturas de calendarios dentro de la conformación de la imagen nacionalista, por pensar que el nacionalismo se define con la selección de elementos de una realidad y no por convenientes y complacientes características al margen de una realidad y que apelan a los sentimientos más que a lo racional. Las pinturas de calendario, arte o no, son importantes producciones culturales de su tiempo, aquellas más reproducidas o famosas, nos hablan de las características o valores con los que los mexicanos deseaban identificarse y adoptaron como su esencia. El género tuvo fuerte impacto tanto en los años de su creación, como a la fecha, hay sin duda algo original o diferente en estas obras que las distinguieron de muchos otros dibujos publicitarios o artísticos; sus creadores pudieron descubrir y conjuntar aquellos elementos, mensajes o signos que muchos otros buscaron y no encontraron. Sus grandes ventas son más que un éxito comercial, la confirmación de que aquello que se propuso fue aceptado por las grandes masas del país.

⁴Antonio Rodríguez, "¿Calendarios de Helguera en Bellas Artes?" en *Excelsior*, 30 de noviembre de 1985, P. 4.

⁵ Armando Torres Michúa,, "La hueca cursilería entra a Bellas Artes" en *El Día*, 16 de diciembre de 1985, Cultura, p. 10.

Otro de los comentarios que comúnmente apuntan los críticos de las obras de almanaque es que gustan exclusivamente a las clases populares. Ya se citó a De la Maza hablando de "su aceptación en el vulgo" o en el mismo texto acusa que calendarios de desnudos se encuentran en "recámaras de soltero de clase baja". Elia Espinosa, otra investigadora del arte que se ha ocupado del calendario identifica al "bolero o el vendedor de billetes de lotería"⁶ como personas a las que gustaban estos cromos. El crítico Antonio Rodríguez también relaciona la aceptación del calendario con el nivel económico cuando escribe "El calendario trata de agradar a quien no pueda comprender un arte de vanguardia o está incapacitado económicamente, para adquirir una obra de arte de muy cotizados artistas".⁷

Estas pinturas no gustaron exclusivamente al sector de la población que carece de recursos económicos o educación, ya que compañías como International Harvester, Good Year-Oxxo, Euzkadi, Nacional de Seguros, Chevrolet, cuyos clientes no pueden ser considerados de las clases populares, fueron asiduos patrocinadores de almanaques, por lo que podemos pensar que este medio publicitario tenía proyección también en clases sociales de mayor poder adquisitivo. Aun cuando el calendario de pared quizá no fuera visto en las mansiones de las clases acaudaladas, no fueron pocos los dueños de importantes empresas que decidieron hacer publicidad con almanaques y pagar varios miles de pesos más por poder conservar las pinturas originales y exhibirlas en sus hogares u oficinas. Este medio publicitario se permeó a toda clase social, a las masas, tuvo un alcance y aceptación significativos.

⁶ Elia Espinosa, "Lo cursi y los elementos que lo transforman en la pintura de Jesús Helguera", en *Historia, leyendas y mitos de México* (XI Coloquio Internacional de Historia del Arte), México, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Estéticas, 1988, pp. 345-364, ils. (Estudios de Arte y Estética, 30).

⁷ Antonio Rodríguez, *op. cit.*

No obstante que su principal público fueron las clases medias y bajas, la clasificación de popular no le va del todo bien, pues la obra original no es creada dentro del mismo sector. Podríamos quizá definirlo mejor, como propone Hauser, quien dice que en la sociedad moderna ya no hay arte popular sino arte de masas, que por un lado crea obras uniformes en masa, producidas mecánicamente y por otro ofrece pasatiempo artístico uniforme a un público muy numeroso,⁸ El arte de masas, donde la masa lo es todo, sin distinción de clases sociales, la mayoría. El cine es otro ejemplo del arte de masas, una sola actuación, repetida miles de veces ante un público de millones.

Es quizá dicha característica del cromó de almanaque la que más lo limita o aleja del arte, su reproducción en miles y miles de ejemplares. Esta descalificación está entonces relacionada con lo que algunos llaman el arte burgués, surgido dentro del capitalismo y donde éste es uno de sus aparatos ideológicos de dominio y apoyo.⁹ Este llamado arte burgués, hace la distinción entre arte erudito y arte popular, propone la idea del *creador, el artista*, como aquel que en un momento de inspiración produce la obra única, compleja, propositiva, irrepetible, y por ende de gran valor. Así aquel que hace arte popular, o en este caso de masas, no es un creador sino un artesano que nada propone o transmite, sino apenas produce ornamentos en gran número.

La delimitación de lo artístico y lo no artístico es algo completamente subjetivo, intervienen en esta calificación la intención del productor, la percepción del espectador, los convencionalismos sociales, la crítica, el

⁸ Arnold Hauser, *Teorías del arte, tendencias y métodos de la crítica moderna*, 5 ed. Traducida del alemán por Felipe González Vicens, Barcelona, Guadarrama, 1982, p. 331.

⁹ Pedroza, Mario, "Arte culto y arte popular", en *La dicotomía entre arte culto y arte popular, Coloquio Internacional de Zacatecas*, México, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Estéticas, 1979, p. 89-104 (Estudios de Arte y Estética, 14).

mercado, el momento histórico. Esta frontera más que algo fijo y absoluto es lo que podríamos considerar un fenómeno sociológico. Las obras que decoraron almanaques son una manifestación cultural característica de la sociedad moderna, podría ser el arte de masas, sus características las colocan al lado de manifestaciones artísticas como la música grabada, o el cine. Las grandes masas no sólo conocieron los cromos, sino que también los aceptaron y demandaron con tal fuerza, que antes como ahora el fenómeno del calendario ha llamado la atención de muchos. Aunque fuera obras de alta o baja calidad artística, no se puede ignorar su efecto social en cantidad. Ya lo reconoce Monsiváis al declarar "por décadas y antes del poster, el calendario fue el arte posible en los sitios populares... Ni modo, ojalá a nuestro pasado cultural le hubiera ido mejor, pero así fueron las cosas y tal fue el aprendizaje."¹⁰ No olvidemos también que estas pinturas como cualquier obra artística son portadoras de ideología, una visión del mundo o su propuesta, y por lo tanto involucran valores sociales, religiosos, económicos, morales y de género; como consecuencia diferentes grupos o intereses las aceptan y las hacen suyas o las rechazan y las descalifican con algunos de los argumentos que aquí hemos expuesto.

Los temas de la pintura de calendario

La principal característica de los cromos que decoraron los almanaques durante su época de auge es definitivamente su tema nacionalista, con excepción de algunas pocas obras que se ocupan de temas extranjeros o

¹⁰ Carlos Monsiváis, "Las utopías a domicilio, tiempo de calendarios". en *Reforma*, 16 de enero de 1994. El Ángel, p. 16.

universales. México y lo mexicano está en estas obras a través de diferentes aproximaciones. Aunque en algunas de las distintas temáticas de los cromos la intención no es netamente el nacionalismo, aun así los elementos que ahí se nos presentan son sin duda fácilmente identificables con lo mexicano. Hemos distinguido ocho diferentes temas dentro de este género, la división no es absoluta pues algunas obras combinan elementos de más de uno, ellos son variados, pero todos nos hablan de las características o aspiraciones de algunos sectores de la sociedad mexicana de aquellos años.

Uno de estos temas es el romántico, entendiendo este término al igual que cuando se habla de música romántica, relativo a las idílicas y apasionadas relaciones entre un hombre y una mujer, no aquello que la Historia del Arte identifica con tal término. Son innumerables las parejas que se pintaron en los más variados entornos, tiempos y circunstancias. La obra arquetípica y más conocida de la pinturas de calendario, *La leyenda de los volcanes* estaría dentro de este temática, así como *El flechador del cielo*, *Amor indio*, *Gesto azteca*, *La Malinche*, *Despedida campestre*, *Esperanza campesina*, *Poco a poquito*, *Las mañanitas*, *El pescador*, *El insurgente*, *El premio a la victoria*, *Gaviota e Idilio gitano*, todas de Helguera; *Naufragio y Tempestades*, de Sadurní; *Fiesta jarocho*, *La mujer y el pescador y despedida campestre al atardecer*, obras de Cataño. Como se puede apreciar por los títulos, las parejas pueden ser desde el guerrero que vela a su blanca compañera recién muerta, Hernán Cortés y la Malinche, un soldado insurgente que se despide con un beso antes de ir a la batalla, el charro que lleva música al balcón de su amada, un par de náufragos en una isla desierta o el pirata de arracada y espada al cinto que lleva en brazos una bella joven. Estas obras cubren también los muy variados sentimientos que se pueden desarrollar en una relación o encuentro entre una

pareja: el descubrimiento, la seducción, la felicidad, la separación, el dolor, la fidelidad, la virilidad.

Otro tema muy común es el de las hermosas mujeres, éstas también se presentan en las más variadas caracterizaciones. Obras como *Belleza criolla*, *Conchita*, *Flor de tabaco*, *La reina Xochitl*, *Yalalteca*, *Doña Sol*, *Maja* y *La princesa Flor de Luna*, de Helguera; *Rielera*, *Soldadera* y *Belleza Jarocha*, de Sadurní; *Amapolas mexicanas*, *Mujer con frutero* y *Fiesta Brava*, de Cataño; *A la fiesta de mi pueblo*, *Tehuana* y *Yalaltecas*, de Antonio Gómez R. Otra característica importante de estas mujeres además de sus preciosos rostros es la de sus voluptuosos cuerpos, de generosas proporciones, muy de acuerdo con el ideal de belleza femenina en esos años, mismos que se nos muestran tras ceñidos vestidos, pronunciados escotes, o faldas de caprichosos pliegues. Los desnudos no son comunes pero se llegan a encontrar algunos.

Como ya se mencionó con anterioridad, todas estas bellezas paradójicamente son de características físicas de la raza caucásica, por su color de piel, compleción, rasgos físicos, cuando pretendan representar a la Malinche o a una indígena de Oaxaca. La pintura de calendario en su complacencia no escapa al racismo heredado en México de los tiempos coloniales, en donde socialmente entre mayor fuera la proporción de rasgos raciales blancos, sobre aquellos de negros o indígenas, mejor la aceptación social. Este tema es el equivalente mexicano del pin-up norteamericano, que si bien alcanzó gran éxito con fotografías de artistas famosas, tuvo su origen en dibujos de mujeres de ideal belleza y audaz coquetería.



Jesús Helguera, *Despedida campestre*.¹¹

¹¹ Óleo sobre tela, colección Lito-Offset Latina.



Eduardo Cataño, *Vendedora de fruta*.¹²

Algunas otras pinturas de calendario se ocupan de temas religiosos, pero son relativamente pocas considerando la religiosidad del pueblo de México. *Ofrenda a la Virgen Morena, Bajo tu protección seguiremos trabajando, La*

¹² Pastel sobre papel, colección Lito-Offset Latina.

Virgen de Guadalupe, Santiago apóstol, San Felipe de Jesús, El cardenal Garibi rinde homenaje a Paulo VI y Torso de Cristo, todos ellos de Helguera. Su escaso número podría explicarse por una necesidad ya satisfecha con estampas religiosas sin calendario o pequeñas esculturas de personajes religiosos que la gente adquiría de lugares más propios, fuera de los templos o en tiendas especializadas o la ya explicada distancia entre la religión y la construcción nacionalista estatal. Es claro que buena parte de estas obras están relacionadas con la Virgen de Guadalupe, imagen de gran importancia religiosa y nacionalista.

Otra temática de los cromos de almanaque es la humorística, la que fue más común hacia los años que disminuía la importancia del medio publicitario. Sus obras, muchas de ellas sin título, presentaban a personajes casi caricaturescos en situaciones que buscaban provocar una sonrisa en el espectador. En estas pinturas comúnmente se incluían los productos a los cuales hacía publicidad el calendario. Luis Améndolla es el pintor que mejor se desempeñó dentro de este tema.

Lo hispano y lo taurino estuvo también presente en los cromos de calendario, podemos suponer que algunos de estas obras, además de la pasión por la fiesta brava en el México de esos años, se hicieron por voluntad de españoles dueños de compañías patrocinadoras. También recordemos que al finalizar los años treinta hubo en México cierta simpatía hacia lo español a raíz de la Guerra Civil en la península y la llegada de un gran número de refugiados. *Plus ultra... más allá, Doña Sol, La tragedia de la fiesta, La muerte de Manolete, Idilio Gitano, Caballeros andantes, El Cid, Santiago Apóstol, Andaluza y La maja de la Giralda*, todas ellas producto del muy hispano pincel de Jesús Helguera.



Jesús Helguera, *Idilio gitano*.¹³

¹³ Oleo sobre tela, colección Lito Offset Latina.



Jésus Helguera, *Oh Patria mía*.¹⁴

Otro tema encontrado en los almanques es el histórico, sin duda el más importante en la construcción y promoción nacionalista. Algunos de estos cuadros presentan a personajes de la historia de México como *Fray Bartolomé de las Casas*, *Hernán Cortés*, *Miguel Hidalgo* y *Juan Escutia*, todos éstos de

¹⁴ *La leyenda de los cromos*, p. 165.

Helguera, o *Los niños héroes*, de Cataño. También se pintaron elaboradas alegorías de la patria y sus símbolos en cuadros como: *La Patria*, *El niño es la mejor promesa de la Patria*, *Progreso*, *Oh Patria mía* y *Unidad*, *previsión*, *trabajo*, *harán la grandeza de México*, también de Helguera. Estas últimas obras no sólo presentan poéticamente al país, sino que lo asocian con la idea de progreso, de avance; México, nación de viejas y profundas raíces, que avanza hacia el futuro, la industrialización y la modernidad con arduo trabajo, hecho lo mismo en el campo que en las ciudades.



Jesús Helguera, *Don Miguel Hidalgo*.¹⁵

¹⁵ *La leyenda de los cromos*. P. 169.

Las historias y leyendas prehispánicas o de la conquista son un tema que podría estar incluido en el anterior, pero debido a su gran éxito y difusión, merece ser considerado aparte. Buena parte de los cromos más recordados y reproducidos pertenecen a este grupo. El gran éxito alcanzado por *La leyenda de los volcanes* publicado en 1941, sin duda dio la pauta para que se recurriera al tema muy a menudo. Así le siguieron obras como: *La mujer dormida*, *La fundación de Tenochtitlán*, *La princesa Flor de Luna*, *La reina Xóchitl*, *El flechador del sol*, *El caminante del Mayab*, *Amor indio*, *Grandeza azteca*, *Netzahualcóyotl*, *Cuauhtémoc*, *Caballero águila*, *Gesto azteca y la Malinche*, de Helguera; *La muerte del caballero águila* y *Cortés frente a Tenochtitlán* de Sadurní; *La conquista de Tenochtitlán*, de Cataño y *La fundación de Tenochtitlán* de Antonio Gómez R. Varias de estas obras trataron temas legendarios, como el de los volcanes o el del flechador, incluso se acompañaban las imágenes de un breve texto en donde se sintetizaba la leyenda, fue como un esfuerzo para rescatar la mitología indígena.

