



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
POSGRADO EN ARTES Y DISEÑO
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRAFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.

TESIS
QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE:
MAESTRO EN ARTES VISUALES

PRESENTA:
FERNANDO LOJERO CANCINO

TUTOR
DR. JOSÉ DANIEL MANZANO AGUILA
(ENAP)
COTUTOR
MTRA. LAURA ALICIA CORONA CABRERA
(ENAP)

MÉXICO, D.F. ENERO 2014





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.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
POSGRADO EN ARTES Y DISEÑO
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRAFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.

TESIS
QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE:
MAESTRO EN ARTES VISUALES

PRESENTA:
FERNANDO LOJERO CANCINO

DIRECTOR DE TESIS
DR. JOSÉ DANIEL MANZANO AGUILA
(ENAP)

SINODALES
MTRA. AUREA MARÍA EUGENIA QUINTANILLA SILVA
(ENAP)
MTRA. LAURA ALICIA CORONA CABRERA
(ENAP)
MTRO. VICENTE JURADO LÓPEZ
(ENAP)
MTRA. DIANA YURICO ESTÉVEZ GÓMEZ
(ENAP)

MÉXICO, D.F. ENERO DE 2014







Afectuosos
Agro.

A lo URM y lo URM.

A mis maestros y tutores
A los amigos y alumnos
y en especial a:

Raquel Mancera
Patricia Gutiérrez
Martha S. Lucero

Todos y cada uno saben por qué.



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	- 3
Capítulo 1	
LITOGRAFÍA Y TABACO, UNA HISTORIA COMPARTIDA	- 5
1.1 Antecedentes de la litografía en México	- 5
1.2 Breve historia de la industria tabaquera en México	- 11
Capítulo 2	
ANÁLISIS ICONOGRÁFICO	
De imágenes de etiquetas y envolturas de puros y cigarros	- 20
2.1 La imagen como reflejo de usos y costumbres en el México de principios del siglo XX	- 20
2.2 Análisis de imágenes seleccionadas	- 32
2.2.1 Descripción del método de análisis iconológico	- 33
2.2.2 Desarrollo del análisis iconográfico de una selección de imágenes referentes a tabacos	- 37
Capítulo 3	
CATÁLOGO RAZONADO	- 58
3.1 Preliminar	- 58
3.2 Catálogo	- 68
CONCLUSIONES	- 149
FUENTES DE CONSULTA	- 151
ÍNDICE DE IMÁGENES	- 156

ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRAFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.



Introducción

INTRODUCCIÓN

En esta investigación se exponen algunas imágenes plasmadas en un grupo de piedras litográficas que son parte del acervo artístico y documental que resguarda el plantel Academia de San Carlos de la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la UNAM; la importancia de estas imágenes radica en que, en su mayor parte, son un ejemplo del diseño que se realizaba en los primeros años del siglo XX en México.

Las imágenes elaboradas sobre estas piedras litográficas tienen cualidades estéticas; no son propiamente obras artísticas, más bien fueron diseñadas para responder a necesidades comerciales de diferentes industrias y sin que fuera su objetivo, también son reflejo de los usos y costumbres del México de hace cien años y para mí esa es su importancia como documento.

Las piedras litográficas en resguardo son aproximadamente 1500 y para esta investigación se decidió realizar una muestra de la tercera parte del total; esto principalmente por las condiciones del lugar donde están guardadas, pues el espacio en que se encuentran contiene además una serie de esculturas de yeso que están en proceso de restauración, lo cual reduce el espacio de trabajo y dificulta su manipulación. Se fotografiaron 500 de ellas por dos de sus caras. La mayoría de éstas tienen representaciones de etiquetas referentes a diversos rubros, entre otros: medicamentos, bebidas, alimentos, pinturas, cerillos y tabacos.

Lo que se busca es realizar un catálogo razonado de las imágenes que hacen referencia a la industria del tabaco por ser este rubro el que muestra más variedad de soluciones gráficas y representa un tipo de estética propio de principios del siglo XX.

Para esto se propone:

- Seleccionar y analizar desde un punto de vista iconográfico imágenes que hagan referencia al tabaco.
- Encontrar constantes iconográficas en los diseños de etiquetas de puros y cigarros, que al parecer se usaban a principios del siglo XX en México, como son

la utilización de retratos de personajes históricos, motivos vegetales, motivos animales, retratos de mujeres, símbolos patrios, entre muchos otros.

- Divulgar, es decir, dar a conocer las imágenes elaboradas en las piedras litográficas del acervo de la ENAP; esta tesis, como resultado de una investigación, es el primer paso.



Capítulo 1

Capítulo 1 LITOGRAFÍA Y TABACO, UNA HISTORIA COMPARTIDA

La litografía fue creada en el siglo XVIII para responder a la necesidad de reproducir imágenes de manera más fácil, rápida y económica. Después de haber sido aceptada, se popularizó y fue empleada para diversos fines, entre ellos los artísticos y los de la publicidad. La industria tabaquera la aprovechó para difundir sus productos y la desarrolló a tal grado que en 1820 empezó a imprimir imágenes con colores múltiples. Las imágenes encontradas en las piedras litográficas fotografiadas para esta investigación que presentan más variedad en su iconografía y sus diseños son las relacionadas con la industria tabaquera, por esa razón este resumen gráfico-histórico se enfoca a mostrar un panorama general de lo que es la litografía y cómo ésta se introdujo a México; además, se expone el desarrollo de la industria del tabaco desde el Virreinato hasta principios del siglo XX.

1.1 Antecedentes de la litografía en México

Panorama general

Las piedras litográficas son el soporte que hace las funciones de placa de impresión y son de naturaleza calcárea arcillosa, básicamente compuesta por carbonato de calcio:

Las piedras litográficas están constituidas por un 97% de carbonato de calcio y un 3% de silicio, aluminio y óxido de hierro; formando una pesada estructura calcárea y quebradiza con una superficie de poro fino y compacto.¹

Las que han presentado mejores características por lo fino y uniformidad en su granulometría son las extraídas de las minas de *Solenhofen* en Baviera, Alemania.

El sistema de impresión litográfica también se caracteriza por producir imágenes de gran finura y en México tuvo una gran importancia durante el siglo XIX: “[...] la

¹ Raúl Cabello, *Litografía / manual de apoyo para el taller*, México, ENAP-UNAM, 2008, p. 53.

litografía fue un excelente medio difusor del romanticismo, y acompañó sus ideas en no pocos libros”.²

La diferencia entre las impresiones realizadas de matriz litográfica y las hechas a partir de placas de grabado, sea en relieve o en hueco, es que la piedra no se graba, sino que la tinta se deposita en zonas susceptibles a la grasa, mientras que las partes blancas son sensibles al agua, la cual a su vez rechazará la grasa con que está hecha la tinta.

Algunos autores consideran que esta técnica fue un descubrimiento³ y otros una invención⁴. En cualquier caso, la litografía fue descubierta-inventada por Johann Alois Senefelder en 1796 en Alemania. Manuel Toussaint comenta que:

Descubierta a fines del siglo XVIII, pero generalizada en el segundo decenio del siguiente, la litografía aparece con el principio del auge de la civilización europea caracterizado por el invento de la máquina de vapor, y alcanza gran desarrollo cuando surge el movimiento literario y artístico llamado Romanticismo, del cual fue vehículo y propaganda eficaz. [...] es indudable que el Romanticismo, que aún en su forma literaria tenía mucho de plástico, en el retorno a la Edad Media y sobre todo al Arte Gótico, halló en la litografía su expresión gráfica más cabal y su portavoz más elocuente.⁵

El nombre de la litografía se debe a la unión de dos términos griegos: *lithos* –que significa piedra– y *grafía* –dibujo o escritura–, de tal suerte que cuando hablamos de litografía nos referimos a una estampación obtenida a partir de un dibujo sobre una matriz de piedra.

El principio de la litografía es químico y se basa en el rechazo de la grasa y el agua; como se mencionó anteriormente, no hay un grabado físico, un relieve, por lo que se le

² Desconocido; “México y el Arte Litográfico” en: revista *FERRONALES* No. 11 tomo XXVII, 1956, p. 54.

³ Ver: Manuel Toussaint, *La Litografía en México en el siglo XIX*, México, Estudios Neolito, 1934; Juan Antonio Ramírez, *Medios de masas e historia del arte*, Madrid, Cátedra, 1998, p. 48.

⁴ Ver: Raúl Cabello, *ob. cit.*; Arturo Aguilar Ochoa, *Los inicios de la litografía en México: el periodo oscuro (1827-1837)*, México, Instituto de Investigaciones Estéticas-UNAM, 2007.

⁵ Manuel Toussaint, *ob. cit.*, p. 5.

conoce también como un procedimiento de estampación *planográfico*, o en otras palabras, las zonas dibujadas (negras) y las no dibujadas (blancas o no imprimibles) quedan al mismo nivel sobre la piedra.

Una de sus características es la versatilidad en los resultados gráficos, pues con la litografía se pueden obtener efectos de crayón, de acuarela, altos contrastes, lápices *conté*, y otros materiales empleados en el dibujo, pudiendo confundirse con los resultados de otras técnicas de estampación como la xilografía o el grabado en hueco; incluso, como ya se mencionó, con técnicas de dibujo directo.

La litografía en México

Los italianos Claudio Linati y Gaspar Franchini introdujeron esta técnica de estampación en México, recién estrenado como país, en 1826, apenas cinco años después de terminada la guerra de independencia, estas personas solicitaron permiso para trasladarse a México en mayo de 1825, el cual les fue otorgado por el comediógrafo liberal mexicano Manuel Eduardo de Gorostiza, quien era representante de nuestro país en Bélgica.

Él fue quien, en efecto, recibió en mayo de dicho año un escrito de los italianos Claudio Linati y Gaspar Franchini, en que solicitan ayuda para transportar a México un taller de litografía y ofrecen, en cambio, enseñar gratuitamente el arte.⁶

Un mes después se autorizó el permiso de transporte y se acordó un subsidio para traer a México un taller litográfico. El general Michelena –jefe de De Gorostiza– ministro en Londres, les prestó 160 libras esterlinas, quedando las máquinas (prensas y demás utensilios) hipotecadas a nombre del gobierno mexicano. El 6 de mayo de 1826 otro solicitante fue “[...] un tal Gayare, residente en Bruselas, [...] que pedía una recomendación para que el gobierno mexicano lo ayudara con objeto, también, de

⁶ Manuel Toussaint, *ob. cit.*, p. 7.

fundar una litografía en la Ciudad de México. La contestación fue que escribiese directamente al gobierno”.⁷

El 27 de septiembre de 1826 se establece el taller de Linati y Franchini en la calle de San Agustín número 13, después de que los maestros introductores de la litografía obtuvieron su pasaporte mexicano de manos del primer presidente de la república mexicana, el general Guadalupe Victoria.

... en este documento [pasaporte], el presidente de la República, don Guadalupe Victoria, llama a Linati el «introducido del establecimiento tipográfico en la República» y este título, dado de modo oficial, aclara definitivamente el problema de quien fue el primer litógrafo en el país: Claudio Linati, natural de Parma.⁸

De acuerdo con el inventario del 18 de septiembre de 1926, entre tantos objetos que trajo consigo Claudio Linati llegaron 52 piedras litográficas:

[...] “Treinta y cuatro piedras de 8 sobre 11 libras cada una.	-(de 3.6 a 5 kg)
Once piedras para música de a 16 sobre 19 libras.	-(de 7.2 a 8.6 kg)
Siete piedras de a 70 sobre 100 libras. [...]” ⁹	-(de 31.7 a 45.3 kg)

No podemos saber qué dimensiones tenían estas piedras, pues su peso, es relativo ya que puede variar su espesor y el mismo tipo de piedra; es decir, el peso de las piedras grises es diferente al de las piedras de colores más claros.