Algunas otras fueron sobre episodios de la historia indígena, ambas alcanzaron gran éxito, mismo que se mantiene hasta nuestros días. Este tipo de obras son sin duda las más conocidas y difundidas, las pinturas no sólo se siguen publicando en calendarios en el país y en Estados Unidos, sino que sus imágenes o figuras se reproducen en todo tipo de objetos, esculturas de pasta, pinturas sobre terciopelo, decoración en objetos de cuero, portadas de libros, obras murales de barrios mexicanos en California o Texas y muchos otros objetos que pretenden ser muy nacionalistas o exaltar el pasado indígena. Dentro del nacionalismo patrio estas imágenes del mundo prehispánico tienen gran aceptación, pues rescatan sin duda alguna, como no lo pudo hacer el cine, la música popular, ni otros medios, ese glorioso pasado. La única etapa de la

historia de México donde es posible presentar ideas o sentimientos de grandiosidad, esplendor, poderío, dominio.



Jesús Helguera, *Cuauhtemoc*.¹⁶
Grandeza indígena a su máximo

¹⁶ *La leyenda de los cromos*, p. 167.

Por último tenemos el tema de las escenas costumbristas, aquel que podríamos considerar el más prolífico. Obras como: *Poco a poquito*, *Rayando*, *Despedida campestre*, *La Adelita*, *El rebozo*, *El bautizo*, *10 de mayo*, *Tianguis*, *Oración de la tarde*, *Despedida*, *Madre tierra*, *La bendición de los animales*, *Talador*, *El niño*, *El valiente*, *Río de las mariposas*, *Orquídeas para ti*, *Las mañanitas y Yalalteca*, de Helguera; *Belleza jarocha*, *Boda Charra*, *Saliendo del rosario*, *Domingo en la plaza*, *Carnaval de Veracruz* y *Voladores de Papantla*, de Sadurní; *Vendedora de fruta*, *Fiesta jarocha*, *Noche mexicana*, *¡Arriba Jalisco!*, *Las mañanitas*, *12 de diciembre* y *La feria de San Marcos*, de Cataño; *Fiesta en Xochimilco*, *Dicha hogareña*, *A la fiesta de mi pueblo*, *Tehuana*, *El mole y Yalaltecas*, de Antonio Gómez R. Al seguir la presentación de las fiestas, ropa, alimento, actividades, creencias del mexicano en estas obras de calendario es posible advertir cómo en la década de los años treinta se presentaban como lo mexicano escenas del muy variado mosaico regional: Veracruz, Oaxaca, Chiapas, Michoacán, y cómo durante los años cuarenta lo nacional se fue identificando cada vez más con aquello de Jalisco y lo relativo a charros, también se aprecia la definición o creación del estereotipo de los trajes típicos.

Como ya se declaró antes, el rasgo más característico de la pintura de calendario es su nacionalismo. En casi todos los temas mencionados, de mayor o menor manera lo mexicano está presente. En aquellas obras de finales de los años treinta y todos los cuarenta, esa imagen de lo nacional se encuentra en un proceso de elaboración. Seguramente éste tan difundido medio publicitario participó de forma significativa en esta definición nacionalista, junto con el cine, la educación pública, la música popular, las historietas y la radio.



Jesús Helguera, *Tierra fecunda* (1958).¹⁷
El campo, idílico origen.

¹⁷ *La leyenda de los cromos*, p. 93.

CIA CERILLERA *La Central* S.A.

ENERO							FEBRERO 1958							MARZO						
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
○	<	☉	1	2	3	4	—	—	○	<	☉	>	1	—	—	○	<	☉	>	1
5	6	7	8	9	10	11	2	3	4	5	6	7	8	2	3	4	5	6	7	8
12	13	14	15	16	17	18	9	10	11	12	13	14	15	9	10	11	12	13	14	15
19	20	21	22	23	24	25	16	17	18	19	20	21	22	16	17	18	19	20	21	22
26	27	28	29	30	31	—	23	24	25	26	27	28	—	23	24	25	26	27	28	29

Eduardo Cataño, *Los Niños Héroes* (1958).¹⁸
El glorioso pasado.

¹⁸ *La leyenda de los cromos*, p.23.

CAPITULO IV: EL NACIONALISMO POSREVOLUCIONARIO

El nacionalismo heterogéneo.

Como ya indicamos en el capítulo inicial, los gobiernos posrevolucionarios buscaron legitimar su poder argumentando representar a las clases desposeídas que habían hecho posible la Revolución; promovieron al pueblo como el elemento central del nuevo proyecto nacional y buscaron entre el muy variado catálogo de lo popular aquello que mejor lo representara, pero el proceso no fue fácil ni rápido, las construcciones nacionalistas pueden tardar años cuando se hacen a propósito o a través de un programa estructurado, más todavía si son el producto de las aportaciones de diferentes sectores. La propuesta es tan sólo la primera parte del proceso, pues posteriormente también se necesita de más tiempo para que el público la acepte o identifique. Así, la búsqueda de esa esencia nacional continuó con los años veinte y su consolidación se alcanzó en más de dos décadas.

Podemos identificar dos momentos o etapas del desarrollo del nacionalismo posrevolucionario popular o no oficial: La primera en donde se apela constantemente a este sentimiento, como el elemento necesario para mantener la unidad y reiniciar el progreso, pero sin una mayor definición de sus elementos, la acotaríamos temporalmente entre 1920 y la primera mitad de los años treinta. La segunda donde de una manera desorganizada, por las constantes aportaciones de diversos sectores, ese estereotipo nacionalista se va creando para representar al todo ante la sociedad de masas y el extranjero, esto se logra a través de las políticas del Estado en la educación oficial y las aportaciones a veces involuntarias del cine, la literatura, la

música, las historietas, la radio, los calendarios de pared y otros medios. Esta etapa se dio en la segunda mitad de los años treinta y la década de los cuarenta.

Se puede considerar la presidencia de Álvaro Obregón como el periodo donde los gobiernos revolucionarios inician el largo proceso de definición del nuevo nacionalismo. El establecimiento de la Secretaría de Educación (1921) fue importante para tal esfuerzo, ahí José Vasconcelos pensó en promover y desarrollar ese nuevo nacionalismo popular y mostrarlo al pueblo en los muros de los edificios públicos, las aulas y en los libros. Tal fue su petición hacia los pintores a los cuales entregó las paredes del Antiguo Colegio de San Ildefonso. También, Vasconcelos, al igual que Altamirano el siglo anterior, creía que las letras deberían ponerse al servicio de la causa nacionalista, imponer la "genuina nacionalidad"¹ que ayudara a la unión espiritual del pueblo mexicano. Además se pensaba que tal identidad debería ser promovida o forzada por el Estado. Pero como ya se dijo, esta labor es más fácil enunciarla que lograrla. En los años veinte todavía no se contaba con los medios para hacer llegar esta propuesta al grueso de la población. La idea de hacer arte en sitios públicos o publicar libros económicos para que desde ahí alcanzara a las masas fue apenas una buena intención, sin resultados por mucho comparables a los que lograrían la radio o el cine apenas unos años después. Además, pocos gobiernos posteriores definieron de forma coherente o continua los lineamientos del nuevo nacionalismo: podría ser netamente popular o apelar a valores o elementos universales, privilegiar al legado indígena o hispano, reconocer el carácter católico de nuestra cultura o

¹ Sheridan, *op. cit.*, p. 33-34.

establecerlo como laico, identificarlo con lo rural o lo urbano y se debía también asociar a ciertas prendas, costumbres, música, alimentación, valores, actitudes y habilidades.

En las pinturas hechas en los muros de la antigua Preparatoria Nacional, origen de tan importante movimiento artístico, los temas son más universales que populares, no aparece en ellos todavía el pasado indígena, que posteriormente sería uno de los elementos característicos del muralismo mexicano.² Los primeros elogios a esta vanguardia artística fueron más en el sentido de por fin haber desarrollado una escuela propia o nacional, que por tener o presentar una imagen acotada o definida de la nación. Los indígenas eran por esos años casi una quinta parte de la población y ante los ojos de muchos extranjeros ellos eran un elemento que distinguía a nuestro país. Aun así, no se pensó en ese entonces incorporarlos al nuevo nacionalismo. Se mantuvo el estereotipo del indio creado en el Porfiriato, de vestimenta característica, andar muy particular, sumisa actitud, abúlico, tradicionalista y en extrema pobreza. Así se le representaba en el cine, en el teatro de revista y en las historietas. En 1921 el diario *El Universal* organizó el concurso "La india bonita", no fue éste un esfuerzo por rescatar o promover la aceptación del elemento indígena, sino tan sólo una frívola diversión, pues no se habló de la india más bonita, sino de la india bonita. Además, María Bibiana Uribe, la ganadora, de 16 años de edad y originaria de San Andrés

² Las obras de temas universales son las más: *La creación*, de Rivera; *Los elementos*, *Los mitos*; de Siqueiros, *La maternidad*, *La huelga*, *Los aristócratas*, *La libertad*, *La juventud*, de Orozco, por mencionar algunas. Es cierto que también hubo temas mexicanos, pero más históricos que culturales: *La fiesta del Señor de Chalma*, de Fernando Leal; *Masacre en el Templo Mayor*, de Jean Charlot; *El desembarco de los españoles y la cruz plantada en nuevas tierras*, de Ramón Alva de la Canal.

Tenango, Puebla, fue presentada en varios eventos, más como una curiosidad que como la portadora del orgullo de una raza.³

En 1921 se celebraron también las fiestas del centenario de la consumación de la independencia donde se hizo patente la voluntad de establecer un nuevo nacionalismo, se habló de hacer de ese año el del renacimiento mexicano, pero se le apreciaba todavía sin rumbo, incoherente. Al calor de los festejos se propuso reivindicar la figura de Iturbide y revalorar la obra civilizadora de los conquistadores españoles,⁴ pero tales ideas no tuvieron mayor vigencia que unos cuantos días. El consumidor de la independencia no pudo finalmente tomar el lugar de emancipador del país que se les asignó a Hidalgo y a Morelos desde el siglo XIX y como el gobierno iniciaría una campaña de control de la Iglesia y cultura laica, resultó entonces incómodo reconocer el importante papel de los religiosos novohispanos en el desarrollo de la cultura nacional.

Bajo el control y dirección del gobierno federal, la educación trató de desarrollar durante este periodo ese nacionalismo tan necesario para no sólo alcanzar la unidad nacional, sino para legitimar el poder; aunque los esfuerzos encaminados a esto fueron siempre esporádicos y más enunciados que realmente efectivos. Fue algunos años más tarde que se dieron mayores esfuerzos nacionalistas por parte del Estado, entre 1931 y 1935, cuando, a raíz de los efectos de la crisis económica mundial iniciada en Estados Unidos en 1929, se trató de estimular la producción y el comercio en nuestro país con la llamada "Campaña Nacionalista". Si se revisan los periódicos de la

³ Aurelio de los Reyes, *Cine y sociedad en México, 1886-1930, Bajo el cielo de México*, V. II, México, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Estéticas, 1993, p. 119-120.

⁴ *Ibid.*, p. 111.

época, es posible ver que la mayor parte de la publicidad en ellos es de productos como: Corn Flakes de Kellogg's, Parches Allcock, Quaker Oats, autos Dogdge Brothers, crema Hinds, sombreros Stetson, rifles Winchester, The Anglo-Southamerican Bank, camisas Arrow, radiolas RCA y cigarros Lucky Strike y Chesterfield. El escasamente promovido nacionalismo competía sin duda contra toda esta publicidad que además de ventas propiciaba la creencia de que lo extranjero era mejor. Los gobiernos de Pascual Ortiz Rubio y Abelardo Rodríguez mantuvieron un comité general para promover el aprecio por lo mexicano, además de que también se establecieron altos aranceles para los artículos de importación. Otra labor del comité fue la de organizar fiestas y celebraciones nacionalistas, donde se reforzara el fervor patrio y al mismo tiempo la gente tuviera algo de entretenimiento durante la difícil situación económica que se enfrentaba en todo el país.⁵

Si bien es cierto que durante los años veinte e inicios de los treinta lo popular fue un tema cada vez más recurrente, éste era todavía muy extenso e indefinido. El nacionalismo difícilmente podía cumplir una labor unificadora cuando aquello que se promovía era tan variado: indumentaria, música, costumbres, comida, fiestas, vivienda eran diferentes en la costa veracruzana, la Mixteca, el Istmo, la península de Yucatán, el Bajío, el altiplano central y la región norteaña. Todas ellas y a la vez ninguna eran ese México tan promovido.

⁵ Ricardo Pérez Monfort, "Nacionalismo y estereotipos 1920-1940", *El Nacional*, dominical, 11 de noviembre de 1990. p. 4-9.

El cine, llegado a México durante el Porfiriato, empezaba en esos años a extenderse por todo el país y con ello aparecía el primer gran instrumento para la conformación de la sociedad de masas. La Revolución y el campo mexicano se convirtieron en temas recurrentes de la producción cinematográfica nacional con películas como: *El caporal* (1921), *La boda de Rosario* (1929), *El águila y el nopal* (1929), *Revolución* (1932), *Enemigos* (1933), *El compadre Mendoza* (1933), *Rebelión* (1934), *Janitzio* (1934), *El rayo de Sinaloa* (1934).⁶ En estas producciones se retrataban la vida y costumbres del México rural, además cuando las películas tuvieron sonido, a principio de los años treinta, éstas pudieron agregar el atractivo de la música campirana a las historias. Lo mismo sucedió en el teatro frívolo o de revista, diversión popular de la Ciudad de México y por lo tanto de menor alcance, y aunque éste principalmente parodiaba situaciones políticas, también se ocupó de la música y baile regionales en obras como: *La india bonita* (1922), *Cielito lindo* (1922), *Del rancho a la capital* (1923), *El país de la ilusión* (1923), *Mexican rataplán* (1925), *México lindo* (1925), *Ésta es mi tierra* (1925), *Charros, no fifís* (1925).⁷

La música popular era también un abanico de diferentes estilos; el público identificaba varios tipos de música regional: los corridos, huapangos y sones jarochos, jaranas de Yucatán, música con acordeón del norte del país, sones, jarabes, valonas, y pirecuas del Altiplano, Bajío y Michoacán. Es también la época donde la música romántica se populariza con autores como Ricardo Palmerín, Guty Cárdenas, Pepe Domínguez y Agustín Lara. Ninguno

⁶ Emilio García Riera, *Historia documental del cine mexicano, 1929-1937*, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1993, V. I., 318 p. ils.

⁷ Yolanda Moreno Rivas, *Historia de la música popular mexicana*, México, Patria, Alianza Editorial Mexicana, 1979, 280 p. (Los Noventa, 2).

de estos estilos sobresalía o se imponía a los demás, si acaso durante el periodo todos empezaron paulatinamente a ser más conocidos a raíz del avance tecnológico.

La radio inició transmisiones en México desde comienzos de los años veinte, pero fue entre 1929 y 1930 que aparecieron en el país más estaciones de como la XEB (D.F.), XEJ (Ciudad Juárez) XET (Monterrey), XES (Tampico), XEV (Veracruz) y las importantes XFX y XEW de alcance nacional.⁸ Este medio no se consolidó en esas mismas fechas pues tuvieron que pasar algunos años antes que la mayoría de la población pudiera contar con energía eléctrica y adquirir los aparatos necesarios para su recepción.

De 1929 a 1934 el gobierno federal, a través de la Secretaría de Educación Pública, operó la radiodifusora, XFX. El principal objetivo de esta estación era transmitir educación y sano esparcimiento. El gobierno pudo instalar aparatos receptores en algunas escuelas y aceptó hacer propaganda comercial tan sólo a cambio de la donación de más aparatos para las crecientes solicitudes de receptores en todo el país. Su programación incluía clases de gimnasia, pláticas educativas sobre diversos temas, transmisión de actos públicos, cursos de manualidades, música típica, conferencias médicas y muchos otros asuntos culturales.⁹ Esta estación participó activamente en la ya mencionada campaña nacionalista, pues además de tratar de fomentar el uso y aceptación de todo lo hecho en el país, transmitió por varios años, "La media hora nacionalista". En un oficio que dirigió en 1931 el Director de la XFX, Dr. Alejandro Cerisola, al subsecretario de Comunicaciones y Obras

⁸ Luis González, *Los artífices del Cardenismo*, p. 87.

⁹ El Archivo Histórico de la Secretaría de Educación Pública contiene toda la documentación generada por la operación de esta estación: programación, correspondencia, documentos administrativos y hasta los textos de algunas transmisiones culturales.

Públicas, se declara "tengo la satisfacción de avisar a usted que en nuestra estación XFX se da siempre preferencia a los asuntos científicos, musicales, literarios, etc. de autores nacionales, habiendo semanariamente por lo menos dos transmisiones de propaganda artística nacional". Es esta la respuesta a una solicitud hecha por la mencionada Secretaría a todas las estaciones de radio para que propagara música nacional.¹⁰ Tal pareciera que lo nacionalista era para las autoridades meramente lo mexicano, cualquier tipo de música, información o tema transmitido, siempre y cuando fuera del país. El programa de un concierto transmitido en la XFX en 1932 contiene las siguientes melodías: *La Cuera*, *Huapango*, *Ojos Gitanos* (Esparza Oteo), *Devuélveme mis ojos* (María Greever), *El soldado* (Guty Cárdenas), *Rosa marchita* (Tata Nacho), *Rinconcito lejano* (Esparza Oteo), *La puerca* (Guty Cárdenas), *Talismán* (Agustín Lara), *Adiós Mariquita linda* (M. Juárez), *Tus pupilas* (Agustín Lara), *Joleana* (Tata Nacho).¹¹ Al transmitir música de autores del país y del género popular la radiodifusora cumplía con su labor nacionalista.

Tanto el cine como la radio tuvieron un papel fundamental en esos años, no tanto por el indefinido nacionalismo que transmitían, sino porque entre ambos medios iniciaron la creación de la sociedad de masas, que años más tarde, una vez que alcanzaron a una mayor parte de los mexicanos, fue posible perseguir la unificación de forma más efectiva. El Estado advirtió primero el gran alcance de la radio y el 25 de julio de 1937 se emitió por primera vez *La hora nacional*, transmitida en cadena nacional y que se convertiría en el programa más famoso en Latinoamérica.¹² Es también en la

¹⁰ Archivo histórico de la SEP, Dirección de extensión educativa, caja 9476, exp. 2.

¹¹ *Ibid.*, caja 9473.

¹² Miller, *op. cit.*, p. 65.

década de los años treinta cuando el almanaque de pared fue dejando los temas e ilustraciones importados por la producción pictórica local, que como ya se estableció, tuvo temas básicamente nacionalistas. Los calendarios de esos años de indefinición eran modestas ilustraciones de temas que buscaban ese elemento que todos reconocieran como lo mexicano, representaban escenas que por sus características se identificaran como mexicanas pero sin alcanzar mayor fuerza o éxito.

Podemos ver dos ejemplos de calendarios de esa época, el primero de ellos es un dibujo multicolor bastante sencillo que presenta algunos objetos con características que se podrían asociar con el arte popular; tres piezas cerámicas con elementos decorativos geométricos de reminiscencias prehispánicas y una cortina con un bordado parecido al de algunos grupos indígenas. El patrocinador era la cigarrera El Buen Tono de la cual se incluyen en el cromo dos cajetillas de cigarrillos Soberbios y Caprichos. Las marcas de estos cigarros no tenían nada de extranjero, ni pretendían asociarse con algún elemento no nacional, es por eso que la imagen del calendario es acorde y tiene elementos que pretenden ser folklore nacional, incluso el nombre de Caprichos está escrito con letras de características que pretenden ser prehispánicas.



Calendario 1935¹³
Tímida representación de la artesanía nacional.

¹³ Cronos y cromos, p. 28

Gabriel Marcón
1887 - 1900

DISTRIBUIDOR EN PUEBLA
 DEL
CUERVO ESPECIAL AÑEJO
JOSE CUERVO, SUORA.
 TEQUILA JALI/CO. MEXICO, D.F. NONOALCO 383. GUADALAJARA APARTADO 361.

1937		ENERO						1937	
DOM	LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	
10	11	12	13	14	15	16	17	18	
19	20	21	22	23	24	25	26	27	
28	29	30	31						

Jaime Sadurní, sin título.¹⁴

¹⁴ Cronos y Cromos, p. 35.

El otro calendario nos presenta una conversación de cazadores, cuyas vestimentas podrían situar la escena en cualquier punto de mundo, sus ropas, sombreros, botas son más europeos que nacionales. Lo que identifica el cuadro como mexicano, es el mobiliario, un calendario de pared con la figura del charro y china poblana y el hecho de que el grupo bebe tequila de la casa patrocinadora, Cuervo. Lo nacionalista está pues ya presente en el cromo de calendario, pero todavía, vagamente, sin mayor fuerza o definición.

La importancia de estas pinturas de almanaque radica más que en su mensaje de incipiente o indefinido nacionalismo, en el hecho que ellas empezaron a alcanzar a todo tipo de público, gracias al creciente éxito de este medio publicitario, que iniciaba su llamada época de oro.

Estos tres medios pudieron llegar no sólo a un mayor número de personas, sino también a todos aquellos que eran analfabetas, por tratarse de sonidos o imágenes. En esos años todavía más del 60 % de los mexicanos eran analfabetas; no sería sino hasta los años cincuenta, cuando en México se invertiría esta proporción mayoritaria entre letrados e iletrados.¹⁵

Otro proceso importante para alcanzar la uniformidad del país y simultáneo al desarrollo del cine y la radio, fue el de la migración de una buena parte de la población de campo a las ciudades. Este movimiento que había iniciado en los años de la Revolución, cuando muchos buscaron seguridad y bienestar en las ciudades, continuó aun después del fin de la violencia.¹⁶ La Ciudad de México que al inicio de los años veinte tenía cerca de 600 000

¹⁵ *México demográfico*, México, Consejo Nacional de Población, 1979,, graf. (Breviarios). P. 69.

¹⁶ No fue sino hasta el censo de 1960 cuando la población urbana 50.7% rebasó a la rural 49.3% de un total de 34.9 millones de habitantes.

habitantes, incrementó este número en un millón más para 1940.¹⁷ El fenómeno era tan notorio que el tema de los provincianos payos, ignorantes pero sinceros que emigran a la ciudad se usó varias veces en el cine, en el teatro y en dos de las más importantes historietas nacionales de esos años. *Don Catarino y su apreciable familia* y *Mamerto y sus conocencias*, la primera se publicó esporádicamente desde 1921 hasta mediados de los cincuenta en el suplemento dominical de *El Heraldó*, la segunda desde 1927 hasta mediados de los años cuarenta en el suplemento dominical de *El Universal*.¹⁸ Ambas surgieron por la necesidad de crear una historieta nacional que tomara el lugar de los muy reproducidos comics estadounidenses. En ambos el protagonista es un personaje netamente nacional, un rancharo de habla y comportamiento muy popular y mexicano. En estas tiras cómicas es patente la idea de que aunque cada vez más personas vivan en las ciudades, la esencia de lo nacional está en el campo, todavía tendrían que pasar muchos años para que surgieran a la fama personajes nacionalistas de tipo urbano. Aunque el proceso de definición nacionalista se hacía principalmente en los centros urbanos, los elementos sugeridos y promovidos eran en su mayoría rurales, la esencia nacional estaba en sus pequeñas comunidades y campo.

Para el inicio de los años treinta el nacionalismo había sido un tema constante en diferentes medios, más todavía: estaba pendiente la unificación de ese variado mosaico cultural en un estereotipo que representara el todo. La figura del charro era conocida e identificada como la del hombre del

¹⁷ Robert V. Kemper, "Migración y transformación de la cultura mexicana: 1519-1992" en *Tradición e identidad en la cultura mexicana*, Agustín Jacinto y Álvaro Ochoa (coords.), México, El Colegio de Michoacán, Consejo de Ciencia y Tecnología, 1995, p. 542.

¹⁸ Juan Manuel Aurrecochea y Armando Bartra, *Puros cuentos, La historia de la historieta en México, 1874-1934*, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Museo Nacional de las Culturas Populares, Grijalbo, 1988, V. I., 292 p., ils.

campo mexicano ya desde fines del siglo XIX,¹⁹ pero sus características eran todavía vagas. En una crónica del desfile del 16 de septiembre de 1930 se decía "Simpático y pintoresco aspecto durante el desfile dieron nuestros charros que lucían las típicas indumentarias de las diversas regiones del país de donde vinieron".²⁰ El charro era todavía una figura de origen y vestimenta indefinida y así seguramente serían otros elementos nacionalistas, como su carácter, alimentación, creencias, aficiones, fobias, moral, por mencionar algunos.

1934 fue un año importante para el desarrollo del nacionalismo posrevolucionario, en él apareció la obra de Samuel Ramos, *El perfil del hombre y la cultura en México*, obra que se ocupaba de forma compleja y detallada del tema de la esencia del mexicano. Ramos reconocía "Quien pretenda hacer una seria investigación sobre 'la cultura mexicana' se encontrará ante un campo lleno de vaguedades".²¹ Pero sí identificaba un elemento común a los mexicanos; la proclividad a considerar mejor lo extranjero, y por ende, imitarlo. Ramos incluso califica de autodenigración esta práctica, pues niega lo propio y adopta lo ajeno, aunque aclara que se hace de buena fe, al pensar que el país se incorporaba a la civilización o modernidad. Aunque con seguridad estas ideas alcanzaron apenas a un pequeño núcleo de mexicanos, el señalamiento de esta especie de complejo de inferioridad, nos puede indicar la inexistencia de un sentido de identidad o

¹⁹ Una muy buena descripción de la evolución del concepto o imagen del charro se puede encontrar en Aurelio de los Reyes, "El nacionalismo en el cine 1920-1930, búsqueda de una nueva simbología," en *El nacionalismo y el Arte Mexicano* (IX Coloquio de Historia del Arte), México, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Estéticas, 1986, 416 p. (Estudios de Arte y Estética, 25).

²⁰ *El Universal*, 17 de septiembre de 1930, 3a sección p. 15.

²¹ Ramos, Samuel, *op. cit.*, p. 19.

de orgullo hacia lo propio, carencia que probablemente hizo impresión en intelectuales y algunos funcionarios.

En el mismo año el gobierno federal inicia la publicación de libros de texto que seguían los nuevos planes de estudio oficiales. El tiraje de los mismos fue sin duda limitado, pero de alguna manera éstos se convirtieron en un buen instrumento para transmitir ideas nacionalistas de una forma oficial y más sólida. Se estudiaban todavía las grandes gestas de los héroes del pasado, pero también se hablaba del sindicato, la huelga, los campesinos, los explotadores.²² Aunque no todos los estudiantes pudieran tener las obras, lo ahí contenido sin duda sería una guía ideal para los maestros: temas, enfoques y políticas oficiales. Los libros de lectura e historia de México jugaron un papel de capital importancia en el proceso de definición nacionalista.

En el mismo año, se dio el llamado "Grito de Guadalajara", éste fue un mensaje dado por el todavía Jefe Máximo en el que llamó a dar un nuevo rumbo a la educación.

La Revolución no ha terminado... Es necesario que entremos en un nuevo periodo revolucionario, que yo llamaría el periodo revolucionario psicológico: debemos entrar y apoderarnos de las conciencias de la niñez, de las conciencias de la juventud, porque son y deben pertenecer a la revolución... Y es la revolución la que tiene el deber imprescindible de las conciencias, de desterrar los pre-

²² Josefina Vázquez de Knauth,, *Nacionalismo y educación en México*, 2a ed. México, El Colegio de México, 1975 (Centro de Estudios Históricos, Nueva Serie, 9). p. 213

juicios y de formar la nueva alma nacional.²³

Este mensaje fue una importante declaración de principios por parte del grupo en el poder, apenas un quinquenio después del importante conflicto con la Iglesia y con un Estado deseoso todavía de ejercer el control total del país. Se proponía, a través de la educación, arrebatarse las conciencias del control y fanatismo religioso. Si bien la influencia o poder de Calles pronto terminaría, el mensaje fue ampliamente conocido y de alguna manera señaló el rumbo que seguirían los esfuerzos del gobierno en los siguientes años.

El año de 1934 es también importante pues en él se inicia el periodo presidencial de Lázaro Cárdenas, que se distinguiría sobre otros por el nuevo rumbo, más radical o comprometido con el pueblo que los regímenes anteriores, y por la fuerza que imprimió al desarrollo del nacionalismo mexicano. El escenario estaba listo para que en la segunda mitad de los años treinta se iniciara la consolidación del nacionalismo posrevolucionario. Quizá más que por la voluntad y esfuerzos del gobierno, por el hecho de que ya estaban ahí los instrumentos para poder alcanzar a la mayor parte de la población nacional.

La consolidación del estereotipo.

La identidad nacional debía encontrarse por fuerza en el campo. No sólo el 70% de la población del país vivía en el medio rural, sino que también de la vida urbana todavía no identificaba una riqueza cultural o de costumbres como la campestre. Además, los años del Cardenismo (1934-1940) tuvieron

²³ *Ibid.*, p. 173.

una orientación rural definitiva. Durante este sexenio se puso más atención a los problemas nacionales agrarios que a los ciudadanos y así lo hizo ver el presidente sin empacho alguno en repetidas ocasiones.²⁴ La cuestión era, más que hacer un compendio de las características de las diferentes regiones rurales, la de seleccionar una para representar a todo el país y simplificar o facilitar la promoción nacionalista. Seguramente ésta sería aquella que resultara más atractiva a la mayor parte de los mexicanos, con la que quisieran ser identificados, aunque la mayoría poco o nada tuvieran en común con la misma. El estereotipo buscado no era una síntesis de las tan dispersas características del mexicano, sino una creación artificial que resultara sobre todo complaciente. Al público le gusta reconocerse o pensarse en imágenes falsas pero agradables. La pregunta no era *¿cómo soy?* sino *¿cómo quiero ser?*

De todas las imágenes regionales del país aquella que acabó imponiéndose fue la del Bajío, la del charro de la región de Jalisco, hombre de a caballo y vestir particular, a esta imagen se le agregaron algunos elementos de otras regiones y se hicieron propias del estereotipo y del Bajío. Una de estas adiciones al híbrido modelo fue la indumentaria de la compañera del charro, la china poblana, cuya principal característica es un vestido de gran belleza y colorido. Ya desde 1919 este traje se había estilizado y difundido, era sin duda el más conocido y aceptado entre las indumentarias femeninas del país.²⁵ Otra adición fue la del mole poblano como platillo del mexicano, quizá por su complejidad y el hecho de que su principal ingrediente

²⁴ Luis González, *Los días del presidente Cárdenas*, México, El Colegio de México, 1981, ils. (Historia de la Revolución Mexicana, 1934-1940, 15), pp. 108-114.