Ese mismo año, 1826, Linati, junto con Florencio Galli (también italiano) y el poeta de origen cubano José María de Heredia, formaron una sociedad que dio como fruto el periódico *El Iris*¹⁰, considerada la primera publicación literaria e ilustrada del México independiente y donde aparecen las primeras litografías impresas en el país. Entre

⁷ *Ibidem.* p. 6.

⁸ *Ídem.*

⁹ Edmundo O’Gorman, *ob. cit.*, Documento 19, p. 87.

¹⁰ Ver: Ma. del Carmen Ruiz Castañeda, *El Iris. Periódico crítico y literario*, en Clark de Lara y Speckman (editoras), *La república de las letras / Asomos a la cultura escrita del México decimonónico*, Vol. II, México, Coordinación de Humanidades-UNAM, 2005, pp. 77-86.

otras imágenes se veían figurines, partituras musicales y retratos de héroes de la Independencia como Hidalgo, Morelos y Guadalupe Victoria. Esta revista “tocó temas relativos a la poesía, el teatro, la biografía, la presentación de obras y los descubrimientos recientes en las artes y en las ciencias.”¹¹ Dado que Linati y Galli hicieron crítica de las costumbres y la política mexicanas (“sobre todo en el sentido de reprobar algunas de las medidas tomadas por el gobierno, así como entrar en confrontación con el grupo [masónico] escocés”¹²), fueron expulsados del país; quedó en prenda su imprenta litográfica (incluidos todos los utensilios), pues no cumplieron con el pago de la deuda adquirida con el gobierno. A pesar de esto, en el extranjero “... a expensas de Carlos Sattanino, que también había estado en México”¹³ se publica el libro *Costumes civiles, militaires et religieux du Mexique, dessinées d’apres nature por C. Linati*, el cual “puede considerarse el primer monumento de nuestra litografía”¹⁴.

Un año después (1827), Federico Waldeck (quien al parecer trabajó en la litografía de la Secretaría de Relaciones, que el gobierno incautó a Linati) publicó el libro *Colección de las Antigüedades Mexicanas que existen en el Museo Nacional*.

La obra fue anunciada el 25 de agosto por don Ignacio Isidro de Icaza, director del Museo, y por don Isidoro Rafael Gondra, miembro de la junta de antigüedades, y se publicó en entregas periódicas de cuatro láminas cada una, de las cuales sólo llegaron a salir tres, con doce láminas, y su texto explicativo en seis páginas.¹⁵

Será bueno mencionar que los primeros alumnos mexicanos de Linati fueron José Gracida, de origen oaxaqueño, quien “[...] dibuja e imprime la primer litografía hecha por un mexicano. La imagen es el retrato del cura Hidalgo [...]”¹⁶ e Ignacio Serrano,

¹¹ Ma. Eugenia Claps, “El Iris. Periódico Crítico y Literario”, en *Estudios de Historia Moderna y Contemporánea de México*, vol. XXI, México, Instituto de Investigaciones Históricas-UNAM, 2001, p. 6.

¹² *Ibidem*, p. 5.

¹³ M. Toussaint, *ob. cit.*, p.8.

¹⁴ Desconocido; “México y el Arte Litográfico”, *ob. cit.*, p. 54; M. Toussaint, *ob. cit.*, p.8.

¹⁵ Manuel Toussaint, *ob. cit.*, p. 8.

¹⁶ Raúl Cabello *ob. cit.*, p. 12.

que era oficial del Estado Mayor, teniente de ingenieros para mayor precisión¹⁷. Este último destacó por realizar planos militares y topográficos y, como indica Manuel Toussaint, por dirigir “[...] el grabado en litografía que hizo Mariano Contreras, de un dibujo alegórico para la invitación de los festejos de septiembre de 1830 [...]”¹⁸, lo cual probablemente influyó para que en 1831 estrenara la plaza de Director del ramo de Litografía dentro de la Academia de San Carlos. “Este taller fue de efímera duración, pues a los pocos años ya no existía.”¹⁹

No sabemos si estas piedras pasaron a la Academia de San Carlos, si se quedaron en ella o se dispersaron en algún otro taller.

En 1832 aparece el periódico *Registro Trimestre*, con litografías realizadas en el taller de la Academia de San Carlos.²⁰

El primer taller litográfico público fue el de Rocha y Fournier fundado en 1835, en donde se imprimieron los periódicos ilustrados *El Mosaico Mexicano* (1837-1840) y *El Recreo de las Familias* (1838).

En 1840 los señores Masse y Decaen publican litografías de mayor calidad técnica y libros ilustrados, como *El Quijote*, *Gil Blas* y *Monumentos de México* con litografías de Pedro Gualdi, entre otros. Este taller pasó a manos de Ignacio Cumplido en 1843 publicando entre sus obras las *Exequias de Iturbide*. Posteriormente, Decaen adquiere de nuevo el taller y publica su trabajo más conocido, la colección *México y sus alrededores* (1855-1856). Se asocia con Víctor Debray y éste publica en 1877 el *Álbum del Ferrocarril Mexicano*, con dibujos de Casimiro Castro y A. Signone.

¹⁷ Raúl Cabello, *ob. cit.*, p. 15; Edmundo O’Gorman, *Documentos para la historia de la litografía en México*, México, Instituto de Investigaciones Estéticas-UNAM, 1975, pp. 61-62.

¹⁸ Manuel Toussaint, *ob. cit.* p. 8.

¹⁹ *Ibidem*, p. 9; –(Al respecto es interesante ver la opinión de Arturo Aguilar Ochoa, *Los inicios de la litografía en México: el periodo oscuro... ob. cit.*)–.

²⁰ Al respecto ver: Ma. Esther Pérez Salas, *Las imágenes en las revistas de la primera mitad del siglo XIX*, en Clark de Lara y Speckman (editoras), *La república de las letras / Asomos a la cultura escrita del México decimonónico*, *ob. cit.*, pp. 87-103.

Entre otras casas editoriales que emplearon la litografía se pueden nombrar las siguientes: *García Torres* (1839-1840), *Casa Lara* (1843), *Ignacio Cumplido* (1844), *Casa Murguía* (1847), *J. R. Navarro* (1849), *Llano y Cía.* (1874), *Irineo Paz* (1887), *Michaud y Thomas* (1888).

En la ciudad de México destacaron hacia finales del siglo XIX, entre otros dibujantes cuya obra se conoce por impresiones litográficas: Hipólito Salazar, Hesiquio Iriarte, Santiago Hernández, Francisco Díaz de León, Luis G. Inclán, Plácido Blanco, Constantino Escalante, J. M. Villasana, Casimiro Castro, Joaquín Heredia. En otros estados tenemos: en Puebla a Carlos Neve, en San Luis Potosí a Ortiz y Álvarez, en Toluca a Diberoll, en Aguascalientes a Trinidad Pedroza quien fuera, además, maestro de José Guadalupe Posada.

1.2 Breve historia de la industria tabaquera en México

El tabaco se usaba en América desde mucho antes de la llegada de los europeos. Las más recientes investigaciones nos llevan a pensar que la planta proviene de las mesetas altas de América del sur pero su cultivo, manejo y uso se desarrolló principalmente del centro al norte del continente y la zona de las Antillas. Esta planta era aprovechada en su totalidad, pero se preferían las hojas y los tallos.

Cristóbal Colón y su tripulación llegan a este continente en octubre de 1492 y casi un mes después dos de sus marineros “se lo mostraron [éstos eran] Luis de Torres y Rodrigo de Jerez, quienes por su parte ya lo habían descubierto [...] al ir a explorar tierra adentro de Cuba por encargo de Colón”.²¹ De regreso en Sevilla, Rodrigo de Jerez, dado que se aficionó al tabaco, lo continúa fumando hasta que su mujer lo denuncia al Tribunal de la Santa Inquisición, el cual lo condena a siete años de prisión

²¹ Fernando Ortiz, *Contrapunteo cubano del tabaco y el azúcar*, p. 109. Visto en: José Ramón Alonso Lorrea, *La Historia del Tabaco según autoridades*, en: <http://www.monografias.com/trabajos915/historia-tabaco-autoridades/historia-tabaco-autoridades.shtml>, publicado el martes 4 de noviembre de 2008, (consultado el 23 de julio de 2012).

bajo la acusación de que: “[...] sólo Satanás puede conferir al hombre la facultad de expulsar humo por la boca”.²²

A pesar de la Inquisición, la costumbre de fumar tabaco se propagó rápidamente por Europa.

Según Fernando Ortiz, esta planta migró por dos factores: el natural y el social. El factor natural se refiere al efecto de su consumo, que producía un placer sensual y se consideraba también como defensa terapéutica. “El tabaco gustaba a los sentidos y aliviaba las tensiones psíquicas. Además, el tabaco curaba males reales o imaginarios [...]”²³. El factor social tiene que ver con dos cuestiones, la aceptación social (entiéndase moda) y el estatus que implicaba consumir esta planta en cualquiera de sus presentaciones. Como ejemplo de esto tenemos que en Inglaterra, apenas comenzando el siglo XVII, las farmacias ya no eran suficientes para vender tabaco; de este modo “[...] se establecieron tiendas especiales para su negocio. En ellas se vendía la yerba y los adminículos para fumarla, y allí se juntaban los aficionados para tertuliar [...] Tomar tabaco era un signo de la más alta distinción social. El uso habitual del tabaco daba rango y prestigio”.²⁴

En cuanto a sus presentaciones para consumo, se empezó a fumar tal y como los españoles habían visto hacerlo a los nativos americanos. “Algunos fuman una especie de cigarrillos elaborados con fragmentos de hojas secas de tabaco y envueltos con la espala que protege la mazorca de maíz, imitando a los mexicanos que así acostumbraban disfrutar de la olorosa solanácea”.²⁵

A propósito del origen de la palabra *cigarro*, al parecer ésta proviene de *cigarrales*, lugares llamados así por ser invadidos por cigarras.

²² Visto en: J. Ramón Alonso Lorrea, *La Historia del Tabaco según autoridades*, en: <http://www.monografias.com/trabajos915/historia-tabaco-autoridades/historia-tabaco-autoridades.shtml>, publicado el martes 4 de noviembre de 2008, (consultado el 23 de julio de 2012).

²³ Fernando Ortiz, *ob. cit.*, p. 212., (consultado el 23 de julio de 2012).

²⁴ *Ibidem*, p.1.

²⁵ Visto en: José Ramón Alonso Lorrea, *La Historia del Tabaco según autoridades... ob. cit.*, (consultado el 23 de julio de 2012).

Por orden de Felipe II, Hernández de Boncalo, cronista e historiador de las Indias, fue quien trajo las primeras semillas de tabaco que llegaron a Europa en 1559. Estas semillas fueron plantadas en tierras situadas alrededor de Toledo, en una zona llamada los Cigarrales porque solían ser invadidas por plagas de cigarras. Allí se inició el cultivo de tabaco en Europa y, por este motivo, algunos historiadores sostienen que el nombre de cigarro proviene de esta circunstancia.²⁶

Otra forma de consumo es el esnifado, es decir, el tabaco se aspira en polvo por la nariz. Este polvo es llamado *rapé* y se puso de moda principalmente en Francia debido a que, se supone, el embajador francés en Portugal, Jean Nicot de Villemain, curó a Catalina de Médicis (esposa de Enrique II) de las dolencias de cabeza (jaquecas) que tenía, por ello, al tabaco se le llamó *hierba de la reina* o *hierba del embajador*.