²⁵ El traje se popularizó cuando la bailarina Ana Pavlova en visita a México lo usó para bailar una estilización del jarabe mexicano. Ricardo Pérez Monfort, *Una región...* p. 120.

es el chile en diferentes variedades, pues el consumo de dicha especie sería otra característica nacional. El proceso de elaboración de la figura del charro, ahora arquetipo del mexicano no fue tampoco sencilla, se tenían que definir al detalle los múltiples elementos que lo caracterizarían, su ropa, calzado, compañera, bebida, ideología, gustos, pasatiempos, habilidades, actitudes, valores, costumbres, música. Un sinfín de elementos que no se declararon en un manifiesto, ni propuesta única, sino que se fueron sugiriendo, aceptando o adoptando en diferentes medios y a través de los años. Sus características finales tampoco fueron recogidas en un documento sino que se siguieron mostrando repetidas veces en la radio, el cine, las historietas, las pinturas de calendario, la música y la literatura, hasta que se convirtieron en algo conocido o identificado como lo mexicano, tanto en el país como en el extranjero.

La figura del charro era más que la del habitante de una región del país ya desde las primeras descripciones literarias de éste a fines del siglo XIX, el mismo se distinguió también por su elegancia, cualidades morales, valentía, honradez, desprendimiento, sentimentalismo y maestría en asuntos ecuestres, de amores y armas.²⁶ Por sus características el charro era el protagonista ideal para cualquier historia literaria o producción cinematográfica y la figura con la que cualquier hombre quisiera sentirse identificado o cualquier mujer desearía como compañero.

En el año de 1936 se produjo *Allá en el Rancho Grande*, película que es reconocida como el acontecimiento que impulsó como ningún otro la consolidación del charro como el estereotipo del mexicano. El protagonista

²⁶ De los Reyes, *op. cit.*

corresponde al tipo de hombre descrito como charro y el México rural que en esta obra se nos presenta, es un mundo rural idílico que nada tiene que ver con la realidad, pero que es aquél en el que el público está deseoso de reconocerse. No hay en *Rancho Grande* peones miserables, ni antagonismos sociales, ni condena al latifundio, ni reforma agraria; todos viven en armonía y aunque en los personajes hay vicios y yerros, prevalecen finalmente los supuestos valores tradicionales. Antes de *Allá en el Rancho Grande* ya se habían hecho películas con temas rurales, de vida en las haciendas, pero al parecer el realismo de las mismas las privó de la gran aceptación alcanzada por aquélla.²⁷ *Rancho Grande* se convirtió en la primera película mexicana de gran éxito en el extranjero, así el mundo de haciendas y charros también fue reconocido como lo mexicano en el resto del mundo. Obviamente tras el gran éxito de esta película, el cine nacional se dispuso a seguir la fórmula rural y en adelante se hicieron obras como: *Las cuatro milpas*, *El derecho y el deber*, *Bajo el cielo de México*, *Adios Nicanor*, *Jalisco nunca pierde*, *Amapola del camino*, *Así es mi tierra*, *Ojos tapatíos*, *Rapsodia mexicana*, *Allá en el Rancho Chico*, *Mujer mexicana* y *Adelita*, todas éstas tan sólo en el año 1937.²⁸ En 1939 se publicó la primera pintura de calendario de Jesús Helguera, *Poco a poquito*. En ella se presenta el tema rural de moda: el charro, su figura o características están todavía lejos del estereotipo final, pero ya se perfilan algunas de sus futuras características. El sombrero ya es del tipo que se adoptará definitivamente entre la variedad de estilos que usaban los hombres de campo de principios del siglo XX. El pantalón, aunque es a rayas,

²⁷ Sobre este tema de cómo el pueblo gusta de reconocerse en imágenes cinematográficas falsas pero agradables léase: Leonardo García Tsao, “El espejismo sobre el espejo: la mitología del cine mexicano” en Enrique Florescano (coord.), *Mitos Mexicanos*, México, Aguilar, 1995, 318 p. ils.

²⁸ Emilio García Riera, *op. cit.*

como los del charro, no tiene un color que luego le fuera propio, lo mismo sucede con el sarape rojo que lleva sobre el hombro. El representante de lo mexicano será identificado por su elegancia y porte, difícilmente se le representará como aquí, en mangas de camisa y con las mismas dobladas a medio brazo. La guitarra le será un instrumento característico que por su uso constante convertirá al personaje en el charro cantor y que además muestra la importancia de la música para seducir mujeres y expresar mejor sus sentimientos. La compañera apenas se caracteriza con unas trenzas y un ceñidor bordado a la cintura, pero su actitud ya señala un rol pasivo ante el varón. Su posición es más la de una figura del renacimiento que la de una campesina sentada. El maguey de fondo es característico del altiplano, no del Bajío, pero es considerado, junto con el nopal parte la vegetación nacional. El cántaro de barro agrega un elemento popular a la escena y explica la presencia de la mujer en el lugar, además de su condición social. La obra es visión de lo mexicano pues contiene algunos de los objetos o imágenes de la construcción nacionalista, como la vegetación, la indumentaria y el entorno rural, pero también nos presenta habilidades, actitudes de ese mexicano ideal, en el cual la sociedad de masas está deseosa de reconocerse. La pareja en esta pintura, como los protagonistas de algunas películas, personajes de historieta o canciones, son propuestas en la búsqueda de esa esencia de los mexicanos, el rechazo o aceptación del público irán conformando el estereotipo con el paso de los años.

LOTERIA NACIONAL

Para la Asistencia Pública

Enero		Abril 1940		Julio		Octubre	
1 2 3 4 5 6	7 8 9 10 11 12	1 2 3 4 5 6	7 8 9 10 11 12	1 2 3 4 5 6	7 8 9 10 11 12	1 2 3 4 5	6 7 8 9 10 11 12
13 14 15 16 17 18 19 20	21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	13 14 15 16 17 18 19 20	21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	13 14 15 16 17 18 19 20	21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	13 14 15 16 17 18 19 20	21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31
Febrero		Mayo		Agosto		Noviembre	
1 2 3	4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4	5 6 7 8 9 10 11	1 2 3	4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9	10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30
10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29		10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31		10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31		10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	
Marzo		Junio		Septiembre		Diciembre	
1 2 3 4 5 6 7 8 9	10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8	9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	1 2 3 4 5 6 7	8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	1 2 3 4 5 6 7	8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31

Hacemos Hogares Felices

Jesús Helguera, *Poco a poquito.*²⁹

²⁹ Aunque el año que aparece impreso sobre el almanaque es 1940, éste es el calendario que se imprimía sobre el cartón y se podía ver una vez que se habían arrancado todas las hojas de encima, al final de un año; por lo que este calendario corresponde a 1939, el autor seguramente realizó la pintura a fines de 1938. *Cronos y cromos*, p. 24.

Durante la última parte de los años treinta el mariachi se fue imponiendo dentro la música. Aunque el género romántico no desapareció por la calidad de sus autores: Lorenzo Barcelata, Gonzalo Curiel, Alfonso Esparza Oteo, Juan S. Garrido, María Greever, Agustín Lara, Chucho Monge, Joaquín Pardavé, Tata Nacho (Ignacio Fernández Esperón) y Consuelo Velázquez; con el ascenso del charro del Bajío al carácter de estereotipo del mexicano, su música, el mariachi, también tomó un lugar de preeminencia en la imagen nacional. Los llamados artistas vernáculos, como Lucha Reyes, aumentaron su popularidad y algunos otros se acercaron al género.³⁰

Fue durante el sexenio de Lázaro Cárdenas que se intentó rescatar la figura del indígena y acercarla al nacionalismo que cada vez se identificaba más con el mestizo rural. Como ya fue mencionado, el indio se mantenía olvidado y fuera del proyecto nacionalista. Los pocos acercamientos a esta importante parte de la población nacional habían buscado erradicar sus costumbres, lenguas y tradiciones para integrarla al resto del México moderno y occidentalizado. Se propuso entonces, respetar su modo de ser y fomentar esas características propias que los llevaran a un desarrollo pleno. Los indios eran identificados por muchos, nacionales y extranjeros, como el elemento más característico de México, que merced a su grandioso pasado prehispánico deberían ser por fuerza motivo de orgullo, mas el ancestral desprecio a este grupo complicaba no sólo su incorporación a la sociedad mexicana moderna, sino también al modelo nacionalista. Entonces el primer paso tendría que ser el de su reivindicación o redención, estudiarlos,

³⁰ Moreno Rivas, *op. cit.*

conocerlos no sólo en su pasado sino también en su presente y promover su aceptación como parte importante de la cultura nacional.

En 1936 se crea el Departamento de Asuntos Indígenas, dentro de la Secretaría de Educación y a través del mismo se promueve la educación en las diversas etnias y se otorgan todo tipo de apoyos a los estudiantes. Al mismo tiempo se patrocinan estudios como la primera gran obra etnográfica de nuestro país, *Población indígena de México* y aumentan significativamente los temas indígenas en libros de texto, y otros medios gubernamentales.³¹ En 1939 se promulga la ley de creación del Instituto Nacional de Antropología e Historia como parte de la Secretaría de Educación y que tenía como labor explorar, vigilar y conservar las zonas arqueológicas, así como desarrollar estudios etnográficos y antropológicos, principalmente de los habitantes indígenas del país.

Durante el fin de los años treinta y el principio de los cuarenta lo indígena alcanzó cierta fuerza gracias a los esfuerzos gubernamentales, por lo que el mundo o cultura del indio de esos años se hizo presente en el cine, la música popular, el teatro. Los indígenas fueron entonces presentados con la dignidad de un pueblo milenario, poseedor de encomiables valores, actitudes y tradiciones, desconocidas u olvidadas en el mundo moderno, mas el renacimiento autóctono no alcanzó la fuerza de los temas rurales, mientras que las películas de charros se hicieron por decenas, los temas reivindicadores de la cultura indígena tímidamente aparecieron en películas como: *Janitzio* (1934), *El indio* (1938), *Rosa de Xochimilco* (1938), *La noche de los mayas* (1939), la muy conocida *María Candelaria* (1943) y *La perla*

³¹ Luis González, *op.cit*, pp. 119-124.

(1945).³² Fue el ilustre pasado de esos mismos indios la parte más difícil de rescatar o presentar de forma sencilla y masiva. La educación pública no pudo cumplir esta tarea, por su limitado impacto. El cine y la radio, las vías de mayor alcance, difícilmente pudieron promover esa gloriosa antigüedad. De la música prehispánica poco se conocía más allá de unos cuantos instrumentos, y nadie se dio a la labor de reinventarla o de escribir temas prehispánicos en el género romántico o el corrido. Reconstruir dignos escenarios para películas de esta temática era una labor que por mucho rebasaba los magros presupuestos del cine de aquellos años. Fue el calendario de pared el medio que más se ocupó de enaltecer el mundo prehispánico y el tema fue el que dio al cromo de almanaque sus mayores glorias. Además, pocos como las pinturas de este medio publicitario, pudieron impactar al público de esos años y posteriores con la idea de grandeza en ese pasado indígena.

Fue Jesús Helguera el artista de calendarios que supo aprovechar este tema prehispánico, aunque el mismo no era inédito, para 1940 este artista inició la publicación de una serie de pinturas sobre leyendas prehispánicas. Algunos cromos incluso tenían al pie un breve texto que narraba la historia. Tanto las imágenes como los textos estaban orientados para presentar no sólo una civilización compleja y sofisticada, sino también personajes de grandes virtudes y comportamiento ejemplar. Cromos como *La princesa Flor de Luna*, *La leyenda de los volcanes*, *El flechador del sol*, *El caminante del Mayab*, *La fundación de Tenochtitlan*. *La reina Xóchitl*, *Netzahualcóyotl*, *Caballero águila*. Estas obras obtuvieron una gran respuesta en ventas pues presentaron al público un magnífico pasado con el cual identificar sus raíces, fueron los promotores de una verdadera mitología mexicana, los relatos del

³² García Riera, *op. cit.*

origen de México y los mexicanos. Helguera que había ilustrado libros sobre grandes hombres y sus hazañas, presenta en sus pinturas gallardos personajes masculinos, bellas y sensuales mujeres dentro de escenarios perfectamente logrados para enmarcar sus gestas. Es bien cierto que todo esto está lejos de reproducir con fidelidad ese pasado, pero es precisamente ésta su característica más importante: su tan bien lograda complacencia. Estas obras superan por mucho la nobleza y esplendor que otros medios pudieron presentar del pasado indígena, proyectaron como ninguna otra un origen con el cual el público deseaba identificarse, sentirse heredero de esa ancestral cultura y orgullosamente mexicano.

El cromo de *El flechador del sol*, es precisamente uno de los de tema mitológico. Al pie del calendario aparece la leyenda de F. Tejedor, misma que da mayor sentido a la pintura de Jesús Helguera. La historia se ocupa de una sentimental relación entre dos personajes, tema acorde al romanticismo muy en boga en esos años: El fiero guerrero Ilhuicamina gana en buena lid el derecho a desposar a la bella Xiatlalli, mujer que ante el sol había jurado amarlo. Pero al encontrarla muerta decidió desahogar su rabia flechando al sol, mismo al que dirigió varias saetas, para con otra quitarse la vida. Moribundo al atardecer y al ver al astro rey caer en rojo cielo, creyó Ilhuicamina morir vengado. La obra nos presenta a la pareja en lo alto de una montaña, tras de ellos, un cielo espectacularmente crepuscular. Xiatlalli se encuentra tendida sobre un lecho de flores silvestres que se agregan al florido collar que porta. Su postura y ceñido vestido difícilmente podrían ser más sugerentes, son definitivamente sensuales y atrevidos, sobre todo si se consideran los estándares morales de aquellos años. Más que yacer como un cadáver, rígida y pálida, pareciera una invitante y seductora odalisca. Su

curvilínea y voluptuosa figura bien podría pasar por un pin-up norteamericano de estar en un entorno diferente. Ilhuicamina se muestra en el preciso momento de tensar su arco dirigido al sol. Su posición y detalle son casi un estudio anatómico de los músculos del torso en tensión. En su indumentaria destaca una especie de capa de exagerados pliegues que vuela al viento. Su rostro y mirada son inexpresivos, como la del hombre cabal y determinado. La luz crepuscular le da a la escena un dramático juego de luz y sombra que recorta y distingue a la pareja sobre el entorno. Aquí una vez más la acción es masculina, él es el protagonista; la mujer aunque muerta, seductora, pero en este caso definitivamente pasiva.

El flechador del sol es sin duda una obra que busca complacer al público. El episodio de gran sentimentalismo, los personajes perfectos; la historia no es, por sus características, de origen prehispánico, sino seguramente creación literaria contemporánea. Se ve o interpreta ese pasado indígena con valores y actitudes deseadas por la sociedad moderna. ¿Qué hombre no quisiera ser o identificarse con Ilhuicamina o si es mujer con Xiatlalli? El cromo presenta también una idealizada y sofisticada cultura indígena, donde las características son ejemplares y susceptibles de causar sentimientos de orgullo entre sus descendientes los mexicanos. El indio no se presentaba ya abúlico, miserable, indeciso o vilipendiado; su figura se trató de reivindicar a través de fantasías como ésta, más allá de los que pudieron lograr estudios etnográficos o históricos de limitada difusión.