El consumo del tabaco en pipa ya existía en América; en Europa comenzó en el siglo XVI, “[...] pero es en el siglo XIX cuando cobró auge entre minorías selectas de las artes y las letras.”²⁷

El consumo del cigarro puro también comenzó en el siglo XVI y ya para el siglo XIX era signo de elegancia y poder económico.

En el continente americano, la industria del tabaco se desarrolla paralelamente a la industria litográfica. Al parecer este maridaje comienza en Cuba aproximadamente en 1830, pues la litografía ayudó a difundir las marcas de tabacos, en sus presentaciones de cigarros y picaduras para pipa que se fabricaban principalmente en La Habana, Cuba.

Las etiquetas por lo general van acompañadas de excelentes dibujos, [...] Las correspondientes a las fábricas de tabacos son de tamaño grande, mientras las de cigarros son pequeñas, a lo más de dos pulgadas cuadradas; en algunas

²⁶ Visto en: http://ppcchile.com/index.php?option=com_content&view=article&id=48&Itemid=73, (consultado el 11 de noviembre de 2012).

²⁷ E. Becoña, A. Plomares y Ma. P. García, *Tabaco y salud. Guía de prevención y tratamiento del tabaquismo*, Madrid, Pirámide, 1994, p. 24.

ocasiones, muy raras, se imprimían sobre papeles de colores azul, verde, amarillo, rosado, [...]. En las marcas pertenecientes a los tabacos suelen hallarse muy curiosos dibujos reproduciendo vegas, edificios y personajes célebres, mientras que en las de los cigarros predominan nombres y escenas típicos de la época [...]²⁸

Una vez aceptado el tabaco en Europa y al ver que su cultivo y comercialización resultaban un excelente negocio, la Corona Española decide que se cultive sistemáticamente en la Nueva España.

En 1764 el rey Carlos III dispuso la instauración del monopolio gubernamental del tabaco en la Nueva España, como ya había ocurrido en otras partes del Imperio hispano, con el objetivo de convertirlo en una fuente importante de recursos para la Corona [...] «la medida funcionó a la perfección para la Real hacienda» pues el Estanco de Tabaco se convirtió en el segundo manantial de ingresos más importante, sólo después de los impuestos.²⁹

Para controlar la producción de tabaco, el gobierno limitó el cultivo a Orizaba, Córdoba, Huatusco y Zongolica, todas estas jurisdicciones en el estado de Veracruz. “Para 1890 había siete fábricas reales ubicadas en la Ciudad de México, Guadalajara, Puebla, Querétaro, Oaxaca, Orizaba y la Villa de Guadalupe [...]”³⁰

Los cigarros y puros que salían de las fábricas se distribuían por todo el virreinato por medio de funcionarios reales, los cuales abastecían a los estanquillos que contaran con licencia para su venta.

²⁸ José Rivero Muñiz, *Tabaco. Su historia en Cuba*, La Habana, Instituto de Historia, Academia de Ciencias de Cuba, tomo I, 1965, p. 265, citado por José Ramón Alonso Lorrea, *La Historia del Tabaco según autoridades... ob. cit.*, (consultado el 23 de julio de 2012).

²⁹ Carlos Marichal, *La bancarrota del virreinato: Nueva España y las finanzas del imperio español, 1780-1810*, citado por: Jesús Hernández Jaimes, “El desencanto por la independencia: los tabaqueros de Orizaba ante el monopolio estatal del cultivo de la hoja en México, 1821-1836”, en revista ULÚA 16, México, Instituto de Investigaciones Histórico-sociales -Universidad Veracruzana, julio-diciembre 2010, p. 99.

³⁰ *Ídem.*

A principios del siglo XVIII un alto porcentaje del cultivo estaba en manos de pocos hacendados; paralelamente y de manera minoritaria, también algunos pequeños agricultores independientes, ciertos pueblos de nativos, arrendatarios y peones contribuyeron en la producción de tabaco.

Cuando el monopolio se materializó, en 1765, las autoridades a cargo decidieron establecer *contratas* anuales con los cosecheros de manera colectiva, en las cuales se estipulaba la cantidad de plantas que se cultivarían y el precio que se pagaría por ellas. [...] ³¹

Viene la guerra de Independencia y, como era de esperarse, la economía del nuevo régimen que estaba naciendo se ve seriamente trastornada, en buena medida por la falta de experiencia administrativa de los gobernantes; esto, más la deuda acumulada que el gobierno virreinal tenía con los productores de tabaco, trajo como consecuencia varias décadas de desacuerdos y roces entre ambos, los productores de hoja y el gobierno.

La guerra iniciada en septiembre de 1810 trastocó el funcionamiento del Estanco de Tabaco y generó funestas consecuencias tanto para el gobierno virreinal como para los cosecheros veracruzanos. [...] Las continuas exacciones financieras que la Corona había impuesto a la población novohispana, acrecentada a partir de la década de 1780, generaron una insuficiencia de dinero metálico. ³²

El conflicto bélico agravó la situación toda vez que dificultó el cultivo de la hoja y su traslado a las fábricas reales. Realistas e insurgentes echaron mano de los recursos que había en las administraciones provinciales del tabaco. Los rebeldes comandados por José María Morelos destruyeron en 1812 cantidades

³¹ Jesús Hernández Jaimes, "El desencanto por la independencia: los tabaqueros de Orizaba ante el monopolio estatal del cultivo de la hoja en México, 1821-1836", en revista *ULÚA* 16, México, Instituto de Investigaciones Histórico-sociales -Universidad Veracruzana, julio-diciembre 2010, p. 100.

³² *Ibidem*, pp. 102-103.

significativas de hoja con el objetivo de privar de tan importante fuente de ingresos a sus enemigos.³³

Estos desacuerdos, derivados de la inconformidad de los productores al no recibir pago alguno por parte del gobierno virreinal que tenía el monopolio del tabaco a través del *Estanco*, y la incapacidad de distribuir la hoja “[...] para remitir el menguado producto de la Renta tuvo como consecuencia que el monopolio se derrumbara”.³⁴ Al consumarse la guerra de Independencia, los productores de tabaco creyeron que se les pagaría el adeudo acumulado y que podrían vender el producto libremente; pero esto no fue así, pues el “[...] 16 de octubre de 1822 el primer Congreso Constituyente acordó y decretó la preservación del Estanco pero sólo por dos años más [...]”³⁵ Sin embargo, esta disposición tampoco fue posible, pues poco después el emperador Agustín de Iturbide disolvió el Congreso para reemplazarlo por la Junta Nacional Instituyente. Aunque esta junta abolió el anterior decreto, se continuó con el sistema de Estanco.

La independencia y el pacto federal de 1824 pusieron en riesgo el privilegio de los agricultores veracruzanos del monopolio del cultivo de la hoja. En 1826 el Congreso General accedió a las presiones de los gobiernos de Yucatán y Chiapas para seguir con el cultivo del tabaco como en el virreinato.³⁶

Los tabaqueros veracruzanos se sintieron traicionados, pues la independencia no les trajo el anhelado bienestar y sintieron que su sacrificio no era reconocido, ya que las ventajas del cambio de régimen no implicaban repartir de forma equitativa los beneficios entre los ciudadanos de la nueva nación.

En la Ley del 23 de mayo de 1829 se estipuló que el Estanco de la hoja en manos del gobierno nacional desaparecería el 31 de diciembre de 1830.

³³ *Ibidem*, p. 103.

³⁴ *Ibidem*, p. 104.

³⁵ *Ibidem*, p. 106.

³⁶ *Ibidem*, p. 108.

También se dispuso dar en concesión a una empresa privada la comercialización de la hoja en todo el territorio nacional.³⁷

El 25 de agosto de 1829, el presidente Vicente Guerrero [...] decidió adelantar la fecha de liberación del cultivo de la hoja en el Distrito (Ciudad de México) y territorios federales a pesar de que aún no se agotaban las existencias en los almacenes generales. Asimismo, declaró la libre venta de tabaco labrado en todo el país. [...] Con ese fin y para agilizar el acceso a los recursos, en el mismo decreto se dispuso concesionar a empresarios particulares la venta en todo el territorio nacional de la hoja sembrada en las villas veracruzanas, así como de los cigarros y puros de la fábrica de la Ciudad de México. La primera contrata se firmó el 4 de septiembre de 1829 con la Compañía Wilson y Garay [...] ³⁸

Sin embargo este decreto no prosperó, pues el general Anastasio Bustamante, que reemplazó a Vicente Guerrero, anuló la Ley de 1829. Posteriormente, en el año de 1833, el gobierno acordó la suspensión del Estanco; pero la cosecha del tabaco ya se había extendido a varios territorios del país fuera de Veracruz, por lo que los productores del estado perdieron la fuerza que habían tenido para luchar por sus derechos y el pago de lo adeudado. Además, se enfrentaron a otro problema cuando “[...] la mayoría de los consumidores tuvieron acceso a tabaco más barato y en ocasiones de mejor calidad [y] tampoco pudieron penetrar en el mercado internacional debido a que no podían competir con la calidad y precios del tabaco de Virginia y La Habana.”³⁹

Hubo muchos talleres artesanales y fábricas pequeñas que durante el siglo XIX y parte del XX se dedicaron a la producción cigarrera; pero de entre todos ellos destacó el que derivó en una gran industria, una fábrica se conoció por los famosos *Cigarros sin Pegamento El Buen Tono*, la cual contaba con un sistema de trabajo eficiente y su

³⁷ *Ibidem*, p. 114.

³⁸ *Ibidem*, pp. 123-124.

³⁹ *Ibidem*, pp. 124-125.

dirección era congruente con los ideales porfiristas. La fábrica El Buen Tono puede considerarse como el “modelo ideal porfiriano del progreso”.⁴⁰

Al parecer, los talleres de esta fábrica empezaron a laborar por ahí de 1870, pero los documentos concernientes al negocio son de 1885.⁴¹ Su dueña era la ciudadana mexicana Guadalupe Portilla, quien al casarse con el francés Ernesto Pugibet le cede el control de la pequeña fábrica e importan las máquinas engargoladoras *Decofle* en 1892, con las que la producción crece junto a las ganancias.

Acelerado el proceso de elaboración de los cigarros y eliminado el uso de adhesivo que ayudaba a mantener unido el papel que los envolvía, la fábrica pudo invertir en ampliaciones del edificio. “Entre 1889 y 1892, Guadalupe Portilla, adquirió varios terrenos frente a la plaza de San Juan y mandó construir ahí un nuevo edificio para la empresa, el cual fue terminado a principios de 1893.”⁴²

Para 1906, ésta cigarrera alcanzó el dominio del 50% de la producción nacional, tras haber comprado las acciones de la Cigarrera Mexicana.

Sin embargo, esta empresa mexicana entró en decadencia en 1924, cuando llegaron, ahora sí como industria y no sólo con productos manufacturados, las trasnacionales tabacaleras (principalmente estadounidenses), que en cuestión de pocos años acapararon el mercado y desplazaron a su competencia. Asimismo, Nayarit superó a la industria tabaquera veracruzana con una gran variedad de tabacos rubios importados que rápidamente dejaron de lado el consumo de los tradicionales puros. Las fábricas pequeñas y los talleres familiares desaparecieron, lo cual contribuyó a una nueva reglamentación gubernamental que prohibía la venta de cigarros sueltos, limitaba el peso de la cajetilla y llevaba una vigilancia más estricta a los fabricantes clandestinos.