Jesús Helguera, *El flechador del sol*, (1945).³³

El cromo de calendario fue un recurso más favorable o propicio para la proposición de elementos nacionalistas, sin duda es de mayor facilidad que la fotografía o el cine. La pintura es un medio más maleable, la realidad puede

³³ Cronos y cromos, p.23.

ser manipulada o deformada óptimamente. Una actriz difícilmente podría competir con la creación de un buen artista, el paisaje idóneo es mucho más difícil de lograr que el controlado escenario de un pintor. Complacer al espectador o crear esa imagen ideal o estereotipo sin duda fue más fácil en las imágenes de almanaque. Otros medios como la educación, la prensa, la radio o la música popular contribuyeron a la formación del modelo nacionalista, pero "las imágenes reales o simbólicas pueden potenciar el sentimiento de pertenencia de los individuos a la colectividad y permitir a éstos discriminar entre quienes forman parte del grupo y quienes no."³⁴ Incluso proverbialmente se nos dice que una imagen vale más que mil palabras, y qué mejor si esa imagen tiene una constante y cotidiana presencia a lo largo de todo un año o incluso más.

Fue también durante el sexenio de Lázaro Cárdenas que en la opinión pública se modificó el sentimiento hacia lo español. Desde el siglo XIX hubo en el país personas que buscaron identificar lo mexicano con el legado hispano, hubo, incluso en el siglo XX, importantes asociaciones hispanófilas, que promovían sus ideas en fiestas, homenajes y revistas de amplia circulación. Pero también hubo sectores que rechazaban la herencia ibérica, buscaban desarrollar el nacionalismo alrededor del elemento indígena, negado por la conquista española. La Guerra Civil en la península enfrentó de nuevo a estas dos propuestas. Para unos, Franco era el defensor de la Iglesia y enemigo del comunismo, para los otros un dictador que representaba todo aquello que España había hecho a México.³⁵ El abierto y significativo apoyo del gobierno cardenista a la República Española durante la Guerra Civil, así

³⁴ Pérez Vejo, *op. cit.*, p. 113.

como la llegada de miles de refugiados que huían del Franquismo durante y al final del conflicto, provocó una mayor aceptación hacia lo hispano. Esta oleada migratoria no era la de emprendedores jóvenes deseosos de convertirse en abarroteros o panaderos, sino la de cientos de huérfanos de la guerra, catedráticos universitarios o personas perseguidas por sostener ideas parecidas a aquéllas habidas en el México de esos años. Los calendarios de esa época reflejaron esto y se ocuparon de temas hispanos más allá de los ya comunes cuadros taurinos.

Una de las principales características del Cardenismo es la promoción o impulso de la tan publicitada y controvertida educación socialista. Ésta fue una forma de cumplir con lo enunciado en el "Grito de Guadalajara", pero el nombre alarmó todavía más que la declaratoria original a una buena parte de los sectores conservadores del país. Aun sin conocer la verdadera naturaleza de este esfuerzo, hubo en el país reacciones incluso violentas y al parecer éstas fueron mayores a los resultados de tal tipo de instrucción. Más que atacar abiertamente a la religión, al capital y fomentar la lucha de clases, la enseñanza se ocupó de desarrollar el cooperativismo, el pensamiento laico, el trabajo manual, el método experimental y los conocimientos prácticos. La voluntad oficial no fue suficiente pues las innovaciones resultaron una carga pesada y complicada para el maestro mal preparado que también debía impartir los temas tradicionales y necesarios.³⁵ La ideología socialista no tuvo mayor efecto en la industria del calendario, más allá de quizá acentuar su temática nacionalista o en la creación de calendarios de temática social,

³⁵ Ricardo Pérez Monfort, "Indigenismo, Hispanismo y Panamericanismo en la cultura popular mexicana de 1920 a 1940", en Roberto Blancarte *op. cit.*, p. 343-344.

³⁶ Lerner, Victoria, *Historia de la Revolución Mexicana, 1934-1940, tomo 17, La educación socialista*, México, El Colegio de México, 1979, VIII, 200 p., ils.

pero por instituciones ajenas al medio, como el caso de aquel publicado por *La Voz de México* en 1941 que además de estar ilustrado por artistas del Taller de la Gráfica Popular, de orientación socialista, incluyeron en el calendario efemérides del movimiento obrero.

El movimiento nacionalista tuvo sin duda su mejor momento en 1938 a raíz de la expropiación petrolera. En buena parte de la población del país el acontecimiento despertó como nunca antes un sentimiento de pertenencia y orgullo; México y los mexicanos se unieron ante la amenaza o abuso de los capitalistas extranjeros. Las manifestaciones de júbilo y solidaridad no sólo alcanzaron gran fuerza, sino en muchos de los casos fueron espontáneas y auténticas. No los acercó esta vez un estereotipo o imagen complaciente sino algo más poderoso, un enemigo común, la idea de liberarse de su yugo, el triunfo del país y la posibilidad de un futuro mejor. Este ola de fervor nacionalista iniciada por la expropiación no aceleró o ayudó a la definición de la imagen o características físicas ideales del mexicano, sino puso énfasis en su carácter, valores, actitudes; obviamente su mejor lado, sus virtudes, elementos indispensables en la construcción de un sentimiento nacionalista.

El cromo de calendario también se ocupó del carácter del mexicano, algunas de sus obras nos presentan con gran fuerza este tipo de cualidades. Las escenas son obviamente dentro de un entorno de características físicas nacionalistas, mas su principal mensaje se ocupa de la idiosincrasia nacional. *Dicha hogareña*, pintura de A. Gómez R. publicada en 1940, es un buen ejemplo de este tipo de obras.

La escena como lo señala el título, es el hogar de una familia del medio rural. Una habitación de pequeñas proporciones pero suficiente para albergar las posesiones de sus habitantes. Seis son los personajes: al centro de la

imagen está la madre de la familia, a la derecha, al parecer apenas entrando al recinto, el padre, que sostiene en brazos al más joven de cuatro hijos. La vivienda es por más humilde pero pulcra, el piso al parecer de tierra y las paredes apenas aplanadas mas no pintadas. En el muro del fondo se ve un modesto altar a la Virgen de Guadalupe decorado con los colores patrios en papel de china picado, flores y una veladora encendida. También la pared tiene un nicho, en el que se guardan algunos utensilios, cucharas de palo, una jícara policromada, un aventador de petate, un jarro de barro, un portavelas de hojalata y un paquete de cigarros de la compañía patrocinadora del calendario. Al fondo también se ve algo parecido a una banca hecha con una viga sobre piedras en los extremos, en ella están algunas ollas de barro, platos y más cucharas de palo. También se ve parte de un arcón de madera labrada y policromada. En la esquina inferior se aprecia parte de la despensa familiar, un conjunto de calabazas. La mujer se inclina sobre un metate en el que prepara masa de maíz, a un lado el comal para cocer las tortillas que seguramente forma a mano, un chiquihuite lleno con tortillas recién hechas, un molcajete que reboza salsa verde, una sartén de barro que contiene cinco huevos fritos y entre el conjunto algunas cañas secas de maíz para alimentar el fuego bajo el comal.



A. Gómez R. *Dicha hogareña*.³⁷

³⁷ *Cronos y cromos*, p. 38.

La pintura está llena de objetos netamente mexicanos y populares, estos elementos nos indican que se trata de una familia de trabajadores del campo. Las ropas son sin duda las del medio rural. El hombre tiene sobre el pantalón chaparreras y las espuelas que calza lo identifican como hombre de labores a caballo. El niño de diez u ocho años seguramente llega también de realizar labores agropecuarias, pues sus ropas son sencillas prendas de manta y porta todavía un sombrero de paja, prenda indispensable del que pasa largas horas a la intemperie. Las niñas visten con sencillez y peinan sus largas cabelleras en sendo par de trenzas. La madre, que está al centro pues es el eje y base de la familia, agrega a sus ropas un mandil que la identifica como la encargada de realizar las labores domésticas, además se le muestra ocupándose de una de las labores más importantes de la mujer mexicana, el echar tortillas o tortear. Con gran destreza se ocupa al mismo tiempo de moler la masa de maíz en el metate y cocer las tortillas sobre el comal. A diferencia de las niñas, su cabello está recogido sobre la cabeza para que el mismo no interfiera en sus múltiples labores. El nicho que sirve como alacena en el muro del fondo es característico de las viviendas hechas de adobe, donde gruesos muros permiten ese tipo de facilidades. El altar nos indica que la familia no sólo es católica, sino guadalupana, la veladora encendida y la decoración dan prueba del fervor familiar. La escena presenta el momento en que padre e hijo vuelven tras un día de labores. La mujer quien seguramente se ocupó de limpiar el hogar y atender al pequeño niño con la ayuda de sus hijas, tiene listo el principal alimento del día. Una de las niñas come ya, al parecer, frijoles de un plato hondo, para lo cual no necesita de cuchara alguna, pues se sirve diestramente de una tortilla para llevarse el alimento a la boca.

En esta obra existe como en *Allá en el Rancho Grande* una visión idealista, de la vida rural, no sólo para que la sintieran suya los millones de mexicanos del campo, sino que también la añoraran los emigrados a las ciudades. Se nos presenta una familia que no obstante las arduas labores que enfrentan cada día, inferidas, más no vistas, gozan de la *Dicha hogareña*. Sus humildes condiciones no parecen opacar su felicidad, pues al parecer cuentan con lo indispensable y la riqueza de una vida familiar plena; pobres pero contentos. Más allá de los objetos o ropas, el conjunto también es identificado como mexicano por las actitudes, virtudes y valores de sus personajes. En primer lugar se trata de una familia, importante elemento social en la cultura mexicana. La madre se propone sumisa, pues se encuentra arrodillada en el piso, al pie de su hombre, sin ni siquiera voltear a mirarlo por cumplir con sus labores propias; abnegada, pues no hay en su cara gesto alguno de cansancio o queja, a pesar de lo complejo y rutinario de su vida; ejemplar figura, pues mantiene con gran habilidad un pulcro hogar y a pesar de su juventud tiene ya cuatro hijos sanos, bien alimentados y vestidos. Eran todavía los años donde la maternidad entre más prolífica más virtuosa. Las niñas más allá de su vestido y trenzas, son mexicanas pues su lugar es el hogar, al lado de su madre, para desde su infancia empezar a repetir el papel de la misma. Los hombres de la familia, son aquellos que salen a ganar el sustento, el padre no es en este caso el charro vestido casi de gala, sino el hombre trabajador con un traje de faena, buen jinete y diestro agricultor; esta vez, por encontrarse en una escena familiar, carece de la pistola del macho soltero, pendenciero y mujeriego. Las arduas labores del campo no lo cansan y junto con su joven retoño llega al hogar de buen humor y dispuesto a prodigar amor y cariño a su familia.

Dicha hogareña es una obra que más que proponer características físicas para un estereotipo del mexicano se ocupa de su idiosincrasia, su modo de ser. Obviamente se intenta presentar las bondades de este pueblo, así como las imágenes contienen escenarios perfectos, hermosas mujeres o "indígenas" caucásicos; el carácter propuesto es de dignidad, integridad y virtud. Son los mexicanos una nación que enfrenta una grave situación económica y política, mas el mensaje es de esperanza y aliento; el pueblo mexicano se dobla pero no se quiebra, las adversas condiciones no lo privan de la dicha de una familia y una vida de satisfacciones duramente alcanzadas. México se presenta como una sociedad tradicionalista que sigue una rica y antigua cultura, pero que avanza, progresa hacia un futuro mejor.

En el año de 1940 terminó el periodo presidencial de Lázaro Cárdenas y con ello una etapa importante del nacionalismo revolucionario. Las propuestas del cardenismo generaron no sólo controversia, sino división en ese país que se pretendían aglutinar. Por otra parte la tan polémica postura socialista se contraponía con otro de los deseos del país, el desarrollo económico dentro de un esquema de industrialización capitalista. En el siguiente periodo político, el sexenio de Manuel Ávila Camacho, el espíritu preponderante sería el de la reconciliación y el concepto fundamental, la Unidad Nacional. México, por un lado, se encontraba seriamente afectado por la depresión y el boicot norteamericano implantado a raíz de la expropiación petrolera y por el otro, la Guerra amenazaba el orden y estabilidad mundial. El nuevo régimen trató de moderar las posturas para lograr primero la afinidad interna y luego buscar la tan necesaria modernización. Fue también durante la gestión de Ávila Camacho que el gobierno trató de redefinir o estructurar una guía del proceso nacionalista, a

través del control de los medios masivos. El Estado intervino en el cine, al subsidiar, a través del Banco Cinematográfico, películas como *Flor Silvestre* o *María Candelaria* que promovieran los valores nacionalistas deseados. El gran poder del cine para la promoción del nacionalismo, por fin fue advertido por el Estado y la colaboración de ambos dio inicio a la llamada "época de oro del cine nacional".³⁸ El éxito de estas películas en el territorio nacional y sobre todo en el extranjero, hicieron casi simultánea la definición de la nueva imagen del mexicano hacia otras partes del mundo; la vida del rancho, el charro, el tequila, la música ranchera, serían la imagen del país también para el resto el mundo.

En 1941 se exhibió *¡Ay Jalisco no te rajes!*, película que alcanzó un gran éxito en México y el extranjero. En ella Jorge Negrete en su papel del Ametrallador, charro cantor, mujeriego y muy diestro en armas, la película ayudaría de manera importante a definir el estereotipo del mexicano.³⁹

Pero la ayuda económica no sólo se destinó a la pantalla, también se siguieron patrocinando las artes, la novedad de la época fue la incorporación a la construcción nacionalista de la figura de la mujer. Por esos años Lola Álvarez Bravo, Gloria y Nellie Campobello, María Izquierdo y Frida Kahlo, fueron beneficiarias del patrocinio estatal.⁴⁰

Los cambios alcanzaron las regulaciones educativas, principal instrumento gubernamental para asuntos ideológicos. En 1941 se presentó la ley orgánica del artículo tercero, relativo a la enseñanza, en la cual se propuso una labor educativa de homogeneidad espiritual, acercamiento y

³⁸ Miller, op. cit, p. 87.

³⁹ Emilio García Riera, *op. cit.*

⁴⁰ *Ibid.*, p.174.

unificación, promoviendo la nacionalidad en tres niveles: el mexicano, la familia mexicana y la nación mexicana. México no podía seguir dividido, a través de la educación se fundiría en un sólo núcleo espiritual el alma de todos los mexicanos.⁴¹

La instrucción pública no sólo sería el medio que enlazaría a los mexicanos sino que también corregiría los vicios o yerros del pasado. Algunos educadores se propusieron acabar con actitudes nocivas advertidas en el mexicano como aquellas señaladas por Samuel Ramos en *El perfil del hombre y la cultura en México*. En 1944 los programas de educación secundaria para la materia de Historia y Civismo señalaban como propósito: "que el ciudadano del porvenir corresponda a un tipo leal, honrado, enérgico y laborioso, exento de los complejos de inferioridad que tanto han perjudicado al mexicano".⁴² La mayor preocupación no parecía ser ya desarrollar un sentimiento de pertenencia o identidad, sino promover una imagen virtuosa. El problema del estereotipo de mexicano parecía estar ya casi resuelto para esas fechas, el nacionalismo necesitaba ahora promover unidad y orgullo patrio.

En 1946 de forma decisiva se reformó el artículo tercero de la Constitución; se suprimió la tan controvertida educación socialista y se estableció que la instrucción sería laica, científica, democrática, nacional y contribuiría a la convivencia humana.⁴³ La educación debía ser la base para el nuevo México, una nación ante todo unida, armónica, que con mayor fuerza y orden emprendiera el arduo camino al desarrollo. La Segunda Guerra Mundial trajo al país prosperidad por la gran cantidad de materias primas que se

⁴¹ Martha Eugenia Curiel *et al.*, *México setenta y cinco años de Revolución, IV, Educación, Cultura y comunicación I*, México, Instituto, Nacional de Estudios Históricos de la Revolución Mexicana, Fondo de Cultura Económica, 1988, XII, p. 32.

⁴² Vázquez, *op. cit.*, p. 242.

⁴³ Curiel, *op. cit.*, p. 36-37.

vendieron para el esfuerzo militar, así como el importante número de nacionales que fueron contratados para realizar labores principalmente agrícolas en los Estados Unidos. Los problemas económicos causados por la Revolución, la depresión o la expropiación petrolera se olvidaban y la prosperidad parecía estar ya por fin a la vuelta de la esquina.

Fueron estos los años en que el calendario de pared alcanzó sus mayores ventas, el país progresaba, la población crecía y este medio publicitario se convirtió en un objeto común de casi todos los hogares. Es también la época en que sus pinturas acentuaron su complacencia; eran ya varias las compañías que los producían y el esfuerzo por competir en tan importante mercado hizo a los empresarios esforzarse todavía más en agradar a la clientela.

Para los años cuarenta el estereotipo nacionalista ya había sido creado, sus características físicas, valores, costumbres, y actitudes básicas eran conocidas y aceptadas no sólo por los mismos mexicanos, sino también por los extranjeros.

En las pinturas de la época, ya lo mexicano se identificaba casi en exclusiva con el charro, la china poblana y la región de Jalisco; la música era ya la de mariachi, aunque en las imágenes de esos años el grupo musical carecía de la indumentaria e instrumentos que posteriormente le serían definidos o adjudicados.⁴⁴ El charro y el mariachi que hoy todos conocemos son figuras que se fueron definiendo en un largo proceso, sus prendas e instrumentos no siempre fueron los mismos. Fue el público quien definió tales

⁴⁴ En ambos cromos que se presentan, es posible ver el arpa como uno de los instrumentos del grupo de la música que acompaña al charro de Jalisco. Hoy en día dicho instrumento no se incluye en los grupos de mariachi, sino en los de música veracruzana. En el segundo cromo todavía no aparece la ahora característica trompeta. La indumentaria de los músicos tampoco se parece a la hoy por todos conocida.

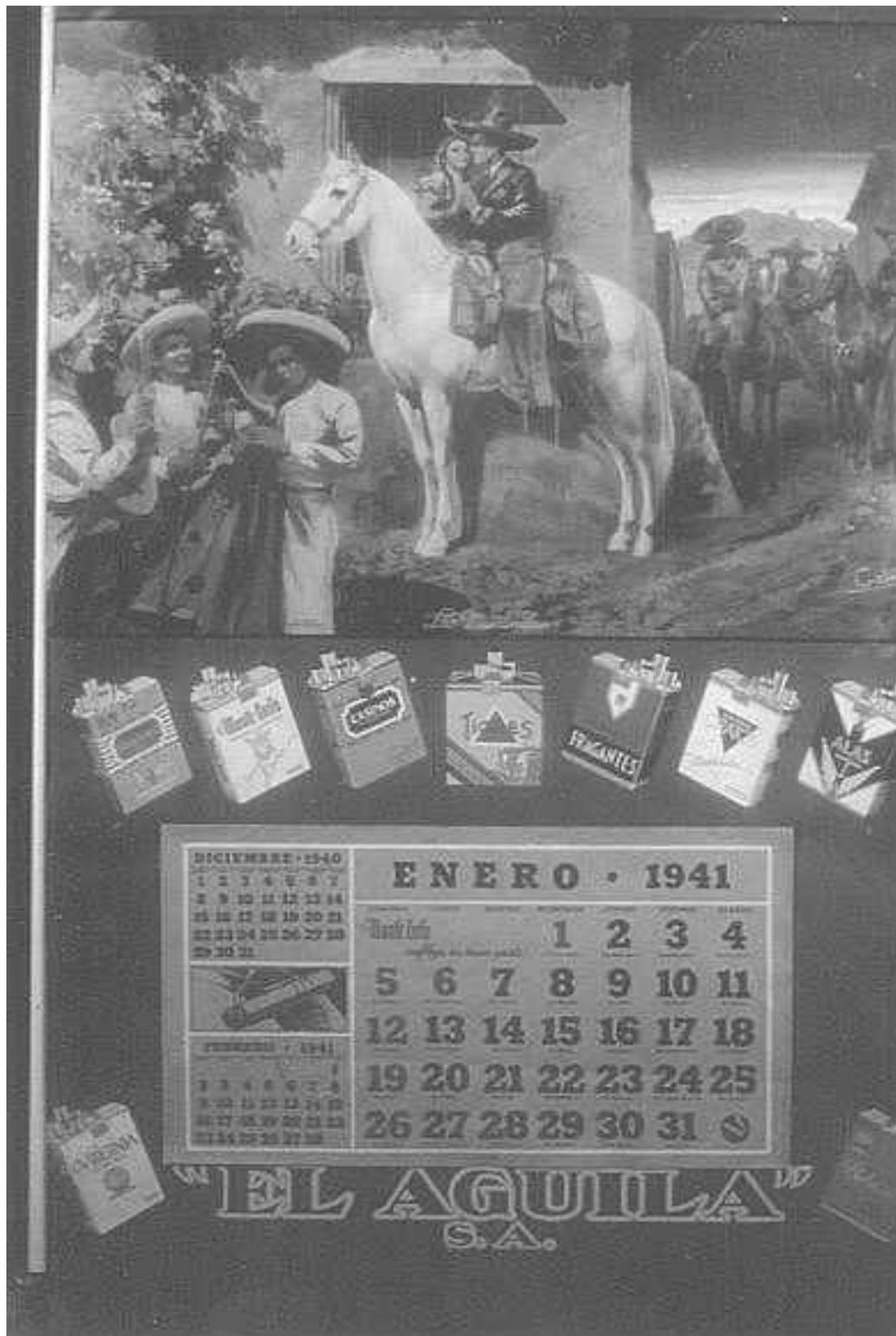


Eduardo Cataño, *Arriba Jalisco!*⁴⁵

Mariachi con arpa y sarape al hombro

características con su aprobación a propuestas hechas en el cine o los calendarios, sobre todo es estos dos medios, por ser ambos mucho más gráficos que los demás.

⁴⁵ *Cronos y Cromos, p.21.*



Eduardo Cataño, *Las mañanitas*.⁴⁶

⁴⁶ Cronos y cromos, p.15.

El cine fue el medio masivo de mayor crecimiento e impacto. La práctica de ir al cine se hizo cada vez más común y pronto fue un entretenimiento netamente popular. Si en 1940 había 446 salas de cine autorizadas en el país, ya para 1946 el número había crecido a 1 100. Además del aumento en número, las salas crecieron en tamaño también, pues pronto surgieron algunas con capacidad de varios miles de espectadores. Los mexicanos gastaron en este último año, cerca de 110 millones de pesos en entretenimiento, de los cuales el 80% correspondió al cine.⁴⁷

En el mes de febrero de 1945 los estudios Disney lanzaron en toda Latinoamérica su película *Los Tres Caballeros*. Esta producción fue el resultado de una solicitud de parte del gobierno norteamericano, que pensó que a través de los populares dibujos animados se podría, en los turbulentos tiempos de la Segunda Guerra Mundial, reforzar los lazos de amistad entre el Tío Sam y sus aliados e importantes proveedores al sur de la frontera. La obra presenta el feliz recorrido de un norteamericano por un mosaico de lugares, personajes y costumbres de diferentes países de América Latina, entre ellos México; en ella nos es posible advertir la imagen de México y lo mexicano que ya se tenía en el extranjero.

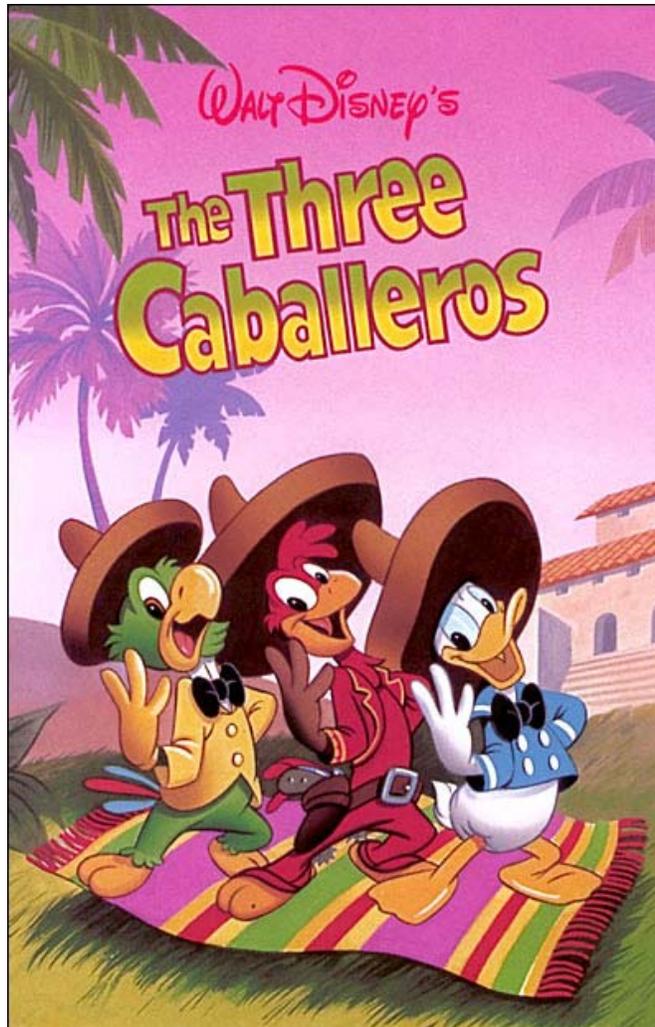
México es en *Los Tres Caballeros*, uno de los lugares que visita el pato Donald, ahí su anfitrión es el gallo Panchito; el personaje mexicano viste el traje de charro con un gran sombrero, espuelas y par de pistolas al cinto. Además de disparar sus armas por placer y a menudo, Panchito toca la guitarra y canta, es pues, todo un charro cantor (como Jorge Negrete en ¡*Ay Jalisco no te rajes!*). Donald, Panchito y el personaje brasileño, José Carioca,

⁴⁷ Miller, *op. cit.*, p. 88

viajan a diferentes partes de México sobre un colorido sarape de Saltillo a manera de alfombra voladora; visitan Acapulco, Veracruz, Michoacán, una corrida de toros, rompen una piñata y asisten a una fiesta llena de música y juegos pirotécnicos. Aunque el recorrido los lleva por diferentes partes del país, el personaje que representa al mexicano se ajusta con precisión al estereotipo del charro de Jalisco. El fondo musical es de Esperón, musicalizador de múltiples películas mexicanas y de Lara, del cual *Solamente una vez* se convierte en *You belong to my heart*.

Esta película impuso record de ventas en taquilla al recolectar 120,000 dólares en ocho semanas. Además, el presidente Ávila Camacho premió a los productores con la condecoración del Águila Azteca, por haber desarrollado una visión más positiva de México en Estados Unidos y el mundo.⁴⁸ El Estado subsidiaba producciones cinematográficas nacionales que convenían a sus intereses y como se puede ver, en el caso de las de origen extranjero, las premiaba o promovía.

⁴⁸ Miller *op. cit* p. 97.



Panchito un Jorge Negrete hecho gallo.

En el año de 1950 Octavio Paz publica *El laberinto de la soledad* en el cual se ocupa de la idiosincrasia o forma de ser del mexicano más que de sus características físicas o imagen. En esta obra no sólo se reconoce el carácter único del mexicano, sino se establece también la necesidad que tiene todo pueblo de definir su filiación y origen; además, señala cómo fue necesario después de la Revolución generar una nueva identidad y cómo ésta mayoritariamente está formada de mentiras, mismas que además de buscar la autocomplacencia, pueden servir para cerrarse y evitar ser conocido por el extraño o enemigo.

Paz identifica y analiza varias de las características ya establecidas en la idiosincrasia nacional. Reconoce el estoicismo como una de las virtudes más importantes del mexicano, su indiferencia ante el dolor, adversidad o peligro, subraya la importancia de no rajarse y mostrar indiferencia ante los rigores de la vida. El tradicionalismo es otro rasgo descrito, el amor por las formas y la ceremonia; de ahí que aun deseando el progreso y desarrollo se añorasen y evocasen las centenarias costumbres. Las mujer de la tierra del nopal y del maguey es además de pasiva y abnegada, estoica en grado máximo, la palabra que describe mejor tal actitud es "sufrida"; fémina siempre vulnerable, pero que cuando resiste los embates de los hombres es el ser ejemplar, casi diosa por el grado máximo de virtuosismo. El mexicano es también identificado por Paz como amante de las fiestas; el calendario no es más que una sucesión de celebraciones religiosas o civiles que le sirven para reunirse, festejar y abrir ahí su corazón para gritar, por la independencia, el 5 de mayo o la Virgen de Guadalupe.

Todas estas características señaladas por Paz, se corresponden con aquellas con las que el cine, la música, las historietas y las pinturas de calendario propusieron o reforzaron en las dos décadas anteriores. El mexicano del Laberinto es casi la descripción de aquél de los almanaques de los años treinta y cuarenta. México parecía haber alcanzado la autoconciencia, tras décadas de búsqueda, tanto la población en general como los intelectuales parecían haber encontrado las esquivas características esenciales del mexicano, unos así lo sentían y los otros decían entenderlo. Esta definición alcanzó al resto del mundo, de forma todavía más reducida o esquemática.

Si bien el calendario de pared seguiría vigente en el país un par de décadas más, pronto desaparecerían en él sus características pinturas. Como ya se mencionó, el perfeccionamiento de la fotografía a color desplazaría a la pintura como ilustración del almanaque y para la década de los años cincuenta, la televisión se convertiría en importante medio publicitario que afectaría a la industria del calendario todavía más.

Hoy en día las pinturas de los calendarios apenas son conocidas por unos cuantos. Algunas de ellas han sido empleadas como obras netamente nacionalistas en portadas de discos, ilustraciones de revistas y otros medios. Algunas personas por todo el país conservan calendarios originales de la época de oro, siendo la colección más importante en México la reunida por Darío Sabinas Rodríguez en Esperanza, Puebla.⁴⁹ Por supuesto, también se conservan la mayor parte de las pinturas originales entre las compañías litográficas y patrocinadoras de los almanaques. He ahí un rico acervo de iconografía netamente nacionalista todavía por estudiar en detalle.

Los almanaques de pared se siguen elaborando hasta la fecha, pero ya no tienen el éxito o difusión que alcanzaron hace medio siglo, los cromos son ya en su mayoría fotografías a color o hasta imágenes creadas por computadora y ya no se elaboran pinturas de temas nacionalistas para éstos, cuando mucho se repiten algunas de los más conocidas de antaño.

⁴⁹ El señor Sabinas tiene una invaluable colección de cerca de 3 000 ejemplares, algunos datan del siglo XIX y la mayor parte es de la llamada época de oro.



Antonio Gómez R., sin título.⁵⁰



Jesús Helguera, *La princesa Flor de Luna*.⁵¹

No todo lo propuesto para la imagen nacionalista tuvo éxito o aceptación.