⁴⁰ Thelma A. M. Camacho Morfín, *Las historietas del Buen Tono de Juan B. Urrutia 1909-1912*, México, Instituto Mora, 2002, p. 19.

⁴¹ *Ibidem*, p. 17.

⁴² *Ibidem*, p. 18.

Durante los inicios de El Buen Tono, la sociedad aún no estaba tan acostumbrada a fumar cigarrillos procesados con picadura de hoja de tabaco; por este motivo la compañía dedicó mucha atención a la publicidad, con el fin obvio de convencer a los compradores potenciales de las ventajas de adquirir sus productos.

La publicidad puede concebirse como agente de transformación o reforzador de pautas de conducta y valores tradicionales, como agente del «progreso» y la «modernidad» o como anclaje de la tradición; como espejo fiel de la cultura o factor dinámico de su evolución.⁴³

Para abarcar un mayor mercado, la empresa contaba con muchas marcas de cigarros que estaban enfocadas al público femenino, al extranjero y sobre todo a la clase media y alta. Nombres como *Elegantes* y *Jockey Club* nos dan a entender que el cliente no sólo compraba un cigarro, sino la idea de adquirir también un estatus. Para realizar su publicidad, la empresa El Buen Tono montó también talleres litográficos, pero eso ya es otra historia.

⁴³ Nora Pérez Rayón, "La publicidad en México a fines del siglo XIX", en: revista *Sociológica*, México, año 9, núm. 26, septiembre-diciembre de 1994, p. 202.

Capítulo 2 ANÁLISIS ICONOGRÁFICO de imágenes de etiquetas y envolturas de puros y cigarros

“Una imagen es una comunicación visual [...], que puede incluir, en el aspecto formal, cualidades estéticas que enfatizan su influjo y efectividad. La imagen publicitaria posee estas características y se ubica en un espacio donde es susceptible de ser analizada...”⁴⁴

En este capítulo se abordará la función publicitaria de la imagen, se verá cómo ésta reproduce valores y finalmente cómo queda a modo de testimonio de la sociedad mexicana de finales del siglo XIX y principios del XX. Además, se realizará un ejercicio de *análisis iconográfico* de una selección de las imágenes fotografiadas partiendo del método que plantea Erwin Panofsky en su texto *Iconografía e iconología*.⁴⁵

2.1 La imagen como reflejo de usos y costumbres en el México de principios del siglo XX

Las imágenes visuales pueden, entre otras características, mostrarnos realidades ideales; es decir, transportarnos a mundos de ensoñación donde de un modo o de otro nos sentimos partícipes de una escena representada en un lienzo o en un cartel publicitario. Claro que no es lo mismo sentirnos protagonistas en una escena bucólica como las representadas en grabados y pinturas del periodo romántico del siglo XIX que potenciales dueños de la belleza, riqueza económica o poder que nos vende la publicidad impresa o la que actualmente es difundida en los medios electrónicos. Es

⁴⁴ Julieta Ortiz Gaitán, *Arte, Publicidad y Consumo en la Prensa del Porfiriato a la Revolución*, México, Facultad de Filosofía y Letras-Instituto de Investigaciones Estéticas-UNAM, 1998, documento en PDF, p. 411, visto en: http://codex.colmex.mx:8991/exlibris/aleph/a18_1/apache_media/8IYGYLSKEPEYP66HUCTNMTLKP7G1C7.pdf, (consultado el 5 de septiembre de 2012).

⁴⁵ Erwin Panofsky, *Iconografía e iconología: introducción al estudio del arte del Renacimiento*, en: capítulo I de “El significado en las artes visuales”, Madrid, Alianza, 2001, pp. 5-74; ver también, Erwin Panofsky, “Estudios sobre iconología”, capítulo I - Introducción, Madrid, Alianza, 2001. (Particularmente prefiero la traducción del primer texto citado en esta nota).

así que la industria publicitaria nos ofrece ideales de pertenencia (generalmente a una clase social y económica diferente a nuestra realidad, entiéndase, por encima de nuestro poder adquisitivo) o de transformación (*de sapo a príncipe azul*); de este modo la publicidad:

[...] nos convence para que realicemos tal transformación mostrándonos personas aparentemente transformadas y, como consecuencia de ello, envidiables. La fascinación radica en ese ser envidiado. Y la publicidad es el proceso de fabricar fascinación.⁴⁶

De tal suerte, la publicidad (y la imagen con ella) es parte esencial de la sociedad capitalista, donde el consumo de bienes materiales (o ilusiones) es fundamental, y para convencernos de consumir se hace necesario ofrecernos beneficios o placer por escoger tal o cual producto. Con esta condición, la publicidad:

[...] como parte de los mecanismos de la sociedad de consumo, ha impulsado la diversidad iconográfica que proliferó en las artes visuales, dentro de los procesos de cambio y ruptura que la modernidad y las vanguardias históricas propiciaron, coadyuvando de este modo a las transformaciones conceptuales de fondo que se han presentado en el terreno de la estética y en el del arte [...]

47

Las imágenes que se presentan en esta investigación cumplen con la función que sus creadores, al parecer, buscaban; es decir, se trataba de *persuadir* a los destinatarios del consumo de las mercancías ofrecidas (consumidores mexicanos de finales del siglo XIX y principios del siglo XX) por medio de su identificación con los temas representados y el reforzamiento de los valores nacionalistas, incipientes a finales del Porfiriato y reforzados en el periodo inmediato posterior a la Revolución de 1910, sin olvidarnos, por supuesto, de las cualidades estéticas de las mismas (ver figs. 1 y 2).

⁴⁶ John Berger, *Modos de ver*, México, Gustavo Gili, 1980, p. 146.

⁴⁷ Julieta Ortiz Gaitán, *ob. cit.*, p. 411.

En el caso específico de las etiquetas y envolturas aquí presentadas, las cualidades estéticas se limitan básicamente a una serie de ornamentos (cenefas, placas, monogramas, tipografía, etc.), pues las limitantes de formato más los espacios destinados a la información del producto y la distribución de los espacios que tienen que tomar en cuenta los dobles del empaque no permiten desarrollar más el diseño.



Fig. 1

Si bien esta imagen no tiene que ver con los rubros a presentar en esta investigación, sirve para ejemplificar la utilización de elementos representativos de la identidad nacional, como son el charro, la china poblana, el Escudo Nacional, el maguey y, por supuesto, el mezcal como ejemplo de una bebida representativa de México.

Además, y a pesar de que se buscaba un producto atractivo, en estas imágenes no se notan pretensiones estéticas sofisticadas o soluciones artísticas particularmente propositivas, ya que, al parecer, fueron destinadas a grupos de consumidores de bajo poder adquisitivo. Lo que sí podría tener mayor peso en un momento determinado fue la iconografía empleada, pues ésta remite a hechos o acontecimientos cercanos en el tiempo y a personajes históricos (ver fig. 2), o hace referencia a conceptos como son: “La Patria”, “La Fe”, “La Victoria”, “La Unión”, etcétera, todos éstos por medio de alegorías más o menos fáciles de interpretar (ver figs.3 y 4).



Fig. 2

En este caso, es evidente el uso de una imagen altamente icónica para la cultura mexicana en esa época, (el cura Miguel Hidalgo, a la izquierda, reforzado con la inscripción con la fecha “16 de Septiembre” del lado derecho). Recordemos que México estaba aún en vías de su afianzamiento nacionalista.



Fig. 3
Ejemplo de alegoría de “La Patria”. Escudo Nacional a la derecha y a la izquierda conjunto que parece la representación de un monumento escultórico.



Fig. 4
Alegoría de la alianza entre México y España.
Dos viñetas que muestran algunos de los aportes culturales de ambas naciones.

En algunas de estas imágenes se nota la influencia de la pintura y la gráfica de entre siglos, ya sea porque retoman poses de los personajes representados o, en general, por utilizar soluciones compositivas que nos recuerdan el arte académico. Como bien apunta la doctora Julieta Ortiz Gaitán:

La publicidad, como parte de los mecanismos de la sociedad de consumo, ha impulsado la diversidad iconográfica que proliferó en las artes visuales, dentro de los procesos de cambio y ruptura que la modernidad y las vanguardias históricas propiciaron, coadyuvando de este modo a las transformaciones conceptuales de fondo que se han presentado en el terreno de la estética y en el del arte [...] ⁴⁸

Así mismo la prensa, específicamente las revistas, contribuyeron a modificar las formas de consumo, pues anunciaban los productos que prometían la entrada a la modernidad al comparar la sociedad mexicana con las de las grandes urbes, por este motivo se retoman modas de París o de Londres y poco a poco las norteamericanas.

Al avanzar el siglo XIX, se acrecentó la importancia de la prensa como portavoz de una cultura urbana que se configuraba paralela a la modernidad. Fue la abundancia de imágenes, sin duda, el factor que propició la enorme popularidad adquirida por las publicaciones periódicas de la época finisecular.

⁴⁹

En cuanto a la publicidad de los productos elaborados con tabaco, recordemos que el consumo de éste ya se había popularizado en México desde tiempo antes (como se vio en el capítulo I), pues “Tomar tabaco era un signo de la más alta distinción social. El uso habitual del tabaco daba rango y prestigio” ⁵⁰ (ver fig.5).

⁴⁸ Julieta Ortiz Gaitán, *ob. cit.*, p. 412.

⁴⁹ Julieta Ortiz Gaitán, *Imágenes del deseo. Arte y publicidad en la prensa ilustrada mexicana (1894-1939)*, México, Facultad de Filosofía y Letras-Instituto de Investigaciones Estéticas-UNAM, 2003, p. 40.

⁵⁰ Fernando Ortiz, *ob. cit.*, p. 212.



Fig. 5

Aunque hoy nos parezca contradictorio, esta imagen de una joven en bicicleta con un cigarro en su mano es reflejo de una aspiración social, haciendo alusión a cierta libertad femenina y el relajamiento de atavismos morales.

Además, desde 1895 en las publicaciones impresas se empezaron a anunciar diversas mercancías que no se podrían considerar propiamente de primera necesidad, como son bebidas alcohólicas y cigarros: “[...] los productos nacionales que más se anunciaban eran las fábricas de cigarros y cervezas.”⁵¹ Y estos anuncios recurrieron de manera habitual a los impresos realizados en litografía, como lo señala la doctora Julieta Ortiz Gaitán en su citado libro *Arte, publicidad y consumo en la prensa del Porfirismo a la Revolución*.

En esa época la imagen femenina fue utilizada como motivo de seducción; pero no de cualquier mujer, sino que se utilizan imágenes de jóvenes con actitudes de damas elegantes.

Sobresalen los cromos, a toda página, de mujeres bellamente ataviadas con sombreros y trajes de la época, que *sostienen con delicadeza un cigarrillo entre*

⁵¹ Julieta Ortiz Gaitán, *Arte, Publicidad y Consumo en la Prensa del Porfirismo a la Revolución*, ob. cit., p. 418 (consultado el 5 de septiembre de 2012).

los dedos. Los rostros de estas mujeres, así como su actitud coqueta y su indumentaria de fin de siglo, nos llevan a evocar las imágenes de la *béle époque* parisina, ya que, con sus actitudes desenfadadas y pícaras, bien podrían ser unas *chérettes* para consumo local ⁵² (ver fig. 6).