⁵⁰ *La leyenda de los cromos*, p. 77.

⁵¹ Óleo sobre tela, colección Lito-Offset Latina.



Antonio Gómez R. *El torito*, (1949).⁵²



Eduardo Cataño, *Ataque a la gran Tenochtitlán*.⁵³

⁵² *La leyenda de los cromos*, p. 95.

⁵³ Óleo sobre tela, colección Lito-Offset Latina.

CONCLUSIONES.

El nacionalismo es un elemento ideológico de gran importancia para los Estados modernos, sirve para crear o reforzar un sentimiento de pertenencia y lealtad entre los individuos del conjunto, promover la idea de independencia y otorgar legitimidad al grupo en el poder. De ahí que su creación y promoción sea muy necesaria, en especial en tiempos difíciles o de transición. A partir del siglo XX la promoción de este sentimiento alcanzó gran fuerza, pues la tecnología desarrolló los medios masivos que alcanzaron a las mayorías como nunca antes. Ya desde los tiempos de egipcios, romanos u olmecas los grupos gobernantes se han ocupado de promover a través de imágenes ciertos símbolos con los cuales las mayorías se identificarán. Pero es hasta el siglo pasado que la tecnología pudo llevar estas imágenes a casi la mayor parte de la población, a las masas. Además dichos símbolos ya no estuvieron en algunos lugares públicos, sino que fue posible llevarlos a casi todo hogar, de forma tal que llegaban lo mismo a niños que adultos, hombres o mujeres, de forma sutil, pero constante.

La Revolución Mexicana no sólo modificó de forma significativa las estructuras del país, generó un nuevo proyecto de nación, creó la necesidad de definir y promover una nueva imagen de lo mexicano, un nacionalismo acorde a sus necesidades. Estas características aglutinadoras debieron de identificarse con los elementos populares, por ser éste el grupo social que comúnmente da vida al nacionalismo, además fueron los que dieron fuerza al movimiento. En el proceso de desarrollo del nacionalismo posrevolucionario se distinguen dos etapas: la primera, cuando se advierte la necesidad de este elemento ideológico e incluso se inicia su promoción, pero sus características

son todavía vagas o indeterminadas (1920-1935). El país tenía importantes diferencias entre lo rural y urbano, el norte, el centro y el sur, las clases populares y las acomodadas, lo indígena y lo mestizo; ¿Cómo sintetizar o simplificar todo esto en una sola imagen? En la segunda etapa se crean o seleccionan las particularidades de esta construcción, tanto las materiales como las inmateriales y llegan éstas a ser plenamente identificadas tanto por las masas nacionales como por el extranjero (1935-1950).

La creación de una nueva concepción popular de lo mexicano tuvo como complicación el gran mosaico cultural de nuestro país, fue necesario concebir una imagen que más que aglutinar la multitud de elementos, representara al todo por convención, sin ser necesariamente verdadera o completa. No existió o existe tal cosa como la esencia del mexicano o "lo mexicano", el objetivo de todo estudio sobre el nacionalismo debe ser entender o definir la articulación de los diferentes elementos que participan en la construcción nacionalista. El resultado fue alcanzado a través de un proceso de selección eminentemente complaciente, que no incluyó aquello más característico o común, sino aquellas virtudes en las cuales el pueblo deseaba reconocerse. Así como en el nivel individual los mecanismos de defensa ayudan al individuo a formarse una idea de sí mismo complaciente, que no provoque angustia; en las sociedades podemos considerar que existen procesos parecidos. Si uno de los propósitos del nacionalismo es crear sentimientos de pertenencia, éstos deben ser a través del orgullo, del aprecio por ciertas virtudes. ¿Quién o quiénes gustarían de identificarse con aquello viciado o con defectos?

La creación y promoción del nacionalismo interesa ante todo al gobierno, mas no es éste el único que interviene en el proceso. Otros medios pueden sin duda cooperar en su difusión y hasta intervenir en la creación del

estereotipo o imagen nacionalista. El gobierno se encarga de la promoción de ciertos elementos nacionalistas considerados como "oficiales": el himno nacional, el escudo patrio, la bandera, los grandes héroes y nobles gestas del pasado como muestra de valores y actitudes de los mexicanos, Pero el nacionalismo popular tendría que ir más allá de estos elementos, el vestido, los alimentos, la música, los entretenimientos, las aficiones, las costumbres, los valores del mexicano, no podían ser sólo aquellos del himno nacional o los de Cuauhtémoc, Hidalgo, Morelos, Zaragoza o Juárez. La solemnidad dada a los símbolos patrios y el carácter de casi santidad de los héroes, los apartaba del ciudadano común, dificultaba la identificación con ellos. Debía haber otros elementos nacionalistas más terrenales, propios, apartados de ceremonias oficiales o aulas escolares. En el nacionalismo popular el Estado fue poco propositivo, fueron otros sus principales creadores, pero una vez perfilados aquellos elementos acordes a la deseada imagen nacionalista, los adoptó y promovió. La figura del charro de Jalisco no fue seleccionada por los medios oficiales, de entre las diversas figuras regionales, pero una vez identificada por las masas, este jinete se aceptó como la esencia de los mexicanos y grupos de charros pasearon como cierre del desfile militar y celebración nacionalista del 16 de septiembre. Si el gobierno hubiera planeado o definido cuál de todas las regiones sería la que representara al mexicano, muy probablemente hubiera tenido que ser la del altiplano central por su importancia política-histórica, o la de Sonora por el origen del grupo en el poder, pero no fue así.

Dentro del manejo de los símbolos patrios, el nacionalismo oficial, el gobierno regula su uso o promoción, incluso a través de leyes o reglamentos, mas en la parte profana o popular no se puede dar tal control; lo que le

importa es que dichos elementos cumplan su función de identificación. Seguramente los ideólogos del Estado planean bien el manejo de su parcela nacionalista, mas en el caso del las pinturas de calendario, el cine, las historietas, la música y otros medios que ayudaron a definir el estereotipo del nacionalismo posrevolucionario, el principal interés debió de haber sido la aceptación del público. No hay indicios de propuestas premeditadas u otras intenciones en los artistas o publicistas más que asegurar grandes ventas. El calendario por ejemplo uso imágenes de dos corrientes nacionalistas opuestas, como la indígena y la hispana: No hubo conciencia de la promoción de dos opuestos y se recurría a todo tema buscando ventas.

Para mediados del siglo XX la imagen del mexicano fue identificada y definida, en su mayor parte, de aquellas propuestas del nacionalismo no oficial. El cine, la radio, los calendarios, las historietas, tuvieron un mayor peso en la construcción nacionalista, que la educación, las políticas oficiales, el arte promovido por el Estado o las propuestas académicas de intelectuales. Los medios del primer grupo tuvieron un mayor alcance y mayor aceptación que los segundos. Las pinturas de calendario propusieron y promovieron algunos de los símbolos populares del estereotipo nacionalista, pero también fueron perfilando a través de sus escenas costumbristas la idiosincrasia del mexicano, sus valores y actitudes.



Antonio Gómez R., *Charrería mexicana* (1960).¹

El calendario de pared de los años treinta y cuarenta llegó a ser un medio de difusión de gran alcance. Estuvo en buena parte de los hogares mexicanos y fue uno de los primeros medios masivos que, sin duda alguna, ayudaron a crear el nacionalismo posrevolucionario. Por algunos años ni el cine, ni la radio llegaron a tantos mexicanos como el almanaque de pared, éste dejó una huella significativa por la fuerza de su pinturas y sobre todo por esa constante presencia que saturaba la vida diaria por al menos un año e influía en su público de forma tan importante como la realidad misma. El calendario presentó más que cualquier otro tema, lo nacionalista; promovió el glorioso

¹ *La leyenda de los cromos*, p. 38.

pasado prehispánico, la ejemplar vida rural, la sólida familia mexicana, los encomiables valores y actitudes del pueblo. Propuso o reforzó en sus imágenes, apariencia física, vestido, música, baile, alimento, bebida, arquitectura, utensilios, celebraciones, paisaje, fauna, flora.

Las pinturas de calendario de la llamada época de oro no sólo participaron en el proceso nacionalista, sino que además lo hicieron con gran éxito, gracias a su amplia distribución, gran aceptación y constante presencia. El calendario de pared ayudó a crear una industria de calidad y producción tal, que alcanzó proyección internacional y consolidó compañías litográficas que subsisten hasta el siglo XXI.

La pintura de calendario ha sido a menudo descalificada por el medio de las Artes Plásticas, muchos son los argumentos. Una de las descalificaciones más frecuentes es la marcada complacencia de algunas de las pinturas del género. Es precisamente este tan bien logrado deseo de agradar el que hace de estas obras un elemento de importancia dentro de la formación del nacionalismo posrevolucionario, pues como ya se estableció anteriormente, el proceso debe ser complaciente, no necesariamente apegado a la realidad, pues se apela al sentimiento no a la razón.

El proceso de definición nacionalista se hizo casi por completo en las ciudades del país, aun así los elementos seleccionados para representar a México fueron los del tradicional y virtuoso medio rural. Durante la creación del estereotipo la mayor parte de la población vivía en el campo y aunque paulatinamente surgió una cultura urbana, ésta ya no alcanzó a integrarse plenamente a la construcción nacionalista.

De todos los medios que ayudaron a crear el nacionalismo posrevolucionario, fue el calendario de pared aquél que más fácilmente pudo desarrollar la idea de un gran y virtuoso pasado prehispánico. Es por esto que las imágenes de este tema fueron las de mayor aceptación entre el público de aquellos años y aún hoy en día. Para muchos mexicanos e incluso norteamericanos de origen mexicano, las pinturas de calendario han podido representar la pasada gloria indígena mejor que monumentos, museos o zonas arqueológicas, pues al seleccionar imágenes para sus hogares, libros, murales, ropas, muebles, han preferido aquellas de los almanaques. Aunque el calendario de pared no es ya tan popular como antaño, sus imágenes indigenistas de la época de oro, no han dejado de reproducirse a lo largo de casi sesenta años en los más variados medios.

Los temas e imágenes que se encuentran en los almanaques de pared se corresponden en el tiempo con las características del desarrollo nacionalista; no sólo son parecidas a las promovidas en otros medios, sino son discretas o poco definidas en el inicio del proceso, propositivas durante la formación del estereotipo y finalmente, por completo acordes a la imagen creada y aceptada por las masas hacia mediados del siglo XX.



Jesús Helguera, *Centinela de la Patria*.²

² *La leyenda de los cromos*, p. 85.

BIBLIOGRAFÍA

Archivos y otras fuentes

Archivo Histórico de la Secretaría de Educación Pública.

Centro Nacional para la Investigación, Documentación e Información de las Artes Plásticas (CENIDIAP).

Colección de calendarios de Darío Sabinas Rodríguez, Esperanza, Puebla.

Documentos sobre la pintura de calendario archivo de Nuria Sadurní, nieta del pintor del mismo apellido, México D.F.

Entrevista al señor Andrés García Vega quien trabajó en la industria del calendario por treinta años, hecha en el Colegio Rudyard Kipling, Naucalpan, Estado de México, en 1992.

Libros y revistas

Aguilar Camín, Héctor, *Subversiones silenciosas: Ensayos de historia y política de México*, México, Aguilar, 1993, 216 p.

Alberro, Solange (coord.), *Cultura, ideas y mentalidades*, México, El Colegio de México, 1992, 262 p., ils. (Lecturas de historia mexicana, 6).

Anderson, Benedict, *Comunidades imaginadas, Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*, México, Fondo de Cultura Económica, 1993, 316 p. (Popular, 498).

Annino, Antonio y Francisco Xavier Guerra (coords.), *Inventando la nación, Iberoamérica siglo XIX*, México, Fondo de Cultura Económica, 2003, 694 p.

Aurrecoechea, Juan Manuel y Armando Bartra, *Puros Cuentos, La historia de la historieta en México, 1874-1934*, v. 1, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Museo Nacional de las Culturas Populares, Grijalbo, 1988, 292 p., ils.

Arce Gurza, Francisco, "En busca de una educación revolucionaria, 1924-1934" en *Ensayos sobre historia de la educación en México*, 2 ed. México, El Colegio de México, 1985, pp. 145-188.

Archivo Histórico de la Secretaría de Educación Pública, guía general, México, [Edición en fotocopia], 1996, 78 p.

Asamblea de ciudades, Ciudad de México 20s/50s, México, Museo del Palacio de Bellas Artes, Instituto Nacional de Bellas Artes, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1992, 278 p., ils.

Bartra, Roger, *La jaula de la melancolía, identidad y metamorfosis del mexicano*, México, Grijalbo, 1996, 234 p. Ils.

Blancarte, Roberto, (comp.), *Cultura e identidad nacional*, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Fondo de Cultura Económica, 1994, 424 p. Ils.

Brading, David, *Los orígenes del nacionalismo mexicano*, 2a ed, traducción de Soledad Loaeza Grave, México, Era, 1993, 142 p.

Childe, Gordon V, *Los orígenes de la civilización*, tr. Eli de Gortari, México, Fondo de Cultura Económica, 1954, 291 p. Ils (Breviarios,923).

Cronos y Cromos, México, Centro Cultural Arte Contemporáneo, 1993, 36 p. ils.

Curiel Martha Eugenia, et al., *México setenta y cinco años de Revolución, IV, Educación, Cultura y comunicación 1*, México, Instituto, Nacional de Estudios Históricos de la Revolución Mexicana, Fondo de Cultura Económica, 1988, XII, 384 p.

“El Kitsch”, en *Poliester*, México, 1992, Verano, Número 2.

El nacionalismo y el Arte Mexicano (IX Coloquio de Historia del Arte), México, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Estéticas, 1986, 416 p. (Estudios de Arte y Estética, 25).

Espinosa Elia, “Lo cursi y los elementos que lo transforman en la pintura de Jesús Helguera”, en *Historia leyendas y mitos de México (XI Coloquio Internacional de Historia del Arte)*, México, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Estéticas, 1988, p. 345-364, ils. (Estudios de Arte y estética, 30)

Florescano, Enrique (comp.), *El patrimonio cultural de México*, México, Fondo de Cultura Económica, 1993, 424 p.

Florescano Enrique (coord.), *Mitos Mexicanos*, México, Aguilar, 1995, 318 p. ils.

Frost, Elsa Cecilia, *Las categorías de la cultura mexicana*, México, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras, 1972, 212 p.

García Canclini, Néstor, *Las culturas populares en el capitalismo*, México, Nueva Imagen, 1982.

García García, Eduardo, “Las chicas del calendario”, en *Revistas de Revistas*, No. 4451, abril de 1997, México, Regino Díaz Redondo, p.28-29.

García Riera, Emilio, *Historia documental del cine mexicano, 1929-1937*, V. I, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1993, 318 p. ils.

Gellner, Ernest, *Naciones y nacionalismo*, Madrid, Alianza Universidad, 1988, 190 p. (Alianza Editorial, 532).

González, Luis, *Historia de la Revolución Mexicana, 1934-1940, tomo 15, Los días del presidente Cárdenas*, México, El Colegio de México, 1981, X, 384 p., ils.

González Luis, *Historia de la Revolución Mexicana, 1934-1940, tomo 14, Los artífices del cardenismo*, México, El Colegio de México, 1979, X, 276 p.,ils.