La doctora Ortiz Gaitán divide los anuncios impresos en las revistas y los diarios de esa época en dos grupos, a uno lo llama de *diseño* y al otro *pictoricismo*; del primer grupo dice que “[...] es evidente la intención de presentar soluciones formales atractivas, novedosas y audaces, cuyo impacto visual configure ya el inicio del diseño gráfico publicitario [...]”⁵³. Al segundo grupo, el *pictoricismo*, lo llama así porque sigue las reglas compositivas pictóricas académicas tradicionales (generalmente miméticas); en otras palabras, fueron “[...] realizados con criterios propios de la pintura [...] o bien de la gráfica [...]”; en todos es evidente que los letreros y el mensaje publicitario son añadidos posteriormente, o se emplazan en espacios independientes y claramente delimitados”.⁵⁴

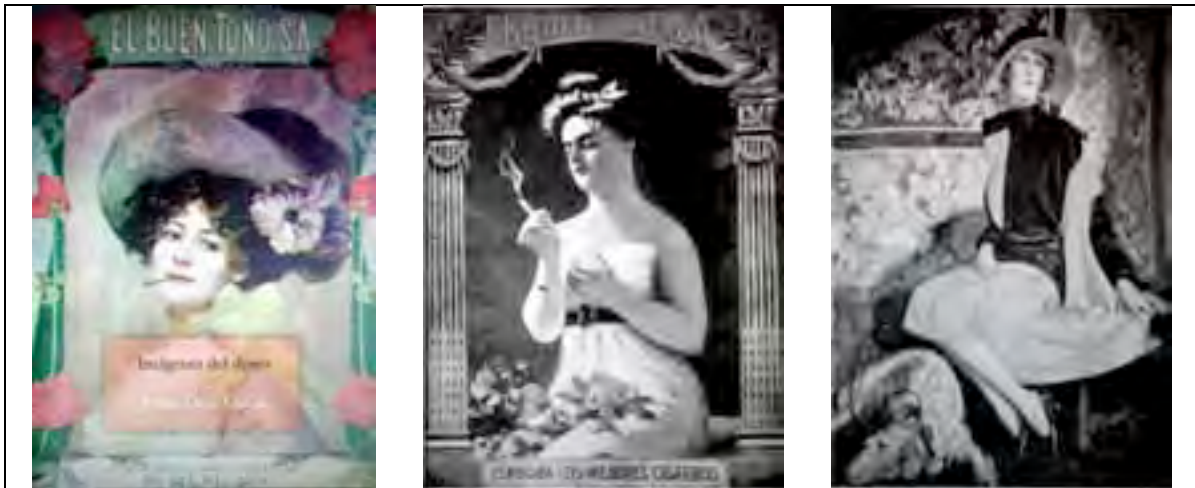


Fig. 6
Ejemplo del uso de la imagen femenina para promover el consumo de cigarros. Tomadas del libro *Imágenes del deseo* de la doctora Julieta Ortiz Gaitán.

⁵² *Ibidem*, p. 421 (consultado el 5 de septiembre de 2012).

⁵³ Julieta Ortiz Gaitán, *Imágenes del deseo...*, *ob. cit.*, p. 71.

⁵⁴ *Ibidem*, p. 94.

En las etiquetas y empaques aquí considerados vemos que, en su conjunto, recurren a las soluciones de los dos grupos indistintamente; sólo en algunas de las viñetas principales la tendencia es claramente *pictoricista* (ver figs. 7 y 8).

Se reitera en el uso de la imagen de la mujer como atractivo o “gancho” utilizado en estas representaciones gráficas, tanto en las empleadas en publicaciones periódicas (ejemplo, ver la fig. 6) como las que aparecen en algunas de las etiquetas aquí analizadas (ejemplo, ver las figs. 1, 5 y 8). Recordemos que en el siglo XIX, durante el periodo porfirista, lo ideal era “[...] la mujer hogareña, abnegada, dependiente, sin iniciativa, toda ella sumisión y prudencia [pero ese ideal es rebasado por] los cambios económicos y sociales, que favorecen su incorporación al trabajo remunerado”.⁵⁵



Fig. 7
Ejemplo de envoltura del tipo *diseño*, donde lo destacable es la tipografía y la imagen resulta secundaria sin que se note una relación con el nombre del producto.

⁵⁵ Thelma Camacho Morfín, “La historieta, mirilla de la vida cotidiana en la Ciudad de México (1904-1940)”, México, en: *Historia de la vida cotidiana en México*, tomo V, Siglo XX. *La imagen, ¿espejo de la vida?*, volumen 2, COLMEX-FCE, 2012, p. 54.



Fig. 8

Ejemplo de envoltura del tipo *pictoricista*. Alegoría de la industria tabaquera, donde se ve claramente que podría prescindir de la tipografía si no pretendiera publicitar un producto comercial o una marca.

Una de las manifestaciones de este cambio es la polémica que se desarrolla, desde principios de siglo [XX], en torno al papel de la mujer en la sociedad. La actitud frente al trabajo femenino no es uniforme; hay quienes consideran que las mujeres y los hombres sólo pueden vivir como complementarios al haber sido determinados: ellas para la reproducción, ellos para el trabajo. Una posición menos extremista divide el trabajo externo en labores para hombres y mujeres; a ellas se les constriñe a los campos de la cultura, la educación, la costura, la moda, la venta al menudeo (actividades similares a los quehaceres del hogar) y al trabajo en fábricas textiles y de

tabaco. La incursión femenina en otro tipo de labores se considera un símbolo de masculinización.⁵⁶

Las principales características de las mujeres representadas en la publicidad de esa época son: 1.la juventud, 2.rasgos étnicos mestizos con tendencia europea (no negra, no americana, no asiática), 3.generalmente son retratos (no más de medio cuerpo), 4.la vestimenta es elegante (al parecer de una clase media urbana) salvo en las alegorías donde el vestuario intenta ser acorde con el tema representado (ver figs. 5, 6, 9 y 10).



Fig. 9
Aunque esta imagen no pertenece a las que aparecen en las piedras de la Academia de San Carlos, es una impresión litográfica que forma parte del acervo de la misma y es buen ejemplo de las características antes apuntadas.

⁵⁶ Al respecto ver: Thelma Camacho Morfín, "La historieta, mirilla de la vida cotidiana en la Ciudad de México (1904-1940)", *ob. cit.*, p. 55; también ver: Julieta Ortiz Gaitán, *Imágenes del deseo...*, *ob. cit.*, pp. 115, 329-330.



Fig. 10

Cuatro ejemplos de retratos femeninos pertenecientes a cuatro diferentes envolturas de cigarro, donde se puede notar que son mujeres jóvenes, con vestimenta citadina y a la moda de la época; sus posturas pasivas no indican de manera explícita nada de sus aspiraciones, pensamientos o rol social.

En conclusión, si bien las imágenes de las envolturas y etiquetas no tenían como objetivo principal difundir el producto ofrecido (para eso había otros medios), las soluciones formales y de representación icónica sí corresponden en algunos puntos a los anuncios divulgados en la prensa. Además, las imágenes dibujadas en las piedras de la Academia de San Carlos sí reflejan costumbres del periodo en que fueron

utilizadas, ya sea de manera explícita (ver fig. 1) o insinuada, sobre todo a lo referente a las aspiraciones de clase (ver figs. 5, 6 y 10), utilizando en varias ocasiones la figura femenina para, de manera sesgada, “seducir” al consumidor (en este caso fumador) a preferir cierta marca de tabaco.

2.2 Análisis de imágenes seleccionadas

Para empezar este subcapítulo, creo preciso destacar el por qué es necesario estudiar las imágenes del pasado.

Por un lado, su contemplación puede producirnos placer, pues por razones que corresponden más a la psicología social (y que no se abordan en esta investigación, por no ser éste su objetivo), estas imágenes del pasado nos atraen al grado, en ocasiones, de fascinarnos. Ejemplo de esto es la reciente aparición de las modas *vintage* (retro), incluido el fenómeno *cosplay* en su manifestación *Pin up*.

Por otro lado su significado; es decir, las imágenes visuales (sean o no artísticas) no son un ornamento sino otra manera de contar la historia.

El arte ha dejado de ser un objeto que atrae por su belleza formal. Es un punto de cita obligado para conocer el pasado histórico. Ha obtenido un prestigio, que aleja definitivamente la obra de mero objeto para la contemplación. [...] Hay una historia que se escribe y otra que se hace con pinturas, esculturas y estampas⁵⁷.

También, y esto lo considero más importante para la presente investigación, las imágenes del pasado son testimonio de un periodo de la cultura, son evidencia y

⁵⁷ J. J. Martín González, “Iconografía e iconología como métodos de la Historia del Arte”, en *Cuadernos de arte e iconografía* / tomo II – 3, primer semestre 1989, visto en: <http://www.fuesp.com/revistas/pag/cai3.html> (consultado el 13 de mayo de 2011).

antecedente del desarrollo del lenguaje visual que, en este caso, es empleado para publicitar productos de consumo masivo. En resumen (y reitero), las imágenes (el arte) también son una manera de reseñar la historia.

El entendimiento del pasado histórico tiene por base el descifrar las claves de la organización de las sociedades. El pasado tiene un sentido, pero hay que buscarlo. El arte desempeña una misión fundamental, por cuanto con el lenguaje y la escritura constituyen el medio habitual de la comunicación entre los hombres.⁵⁸

2.2.1 Descripción del método de análisis iconológico

De manera resumida, Erwin Panofsky dice que la iconografía “es la rama de la historia del arte que se ocupa del asunto o significación de las obras de arte, en contraposición a su forma [...]”⁵⁹

Panofsky plantea un método de análisis iconológico dividido en tres fases:

Primero habla de *significaciones primarias o naturales*, las cuales subdivide en *fácticas* y *expresivas*. En esta fase identificamos la forma pura y también se puede entender como la identificación de los *motivos artísticos*.

La *significación fáctica* consiste en identificar “simplemente ciertas formas visibles con ciertos objetos que conozco gracias a la experiencia práctica, e identificando el cambio acontecido en sus relaciones con ciertas acciones o acontecimientos”.⁶⁰ A esta fase la llama *análisis pre-iconográfico*.

De este paso se puede pasar a las *significaciones secundarias o convencionales* en donde hacemos nuestra interpretación. “Difiere ésta de la primaria o natural en que es

⁵⁸ *Ídem*.

⁵⁹ Erwin Panofsky, *Iconografía e iconología: introducción al estudio del arte del Renacimiento*, en: capítulo I, *ob. cit.*, p. 45.

⁶⁰ *Ibidem*, p. 45.

inteligible en lugar de sensible y en que ha sido deliberadamente comunicada a la acción práctica que la vehicula.”⁶¹ Este paso corresponde al *análisis iconográfico*.

J. J. Martín González acota que la “iconografía tiene una configuración formal, pero corresponde a un significado propio, que termina en la misma imagen”.⁶² Y Panofsky explica que podemos encontrar relaciones entre los motivos artísticos (del análisis pre-iconográfico) y los temas o conceptos.

Los motivos así reconocidos como portadores de una significación secundaria o convencional pueden llamarse imágenes, y las combinaciones de imágenes constituyen lo que [...] nosotros acostumbramos a llamarlas historias y alegorías.⁶³

Erwin Panofsky concluye exponiendo un tercer grado en el análisis, al cual llama *significación intrínseca* o *contenido*, y que considera fundamental a diferencia de los anteriores, que sólo son de carácter fenoménico. De este modo, a la iconología se “la podría definir como un principio unificador, que está subyacente y a la vez explica el acontecimiento visible y su sentido inteligible, y que incluso determina la forma en que cristaliza el acontecimiento visible.”⁶⁴

Este *contenido* se encuentra tras la investigación de los principios profundos que develan el espíritu cultural de una región, una época, una creencia o una clase social. Ésta es en sí la conclusión del método planteado, y, con la intención de dejar esta idea más clara, retomo la explicación de J. J. Martín González sobre la iconología, la cual

[...] se ocupa del origen, transmisión y significado profundo de las imágenes. Es el grado último que permite comprender la imagen; el soporte es la iconografía.