Granillo, Lilia (coord.), *Identidades y nacionalismos, una perspectiva interdisciplinaria*, México, Universidad Autónoma Metropolitana, 1993, 348 p. (Ensayos, 39).

Gruzinski, Serge, *La guerra de las imágenes, de Cristobal Colón a “Blade Runner”(1492-2019)*, México, Fondo de Cultura Económica, 1995. 224 p.

Gruzinski, Serge, *et al., México: identidad y cultura nacional*, México, Universidad Autónoma Metropolitana, 1994, 110 p. (Biblioteca Memoria Mexicana, 3).

Hale, Charles A., *Mexican Liberalism in the Age of Mora, 1821-1853*, New Haven, Yale University Press, 1968, 348 p. (Caribbean Series,11).

Hauser, Arnold, *Teorías del Arte, tendencias y métodos de la crítica moderna*, 5a ed. traducida del Alemán por Felipe González Vicens, Barcelona, Guadarrama, 1982, 428 p.

Hobsbawm, Eric, *Naciones y nacionalismo desde 1780*, 2ª ed., traducida del Inglés por Jordi Beltrán, Barcelona, Crítica, 2004, 216 p. (Biblioteca de bolsillo, 53).

Huxford's Collectible Advertising, an illustrated value guide, 4a ed. Paducah, Collector Books, 1999, 320 p. ils.

Jesús Helguera, México, Galas de México, 1989, 45 p. ils.

Kemper, Robert V., "Migración y transformación de la cultura mexicana: 1519-1992", en *Tradición e identidad en la cultura mexicana*, Agustín Jacinto y Álvaro Ochoa (coords), México, Colegio de Michoacán, Consejo de Ciencia y Tecnología, 1995, 568 p.

La cultura popular vista por las élites (antología de artículos publicados entre 1920 y 1952), introducción y selección de Irene Vázquez Valle, México, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Bibliográficas, 1989, 566p., ils.

La leyenda de los cromos, el arte de los calendarios mexicanos del siglo XX en Galas de México, México, Museo Soumaya, 2000, 304 p., ils.

Larroyo, Francisco, *Historia comparada de la educación en México*, 19a ed., México, Porrúa, 1986, 608 p., ils.

Lerner, Victoria, *Historia de la Revolución Mexicana, 1934-1940, tomo 17, La educación socialista*, México, El Colegio de México, 1979, VIII, 200 p., ils.

Maza, Francisco, de la, "Notas sobre lo cursi", en *Anales del Instituto de Investigaciones Estéticas*, México, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Estéticas, 1970, vol X, num. 39, pp.35-50.

México demográfico, México, Consejo Nacional de Población, 1979, 128 p., grafs. (Breviarios).

Miller, Michael Nelson, *Red, White, and Green, The Maturing of Mexicanidad, 1940-1946*, El Paso, The University of Texas, 1998, 228 p. (Southwestern Studies, 107).

Monsiváis, Carlos, "Muerte y resurrección del nacionalismo mexicano", en *Nexos*, noviembre, 1986, pp. 13-22.

Monsiváis Carlos, "Las utopías a domicilio, tiempo de calendarios". en *Reforma*, 16 de enero de 1994, El Angel p. 16.

Moreno Rivas, Yolanda, *Historia de la música popular mexicana*, México, Patria, Alianza Editorial Mexicana, 1979, 280 p. (*Los Noventa*, 2).

Ortiz Gaitán, Julieta, *Imágenes del deseo, arte y publicidad en la prensa ilustrada mexicana (1894-1939)*, México, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras, Instituto de Investigaciones Históricas, 2003, 440 p. (Posgrado, 22).

Panofsky, Erwin, *Estudios sobre iconología*, Prólogo de Enrique Lafuente Ferrari, traducción del Inglés de Bernardo Fernández, Madrid, Alianza Editorial, 1992, 352 p., (Alianza Universidad, 12).

Paz ,Octavio, *El laberinto de la soledad, Postdata, Vuelta al laberinto de la soledad*, México, Fondo de Cultura Económica, 1995, 352 p. (Popular,471).

Pedroza, Mario, “Arte culto y arte popular”, en *La dicotomía entre arte culto y arte popular, Coloquio Internacional de Zacatecas*, México, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Estéticas, 1979, pp. 89-104 (Estudios de Arte y Estética, 14).

Pérez Monfort, Ricardo, *Estampas de nacionalismo popular mexicano, ensayos sobre cultura popular y nacionalismo*, México, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores de Antropología Social, 1994, 220 p. (Miguel Othón de Mendizabal).

Pérez Monfort, Ricardo, “Nacionalismo y estereotipos 1920-1940 “ *El Nacional, dominical*, 11 de noviembre de 1990. N. 25 p. 4-9.

Pérez Vejo, Tomás, *Nación, identidad nacional y otros mitos nacionalistas*, 2a ed., Oviedo, Nobel, 1999, 244 p.

Plascencia de la Parra Enrique, “Conmemoración de la hazaña épica de los niños héroes; su origen, desarrollo y simbolismos”, en *Historia Mexicana*, No. 178, Octubre-diciembre 1995, El Colegio de México, pp. 241-279.

Quiñones, Isabel, *Mexicanos en su tinta: Calendarios*, México, Instituto Nacional de Antropología e Historia, 1994, 150 p., ils. (Obra diversa).

Ramos, Samuel, *El perfil del hombre y la cultura en México*, 18a ed., México, Espasa-Calpe, 1990, 318 p.

Reyes, Aurelio de los, *Cine y sociedad en México, 1886-1930, Bajo el cielo de México*, México, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Estéticas, V. II, 1993, 410 p. ils.

Rodríguez, Antonio, “¿Calendarios de Helguera en Bellas Artes? en *Excelsior*, 30 de noviembre de 1985. p. 4.

Sheridan, Guillermo, *México en 1932, La polémica nacionalista*, México, Fondo de Cultura Económica, 1999, 506 p. (Vida y pensamiento de México).

Schroeder's Antiques Price Guide, 17a ed., Paducah, Collector Books, 1999, 606 p. ils.

Sills, David L. (ed.), *Enciclopedia internacional de las ciencias sociales*, Madrid, Aguilar, 1974. 11v.

Smith, Robert Freeman, *Los Estados Unidos y el nacionalismo Revolucionario en México, 1916-1932*, México, Extemporáneos, 1973, 416 p.

Tenorio Trillo, Mauricio, *Artifugio de la nación moderna, México en las exposiciones universales, 1880-1930*, México, Fondo de Cultura Económica, 1998, 416 p. Ils.

Torres Michúa, Armando, "La hueca cursilería entra a Bellas Artes" en *El Día*, 16 de diciembre de 1985, Cultura, p. 10.

Turner, Frederick C., *La dinámica del nacionalismo mexicano*, México, Grijalbo, 1971, 408 p. (Nuestras Cosas, 6).

Valenzuela Arce, José Manuel, (coord.) *Decadencia y auge de las identidades, cultura nacional, identidad cultural y modernización*, Tijuana, El Colegio de la Frontera Norte, 2000, 384p.

Vázquez, Josefina, *Nacionalismo y educación en México*, 2a ed. México, El Colegio de México, 1975, 334 p. (Centro de Estudios Históricos, Nueva Serie, 9).

Vilches, Lorenzo, *La lectura de la imagen, Prensa, cine televisión*, Barcelona, 1983, Paidós, 256 p. (Paidós Comunicación, 11)

Anexo 1

Obra de Jesús Helguera

El abrazo de Acatempam.
Adelante.
La Adelita.
Almuerzo.
Amor gaitero.
Amor indio.
Amor misionero.
Andaluza.
Bajo tu protección seguiremos trabajando.
Baño de pureza.
Bella andaluza.
Belleza criolla.
Belleza de Pátzcuaro.
El bautizo.
La bendición de los animales.
La burrita.
Caballeros andantes.
Caballero águila.
El caminante del Mayab.
La Candelaria.
El cardenal Garibi rinde homenaje a Paulo VI.
Carmencita trianera.
Castillo.
Celebrando la vendimia.
Centinela de la patria.
“Cero a cero”.
Cervantes.
El Cid.
Cimas .
Cinco orquideas.
Conchita.
Corona de espinas.
Crepúsculo de Pátzcuaro.
El cristo del camino.
Cristo muerto.
Cristo en la cruz.
Cuauhtémoc.
La dama del abanico.
Despedida campestre.
Devoción.
Diez de mayo.
Don Quijote.
Doña Sol.
La espera.

Esperanza campesina.
Estampa leonesa.
Estrellita.
Fervor guadalupano .
El flechador del sol.
Flor de Olinalá.
Flor de Tabasco.
Flor tapatía.
Fray Bartolomé de las Casas.
La fundación de Tenochtitlán.
Gral. Juan Andrew Almazán (ret.).
Gral. Manuel Ávila Camacho (ret.).
Grandeza azteca.
Génesis de inmortalidad.
Gesto azteca.
Gitanos (El cantaor).
Guerrero azteca.
La herencia de los misioneros.
Hernán Cortés.
Hidalgo.
Idilio Gitano.
El ingenioso Hidalgo.
El insurgente.
Invasión.
Juan Diego.
Juan Escutia.
Juan XXIII .
Julia G. de Helguera (ret.).
La leyenda de los volcanes.
La luna enamorada.
Madre tierra.
Maja.
La maja de la Giralda.
La Malinche.
Manuel Rodríguez “Manolete”.
Las mañanitas.
Marcelino, pan y vino.
Maricruz.
Mes de María.
Morena Clara.
La muerte de Manolete.
La mujer dormida.
Mujer Suiza.
Nacimiento.
La Nacional.
Nezahualcóyotl.
El niño.

El niño es la mejor promesa de la patria.
El niño y la Patria.
La Noche Triste.
Ocaso.
Ofrenda a la Virgen morena.
Ofrenda al ídolo.
Ofrendó su vida por una humanidad mejor.
¡Oh Patria mía!
La oración de la tarde.
La oración del huerto.
Orquideas para ti.
El padre de los indios.
La Patria.
Paisaje (troncos).
Pasado glorioso.
El pescador.
Plus ultra... Más allá.
Poco a poquito.
El premio a la victoria.
Presentación del niño en el templo.
La princesa Flor de Luna.
Probando la cosecha.
Progreso.
Rayando.
El rebozo.
Recolectando la fruta.
El Redentor.
La reina Xochitl.
El río de las mariposas.
Rosa valenciana.
San Felipe de Jesús.
San Jorge venció al dragón, la Gran Bretaña al hitlerismo.
Santiago apóstol.
Sembradores de amor.
Sir Winston Churchill.
Soledad.
Sra. De González de la Vega (ret.).
Sra. De la Macorra (ret.).
Sritas. De la Macorra (ret.).
El sueño de Bolívar.
Talador.
Tejados de Bilbao.
Tentación jarocho.
El tesoro del pirata (Gaviota?).
Tianguis.
Torso de mujer.
La tragedia de la fiesta.

Trianera.
Unidad, previsión, trabajo harán la grandeza de México.
El valiente.
Viejo pino.
Volveré.
La yalalteca.
Yo sé que nunca.
La zarzamora.

Anexo 2*



Eduardo Cataño., *Belleza tarasca.*

* Todas las imágenes son de la obra *La leyenda de los cromos*, op. cit.



Eduardo Cataño, *Gavilán pollero.*



Eduardo Cataño, *Ojos tapatíos.*



Eduardo Cataño, *sin título*.



Eduardo Cataño, *sin título*.



Eduardo Cataño, *sin título*.



Antonio Gómez R., *Costeños*.



Antonio Gómez R., *Fe*.



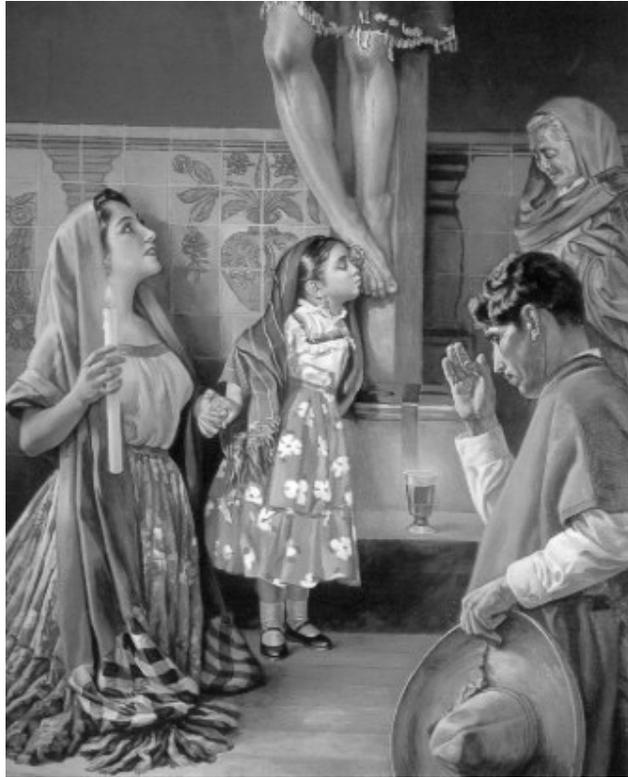
Antonio Gómez R., *Floración yalalteca*.



Antonio Gómez R., *Poema campesino*.



Antonio Gómez R., *sin título*.



Antonio Gómez R., *sin título*.



Antonio Gómez R., *sin título*.



Jesús Helguera, *Fray Bartolomé de las Casas*.



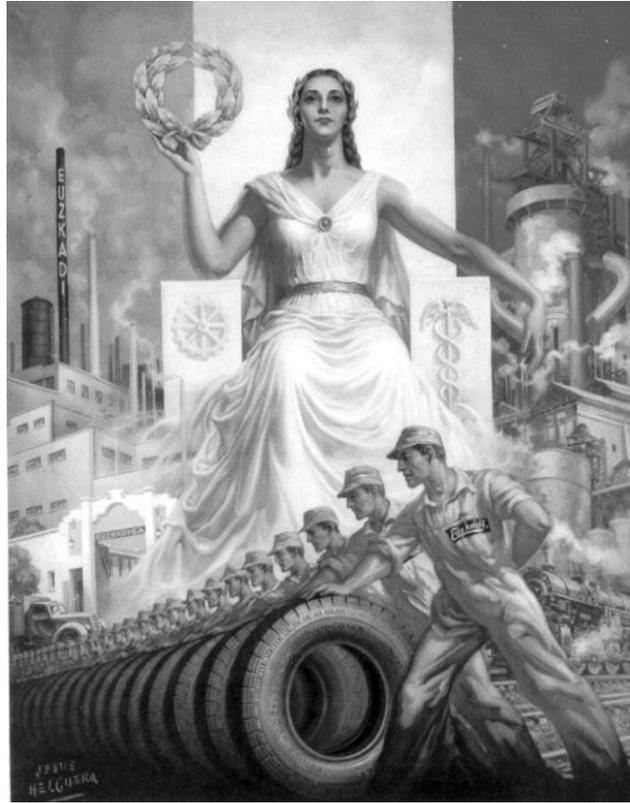
Jesús Helguera, *Grandeza azteca*.



Jesús Helguera, *Ofrenda a la Virgen morena*.



Jesús Helguera, *Progreso*.



Jesús Helguera, *Unidad, previsión, trabajo harán la grandeza de México.*



Jaime Sadurní, *Cielito lindo.*



Jaime Sadurní, *Dios y patria.*



Jaime Sadurní, *La sirena.*



Jaime Sadurní, *sin título*.