⁶¹ *Ibidem*, P. 46.

⁶² J. J. Martín González, artículo “Iconografía e Iconología como métodos de la Historia del Arte”, *ob. cit.*, (consultado el 13 de mayo de 2011).

⁶³ Erwin Panofsky, *Iconografía e iconología: introducción al estudio del arte del Renacimiento*, en: capítulo I, *ob. cit.*, p. 48.

⁶⁴ *Ibidem*, p. 47.

No hay iconología sin iconografía. La diferencia esencial es que la iconología se contempla como un hecho histórico global, de suerte que se reclaman para su entendimiento todos los elementos que componen el tejido del pasado.⁶⁵

Resumiendo aún más, para Erwin Panofsky, la iconografía es un método que se reduce a describir y a menudo sólo queda en la estadística. Para él, se trata de una investigación limitada que sólo permite describir y clasificar las imágenes, cuyo propósito no es elaborar interpretaciones sobre el origen y el sentido de los datos obtenidos. En cambio, la iconología manifiesta algo interpretativo.

Así, entiendo yo la iconología como una iconografía que se hubiera vuelto interpretativa y que por tanto se ha convertido en parte integrante del estudio del arte, en lugar de permanecer confinada dentro de la función de un registro estadístico preliminar. La iconología es, pues, un método de interpretación que procede más bien de una síntesis que de un análisis. Y lo mismo que la identificación correcta de los motivos es el requisito previo para un correcto análisis iconográfico, así también el análisis correcto de las imágenes, historias y alegorías es el requisito previo para una correcta interpretación iconológica.⁶⁶

Antes de pasar al análisis iconográfico de una selección de imágenes, transcribo un cuadro que aparece en la página 60 del libro *El significado en las artes visuales* de Erwin Panofsky (citado en nota al pie 45, p 27 d esta tesis) pues me parece un resumen claro y sintético de su propuesta.

⁶⁵ J. J. Martín González, "Iconografía e iconología como métodos de la Historia del Arte", *ob. cit.* (consultado el 13 de mayo de 2011).

⁶⁶ Erwin Panofsky, *Iconografía e iconología: introducción al estudio del arte del Renacimiento*, en: capítulo I, *ob. cit.*, p. 51.

OBJETO DE INTERPRETACIÓN	ACTO DE INTERPRETAR	BAGAJE PARA LA INTERPRETACIÓN	PRINCIPIO CORRECTIVO DE LA INTERPRETACIÓN (HISTORIA DE LA TRADICIÓN)
<p>I. Asunto <i>primario o natural</i>: a) fáctico, y b) expresivo, que constituye el universo de motivos artísticos.</p>	<p>Descripción pre-<i>iconográfica</i> (y análisis pseudoformal).</p>	<p><i>Experiencia práctica</i> (familiaridad con <i>objetos y acontecimientos</i>).</p>	<p>Historia del <i>estilo</i> (estudio sobre la manera en que, en distintas condiciones históricas, los <i>objetos y acontecimientos</i> fueron expresados mediante <i>formas</i>).</p>
<p>II. Asunto <i>secundario o convencional</i>, que constituye el universo de las <i>imágenes, historias y alegorías</i>.</p>	<p>Análisis <i>iconográfico</i>.</p>	<p><i>Conocimiento de las fuentes literarias</i> (familiaridad con <i>temas y conceptos</i> específicos).</p>	<p>Historia de los <i>tipos</i> (estudio sobre la manera en que, en distintas condiciones históricas, los <i>temas o conceptos</i> específicos fueron expresados mediante <i>objetos y acontecimientos</i>).</p>
<p>III. <i>Significación intrínseca o contenido</i>, que constituye el universo de los <i>valores simbólicos</i>.</p>	<p>Interpretación <i>iconológica</i>.</p>	<p><i>Intuición sintética</i> (familiaridad con las <i>tendencias esenciales de la mente humana</i>), condicionada por una psicología y una «<i>Weltanschauung*</i>» personales.</p>	<p>Historia de los <i>síntomas culturales, o símbolos</i> en general (estudio sobre la manera en que, en distintas condiciones históricas, las <i>tendencias esenciales de la mente humana</i> fueron expresadas mediante <i>temas y conceptos</i> específicos).</p>

[*cosmovisión]

2.2.2 Desarrollo del análisis iconográfico de selección de imágenes referentes a tabacos

Para realizar este ejercicio se plantea utilizar una tabla, la cual contendrá los siguientes campos:

Identificación	1. Tema representado.	2. Piedra de donde fue tomada la imagen*. El color de la misma y sus medidas en centímetros (alto / ancho / espesor).	3. Número de inventario (en caso de tenerlo) o algunas otras señas de identificación**.
	4. Imagen (10 x 15 cm en promedio).		

Inmediatamente abajo:

5. Asunto primario. (**Descripción pre-iconográfica**)

6. Asunto secundario. (**Análisis iconográfico**)

Notas:

* El número asignado a las piedras utilizadas para esta investigación fue un número de control personal, colocado según el orden progresivo en que fueron fotografiadas. Este número sólo aparece en las imágenes y no fueron escritos en las piedras para no crear confusión, pues éstas ya tienen varios números de diferentes colores en sus cantos, posiblemente de inventarios anteriores.

** Cuando las piedras no presentan número de inventario de la UNAM, se hará referencia a los números colocados en los cantos, comentados en la nota anterior. Se aclara que los números de inventario de la UNAM usados por *Patrimonio Universitario*, referentes a *Bienes Artísticos o Patrimoniales* empiezan con "08-".

Identificación

Propaganda de cigarros "Caramelos" de la compañía <i>Sauto Astiz</i> .	Piedra 318; color beige; 29 / 34 / 4.8 cm	Inventario: 08-830 082
--	---	---------------------------



Descripción

En una superficie rectangular horizontal, en el extremo izquierdo, se ve a una mujer con corona y un vestido largo de grandes pliegues y motas en la falda; mira hacia el frente (a la derecha del plano) y sostiene en su boca un cigarrillo encendido, mientras con la mano derecha carga una cajetilla con tres cigarros que salen de la caja; el resto del espacio muestra un muelle que parece ver la mujer; esta escena es un desembarco sobre aguas tranquilas de un buque de vapor que, sin embargo, no echa humo por su chimenea sino que sale de algún otro punto más cercano a la proa. Sobrepuesta a la imagen se lee la información del producto publicitado en cuatro líneas y con tipografía variada con la inscripción "Fumen / cigarros / Caramelos / Sauto Astiz y cia. sucs".

Análisis

La imagen corresponde a un motivo pictoricista y bien podría prescindir de la tipografía o contener otra información escrita diferente, pues el asunto publicitario no guarda propiamente relación con la imagen, salvo al personaje principal que fuma. La solución formal nos recuerda las ilustraciones *art nouveau* de principios del siglo XX, por las ondulaciones del vestido y las volutas de humo, que como un eco se corresponden en el cigarrillo y el buque. Pero también contiene soluciones en alto contraste que nos remiten más a un grabado xilográfico, en los dos tercios a la derecha, los cuales representan el desembarco.

Así como se presenta, la imagen es difícil de interpretar porque no se encuentra la relación entre la información gráfica y el texto, y no hay elementos suficientes para entender si se trata de un naufragio (como se insinúa por el humo que no sale de la chimenea del buque, sino de otro punto).

Es, sin embargo, sugerente la mujer que espera el arribo de los personajes que desembarcaron, ya que su atuendo y su actitud no "formal" deja una sensación de ambigüedad, pues no se sabe si da la bienvenida a alguien o sólo mira con curiosidad la escena. O bien, invita a la calma y sosiego que deja el hecho de fumar los cigarros "Caramelos", los cuales ofrece (se recuerda que hay tres cigarrillos salidos de la cajetilla) con la mano derecha mientras ella misma fuma uno, lo cual también nos indica la suavidad del tabaco que era, incluso, propio para mujeres. A mi parecer

Identificación

Etiqueta de cigarros “El 16 de Septiembre” de José M. Cedeño.	Piedra: 281; color beige; 26.5 / 32 / 7.1 cm	Inventario: 08-830 112
---	--	---------------------------



Descripción

En una superficie rectangular horizontal y enmarcado por cenefas con motivos fitomorfos sintetizados, en tres de sus orillas, tenemos de izquierda a derecha un callejón con datos del tabaco empleado; un recuadro con el retrato del cura Miguel Hidalgo y Costilla de pie, quien sostiene con su mano izquierda una bandera, mientras con la mano derecha agarra una espada que, aunque desenvainada, apunta hacia abajo y tiene contacto con la parte inferior de un ramo de hojas de laurel que se ve a la izquierda del recuadro, escena bajo la cual aparece el registro “No. 229”; un callejón con datos del expendio distribuidor; un recuadro con más datos del producto, incluido

el precio de fábrica que era de “5. cvos.” y cinta diagonal con la inscripción “El 16 de Septiembre”.

Análisis

La imagen es una representación realista, donde destacan: la actitud del personaje y el contexto en el cual se encuentra. La composición es sencilla, pues simplemente se ve el cura Hidalgo de pie casi al centro y el fondo se divide por una línea horizontal en sección áurea que separa los planos de la pared y el piso. En cuanto a la actitud, es posible interpretar que la guerra ha terminado e impera la paz; esto, tanto por la posición de la espada, la cual se encuentra en reposo y apunta al ramo de laurel – símbolo de paz–, como la bandera, que aunque no muestra insignias, puede presentar una función como símbolo de una causa común y de unificación.

En el fondo y a la izquierda del personaje se ve una mesa con dos grandes libros y algunas hojas sueltas que salen de entre ellos, lo cual refuerza la idea de que la lucha armada ha terminado y que la independencia es respaldada por tratados o leyes ya escritos o en proceso.

Identificación

Etiquetas de caja de puros “El Nuevo Veguero” de la compañía <i>Rosendo Hevia</i> .	Piedra 370; color beige; 32.4 / 26.8 / 5 cm	Inventario: 08-830 104
---	---	---------------------------



Descripción

En la misma piedra aparecen tres imágenes, una concierne a un color de la alegoría “La intelectual” y las otras dos corresponden a lo que parecen ser las etiquetas para una caja de puros “El Nuevo Veguero”. De éstas, una de las imágenes presenta un panorama general del lugar en donde se fabrica el producto (un par de chozas con techo de palma sobre un claro, en medio de una selva tropical) y la otra, que es la que nos interesa, se describe con mayor precisión enseguida.

Dentro de una superficie rectangular vertical (casi cuadrada) se ven seis líneas de inscripciones, cuatro en la parte superior con los nombres del producto y su registro

(No. 142), y dos abajo con el nombre del fabricante y el estado de producción. Entre estas inscripciones y rodeado de motivos fitomorfos, (sintetizados en un estilo que recuerda el *art decó* a la izquierda y de tendencia naturalista a la derecha), encontramos una escena circunscrita por un doble anillo con perlas redondas. La escena es de un personaje con sombrero (que no parece de palma, sino de fieltro) y rasgos mestizos o criollos, que tuerce tabaco para, al parecer, elaborar un puro.

Análisis

La escena es clara; se presenta un “veguero”, es decir, un artesano fabricante de puros de tabaco torcido o enrollado de una sola hoja (y no de picadura); sin embargo, se nota una serie de contradicciones entre esta imagen y la pequeña etiqueta oval descrita anteriormente. Mientras en la etiqueta pequeña se ven chozas de caña, el interior donde trabaja el veguero parece estar hecho de un material más resistente y con mejores terminados que los utilizados en esas zonas, incluido el piso de mosaicos cuadrados y lisos; el veguero trabaja sólo y en una posición que me parece incorrecta, pues el torcido se suele realizar sobre una mesa. Además, la elaboración industrial de puros (como se vio en el capítulo 1) estaba muy controlada y vigilada y se realizaba en talleres colectivos, por lo que, aunque no encontré información sobre la fábrica del señor Rosendo Hevia, el dato en la etiqueta que hace referencia a una fábrica registrada indica o refuerza la hipótesis de la contradicción de la escena con la realidad. Ésta es, me parece, una clara imagen que contiene lo que Nicos Hadjinicolaou llamaría una *ideología en imágenes*,⁶⁷ pues presenta un personaje idílico que trabaja con todo el tiempo y paciencia un puro, vendiendo así la idea al probable consumidor del cariño y la calidad con que se elaboraban los productos de la compañía tabaquera del señor Hevia.

Cabría preguntarse si dicho personaje no sería en realidad un retrato del señor Rosendo Hevia, quien de esta forma se presentaría y con él sus productos de tabaco.

⁶⁷ Nicos Hadjinicolaou, *Historia del arte y lucha de clases*, México, Siglo XXI, 1974. Ver en específico, el capítulo 8. “El estilo como ideología en imágenes”.

Identificación

Etiquetas de cigarros “El Amigo del Pueblo” fabricados por <i>Antonio F. Sánchez</i> .	Piedra 455; color beige; 30 /25 / 7.5 cm	Inventario: P.33 (en color azul)
--	--	-------------------------------------



Descripción

En una superficie rectangular horizontal se observa, entre dos hileras de cenefas con motivos geométricos arriba y abajo y entre dos callejones con información sobre el producto, del lado izquierdo la imagen de un señor vestido elegantemente (al parecer porta frac negro, chaleco blanco y corbata de moño), con bigote cuidado y perilla, sentado en una especie de comedor; recarga su brazo derecho en una mesa y en su mano izquierda sostiene con dos dedos un humeante habano; a la derecha está la imagen de una joven con una cajetilla de cigarros en su mano derecha, mientras en el brazo izquierdo parece llevar un ramillete de flores (la imagen en general es un tanto ilegible). La muchacha viste de manera elegante y destacan un sombrero y el corpiño

que remata su vestido; su rostro juvenil coquetea con una boca muy marcada por el lápiz labial y con la mirada dirigida al espectador. Sobre ella se lee la inscripción “El Amigo del Pueblo”.

Análisis

Para analizar el retrato de la derecha, recordemos lo dicho en el subcapítulo anterior sobre la utilización de la imagen de mujeres jóvenes como atractivo publicitario (ver cita 55 y 56), ya que aquí es evidente la invitación de la muchacha a consumir los cigarros “El Amigo del Pueblo” que, en este caso, pareciera referirse al personaje de la izquierda quien nos dice (según la inscripción ubicada al pie de la escena) “¡Vendo caro pero bueno!” Por la posición de esta inscripción, podríamos suponer que el retratado es el señor Antonio F. Sánchez, el fabricante de la marca.

Si tuviéramos razón y el personaje de “El Nuevo Veguero” fuera el señor R. Hevia y el de “El Amigo del Pueblo” el señor F. Sánchez (e incluso si no fuera así), encontraríamos dos diferencias importantes: en “El Nuevo Veguero” el retrato es una imagen idealizada del fabricante de puros, cuya representación nos remite a una escena *romantizada*, bohemia, mientras en “El Amigo del Pueblo” el señor Sánchez es un “hombre de éxito”, ejemplo ideal del empresario porfirista; él es *el amigo del pueblo*, pero no fuma cigarro, sino puro habano.

Identificación

Envoltura de cigarros “El Amigo del Pueblo” fabricados por <i>Antonio F. Sánchez</i> .	Piedra 294; color beige; 27 / 32.7 / 4.7 cm	Inventario: 08-830 098
--	---	---------------------------



Descripción

En una superficie rectangular horizontal, y entre cenefas simétricas en las partes superior e inferior de la envoltura, se lee a la izquierda información del producto ofrecido y sus bondades: “Esmerada manufactura / ¡Justifico con hechos! / Fábrica de / puros y cigarros / Antonio F. / Sanchez, Sucre. / Tepic /... / ¡Vendo caro, / pero bueno! / Papel superior paja”. En un recuadro a la derecha se ve el retrato (oval) de don Benito Juárez quien, en este caso, es “El amigo del pueblo”, según reza la inscripción de una cintilla curva con tipografía calada que se encuentra en la parte superior del retrato, el cual a su vez está rodeado por la parte inferior y laterales por ramas de oliva.

Análisis

Aunque los cigarros de esta envoltura tienen el mismo nombre de “El Amigo del Pueblo” y son ofrecidos por el mismo empresario, el señor Antonio F. Sánchez (como lo podemos constatar en la imagen que se encuentra en la piedra 455), el asunto representado y, por lo tanto, su discurso, son diferentes.

En este caso, el nombre del producto es aprovechado para resaltar la imagen reconocida de un prócer de la patria (Benito Juárez), o... tal vez fuera al revés: el retrato de “El Benemérito de las Américas” se aprovechó para crear simpatía por los tabacos ofrecidos. El retrato en esta etiqueta es un acercamiento o recorte del rostro con parte del pecho, es decir, un retrato de busto en tres cuartos de perfil mirando hacia la izquierda, vestido con lo que identificamos como una levita –de la que sólo se ve la solapa– y corbata de moño. Este retrato de busto es resaltado por las guirnaldas que lo rodean y, aquí lo importante, rematado en la parte superior con la cintilla que tiene el nombre de los cigarrillos o, me parece, el nombre de la marca pues ambas envolturas presentan el mismo número de registro, el “Registro No. 44”. Un dato importante se encuentra en la inscripción ubicada en la parte baja del recuadro de la izquierda, el cual reza “M. Ind. Registrada –Junio 13 de 1906 /...” es decir, se trata de un producto comercial elaborado y consumido aún en el Porfiriato.

Identificación

Etiquetas de cigarros "Viva México" fabricados por <i>F. Murguía</i> .	Piedra 297; color beige; 27 / 33 / 5.8 cm	Inventario: 08-830 010
--	---	---------------------------



Descripción

En una superficie rectangular horizontal y entre dos cenefas arriba y abajo, se encuentran cintillas verticales en negro con una serie de círculos dobles calados. Entre estas cintillas vemos, a la izquierda, callejones con datos del producto ofrecido y entre estos callejones el retrato de busto de don Benito Juárez y a la derecha, un águila que sujeta con sus garras y su pico una serpiente; este grupo se posa sobre una nube y a la vez está rodeado por un resplandor. Sobre esta imagen, la inscripción "VIVA MÉXICO".

Análisis

En este caso, el retrato de oficial Juárez está más elaborado pero sigue los mismos códigos de representación; es decir, porta la misma vestimenta y el perfil mira

también hacia la izquierda, pero, si bien aparece una guirnalda, ésta no rodea la imagen sino sólo es parte de un enmarcado. Es de notar que su apellido aparece escrito debajo del retrato, dato curioso dado que los cigarros son de una fábrica oaxaqueña, lugar de origen de Benito Juárez.

En cuanto a la imagen del recuadro de la derecha, se observa que el águila no corresponde al diseño del Escudo Nacional mexicano de esa época (recordemos que durante el Porfiriato el águila se representaba de frente, con las alas abiertas y viendo a la derecha). Aquí el águila está dibujada en tres cuartos de perfil y en lugar de posar en los nopales está sobre una nube; en general, en este diseño el conjunto es más dinámico y resulta más atractivo (desde mi punto de vista es, también, más bello).

Identificación

Propaganda de “El Progreso”, fabricados por <i>José Ma. Cuevas, hijo.</i>	Piedra 382; color beige; 33.5 / 28.5 / 8.5 cm	Inventario: 08-830 000
---	---	---------------------------



Descripción

En una superficie rectangular horizontal, se encuentra (en inglés) la inscripción: “CIGAR FACTORY”; entre dos cenefas verticales y con diseños diferentes una de otra, hay un callejón a la derecha con datos en inglés de los productos de la fábrica “El Progreso”; a la derecha se leen los mismos datos pero en español; entre estos callejones vemos la alegoría de una mujer sentada sobre el Mundo, con la mano izquierda apoyada en un ancla mientras con la derecha escribe sobre una hoja, al parecer de papel; del lado izquierdo y en la parte posterior, recargados en el globo terráqueo, hay una pala y un zapapico, atrás de lo cual una locomotora de vapor va en marcha y detrás de ésta se ve una factoría en funciones (por el humo que sale de sus

chimeneas); a la derecha aparece un busto escultórico de personaje desconocido y, detrás de éste, se aprecia un conjunto de barcos de vela y una serie de toneles y cajas.

Análisis

Lo primero que llama la atención es que la información escrita está en dos idiomas, lo cual nos lleva a pensar que esta fábrica de cigarros tenía proyección internacional.

En cuanto a la imagen, (la alegoría), es clara la coherencia entre el nombre de la marca “El Progreso” y la serie de elementos simbólicos referentes a los adelantos tecnológicos de la época; es decir, la locomotora⁶⁸ y los barcos funcionan como símbolo de las comunicaciones y el transporte de mercancías, las cuales se ven del lado derecho de la imagen entre los barcos y el busto esculpido, el que, a propósito, no parece hacer referencia a las artes y sí, me parece, podría ser el retrato del dueño de la fábrica aquí publicitada. El ancla, que aparece en primer plano y en la que la mujer se apoya significa: esperanza, firmeza, seguridad, tranquilidad⁶⁹, lo cual, en esta imagen, podría interpretarse como la llegada de México, con Porfirio Díaz, a la seguridad que brinda un buen puerto, un puerto de paz eterna, (recuérdese el lema porfirista de “Orden, Paz y Progreso”). La pala y el pico se refieren al trabajo básico, primario y arduo, y, por su ubicación (recargados en el globo terráqueo y debajo de la locomotora), el sustento humilde del *progreso* que mueve al mundo. Por último, la joven escribe con pluma de ave sobre un papel lo que parece una lista, tal vez la enumeración de los logros obtenidos, de los objetos que se descargan o los pendientes por realizar; esto último es reforzado por su mirada que apunta afuera del plano representado, una mirada que va más allá del horizonte.

⁶⁸ Al respecto se recuerda que como parte de la Revolución Industrial se inventa en Inglaterra la máquina de vapor y con ella se construye el primer ferrocarril en 1825; en México se inaugura la línea México-Veracruz en 1873 con Porfirio Díaz como presidente. –Para abundar más en el tema de ferrocarril mexicano ver: Erika M. Vega N. *Dibujos técnicos del ferrocarril mexicano en la segunda mitad del siglo XIX del Acervo de la Academia de San Carlos*, tesis de licenciatura en Artes Visuales, México, ENAP-UNAM, 2008. –

⁶⁹ J. C. Cooper, *Diccionario de símbolos*, México, Gustavo Gili, 2007, p. 18.

Identificación

Envoltura de cigarros “La Abundancia” fabricados por <i>Zazueta y Ca.</i>	Piedra 467; color beige; 30 / 24.5 / 4 cm	Inventario: 416 (en negro) P.12 (amarillo / rojo)
---	---	---



Descripción

En una superficie rectangular horizontal se ve, en la parte superior, una cenefa con paisajes (una escena lacustre, un castillo y un caserío); en la parte inferior hay otra cenefa con variedad de flores. Entre estas dos cenefas se observa del lado izquierdo, la imagen alegórica de la abundancia con su respectiva cintilla curvada hacia abajo y la inscripción “La Abundancia”; un callejón con datos del registro “...NÚMERO 1”; a la derecha la imagen de una construcción de una sola planta que tiene inscrita en la parte superior y con letra calada “Zazueta y Ca.”, y abajo “Culiacán”; un callejón con datos de los productos ofrecidos.

Análisis

La imagen de la derecha sólo es la representación de la tienda-almacén donde se expenden los tabacos; pero en ella vemos la escena de una calle limpia por la que un personaje avanza con un paquete en su mano izquierda, como si acabara de salir del establecimiento, y una pareja en la entrada del mismo; es de notar la reiteración del nombre de la fábrica y expendio de tabacos por el rótulo escrito en la parte superior del muro que dice "LA ABUNDANCIA".

La alegoría representada en el recuadro de la izquierda es sencilla y directa; se trata de una mujer sentada con un vestido que deja ver sus brazos desnudos y sostiene con su mano derecha un ato de trigo mientras recarga su mano izquierda en lo que parece ser la boca de un cuerno de la *abundancia*, de donde salen varios frutos; todo esto, delante de un paisaje con un coscomate a la izquierda y una construcción a dos aguas a la derecha.

En general, toda la envoltura funciona como una reiteración constante de la riqueza y abundancia de la tierra (Culiacán), pues tanto las cenefas como la alegoría y el dibujo de la tienda nos refieren a la limpidez, claridad, tranquilidad, y variedad de frutos de esta región del país.

Identificación

Envoltura de cigarros “La Paz de México” fabricados por <i>Demetrio Pérez</i> .	Piedra 372; color beige; 30.5 / 25.5 / 6.4 cm	Inventario: 08-830 105
--	---	---------------------------



Descripción

En una superficie rectangular horizontal, entre dos cenefas con motivos florales en una composición fragmentada y repetitiva que recuerdan mosaicos, tenemos dos callejones con información referente a la fábrica y el tabaco empleado y entre los cuales hay un octágono irregular vacío. A la derecha de la envoltura, un recuadro contiene el dibujo alegórico a la “Paz de México”, donde destaca la figura de una mujer sentada que sostiene con su mano derecha un escudo con el retrato de un hombre de bigote tupido que pareciera ser Porfirio Díaz, y con su mano izquierda detiene una cajetilla de cigarros; a la izquierda de la imagen se ve una media guirnalda y debajo de ésta, al igual que debajo del escudo, una serie de cajetillas de cigarros, algunos salidos

y regados. El conjunto se presenta sobre una playa a la orilla del mar y en un plano posterior, del lado derecho, se aprecia un navío con velas recogidas sobre un mar en calma.

Análisis

La imagen en apariencia es clara, directa y, a mi parecer, incluso burda, pues presenta en primer plano el retrato de un hombre parecido a Porfirio Díaz, hipótesis reforzada por la alusión a la aparente tranquilidad en que se encontraba el país durante su gobierno; esto, por la inscripción que se halla en la parte superior del cuadro “La Paz de México” y por la placidez tanto del mar como de la mujer centro de la alegoría. Parecería oportunista que la efigie de este representante de la “paz” se apoyara en los hatos de cigarros, por lo que una segunda posibilidad es que el retratado no sea el presidente Díaz sino el señor Demetrio Pérez, en cuyo caso tendríamos una situación parecida a la de las imágenes de las piedras 370 (El Nuevo Veguero) y 455 (El Amigo del Pueblo).

Identificación

Envoltura de cigarros “La Esperanza y Porvenir” fabricados por <i>Miguel Tirado</i> .	Piedra 252; color beige; 33 / 34.5 / 6 cm	Inventario: Ilegible (en negro)
---	---	------------------------------------



Descripción

Dentro de un enmarcado de líneas quebradas, blanco-negro alternadas, por tres de las cuatro orillas de una superficie rectangular horizontal, tenemos un callejón que dice “Jonotla” en texto calado; un recuadro con la representación de un indio sentado sobre piedras y que ve a la derecha; un callejón en tipografía calada con el nombre del propietario de la marca; una imagen alegórica de una mujer sentada de perfil, con el cuerpo girado hacia la izquierda y una torsión que hace que dirija su mirada afuera del plano a la derecha, en tanto recarga el brazo izquierdo en un ancla y sostiene con el derecho un caduceo (bastón con dos serpientes entrecruzadas) rematado en la parte superior con dos alas abiertas, conjunto realizado entre dos columnas rematadas por

seres alados sobre el capitel y cintillas enrolladas con las inscripciones “Plus” – “Ultra”; todo esto tiene un fondo marítimo donde se observa la silueta de medio barco con las velas recogidas y la proa hacia la derecha en el plano posterior.

Análisis

La figura del recuadro izquierdo sólo es la representación estereotipada de un nativo americano, con su respectivo adorno de plumas en la cabeza pero vestido con faldón blanco y una capa de tela basta. Sólo cabe destacar que en la orilla izquierda se leen en tipografía pequeña, los datos de la casa donde se imprimió esta envoltura: “IMP. Y LIT. DE LARA. PUEBLA”.

La imagen ubicada a la derecha es más rica en significados pues contiene varios elementos simbólicos (columnas, ancla, caduceo...). Las columnas, sin duda nos remiten al escudo de España; pero éstas no se asientan sobre agua ni hay coronas sobre sus capiteles sino, más bien, están asentadas en tierra y rematadas por seres alados (¿ángeles, victorias aladas?). Las columnas, pues, simbolizan entre otras cosas solidez; pero también límite y en este caso, por presentarse rodeadas cada una con cintas con la inscripción dividida “Plus” / “Ultra” (“Más / allá”) y estar sobre una playa a la orilla del mar, indican que el porvenir se localiza allá, del otro lado del océano. La esperanza estaría representada por el ancla, como se vio en el análisis de la piedra 382 (El Progreso), (ver nota 69). Por último, el caduceo entre sus significaciones está el de la paz, de la ciencia y de la medicina, el equilibrio moral y la buena conducta.



Capítulo 3

Capítulo 3 CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS

3.1 Preliminar

Para comenzar este capítulo, quisiera responder la pregunta: ¿Por qué es necesario catalogar un acervo?

Primero: Se puede definir la catalogación como el “proceso de describir los elementos informativos que permiten identificar un documento y de establecer los puntos de acceso que van a permitir recuperarlo...”.⁷⁰

Siguiendo a María Rosa Garrido Arilla, algunos de los objetivos de la catalogación son:

- Transformación y reelaboración de los documentos
- Identificación y localización de los documentos
- Recuperación documental a través de los catálogos
- Facilitar la consulta.⁷¹

Segundo: La catalogación nos sirve para dejar un registro de la existencia de bienes culturales. De este modo, al catalogar identificamos los documentos en general, es decir, los bibliográficos y los demás, los que están registrados en soportes como mapas, películas cinematográficas, pinturas, grabados y, en este caso, las imágenes asentadas en las piedras litográficas analizadas en esta tesis.

Por tanto, la catalogación nos sirve para identificar documentos y éstos los entendemos como:

[...] todo aquello que el ser humano ha dejado como huella [...], registrados en un soporte físico y que tienen una validez para un individuo, comunidad, lugar,

⁷⁰ María Rosa Garrido Arilla, *Teoría e historia de la catalogación de documentos*, Madrid, Síntesis, 1999, p. 25, citada en: Georgina Yuriko Valdez Ángeles, “Investigación documental: catalogación de materiales no libro” en: Revista *addenda* 20 “Difundir para preservar. Patrimonio documental”, México, CENIDIAP-INBA, julio de 2010, p. 9.

⁷¹ María Rosa Garrido Arilla, *Teoría e historia de la catalogación de documentos*, *ob. cit.*, p. 46, citada en: Georgina Yuriko Valdez Ángeles, “Investigación documental: catalogación de materiales no libro”, *ob. cit.*, p. 10.

país, etcétera. [...] susceptible de constituirse en fuente de información para obtener nueva información.⁷²

Estoy convencido de la importancia de la preservación del patrimonio cultural, en general de la humanidad, específicamente del patrimonio artístico y cultural de la UNAM y, de manera aun más delimitada, el que resguarda la ENAP. Para preservar este patrimonio es necesario realizar catálogos, es decir, registrar, organizar, analizar y difundir esta memoria documental.

En concreto, uno de los objetivos de esta tesis es dejar por sentado lo que contienen las 500 piedras fotografiadas de las aproximadamente 1500 que están bajo resguardo de la Academia de San Carlos y para esto, después de haber hablado en el capítulo 1 de “La litografía y el tabaco, una historia compartida” y, en el capítulo 2, del “Análisis iconográfico de imágenes de etiquetas y envolturas de puros y cigarros”, ahora toca mencionar las imágenes que contienen las piedras en general y del rubro de tabacos en particular.

Así, pues, fueron 500 las piedras litográficas que se fotografiaron por dos de sus caras para esta investigación; de estas piedras, 120 están inventariadas y registradas por parte de Patrimonio Universitario.

La mayoría de estas piedras tienen representaciones de etiquetas referentes a diversos asuntos, como son:

- Alimentos y bebidas: son 39 las imágenes que hacen referencia a este rubro, en el cual encontramos, por un lado, café, alimentos enlatados, distribuidoras de semillas, etcétera; por otro lado, la promoción de jugos envasados (ver figs. 11 y 12).
- Vinos y licores: hay un total de 235 imágenes relacionadas con bebidas alcohólicas tanto nacionales como extranjeras (ver fig. 13).

⁷² José López Yépes, *Diccionario enciclopédico de ciencias de la documentación*, Madrid, Síntesis, 2004, p. 267, citada en: Georgina Yuriko Valdez Ángeles, “Investigación documental: catalogación de materiales no libro”, *ob. cit.*, p. 11.

-Fósforos y cerillos: en este grupo tenemos 57 piezas entre las cuales no sólo hallamos cajetillas sino también propaganda de las fábricas de fósforos y hasta juegos de destreza (ver figs. 14 y 15).

-Tabacos: en este campo encontramos 147 imágenes correspondientes a envolturas de cigarros, etiquetas de cajas de puros y vitolas (ver fig. 16).

Otras imágenes se refieren, entre otros aspectos y productos, a:

-Productos farmacéuticos: aquí se agrupan tónicos, jarabes, medicamentos, jabones, cosméticos, etcétera (ver fig. 17).

-Tintes y pinturas: con una gran cantidad de dibujos referentes a la marca “Sherwin Williams” (ver fig. 18).

-Hilados y tejidos (ver fig. 19).

-Propaganda de imprentas y talleres litográficos, etcétera (ver fig. 20).

En algunas piedras se encuentran imágenes referentes a más de un rubro (ver fig. 21), y en otros casos existen varias imágenes de la misma “etiqueta” pero en las que se indica la separación de color; incluso, las hay con marcas de registro de impresión e indicaciones del color a emplear (ver fig. 22).



Fig. 11
Ejemplos de: etiqueta de café (piedra 425); propaganda de fábrica de salsas, escabeches y frutas en conserva (piedra 292); etiqueta de lata de pollo (piedras 29 y 48).



Fig. 12
Ejemplos de: etiqueta de limonada (piedra 303); etiqueta de lata de jugo de naranja (piedra 333).
Nótese que en ambas hay separación de color.



Fig. 13
Ejemplo de: etiqueta de anís (piedra 175); etiqueta de tequila (piedra 273).



Fig. 14
Ejemplo de: propaganda de fábrica de cerillos (piedra 390); propaganda de fábrica de cerillos (piedra 471).

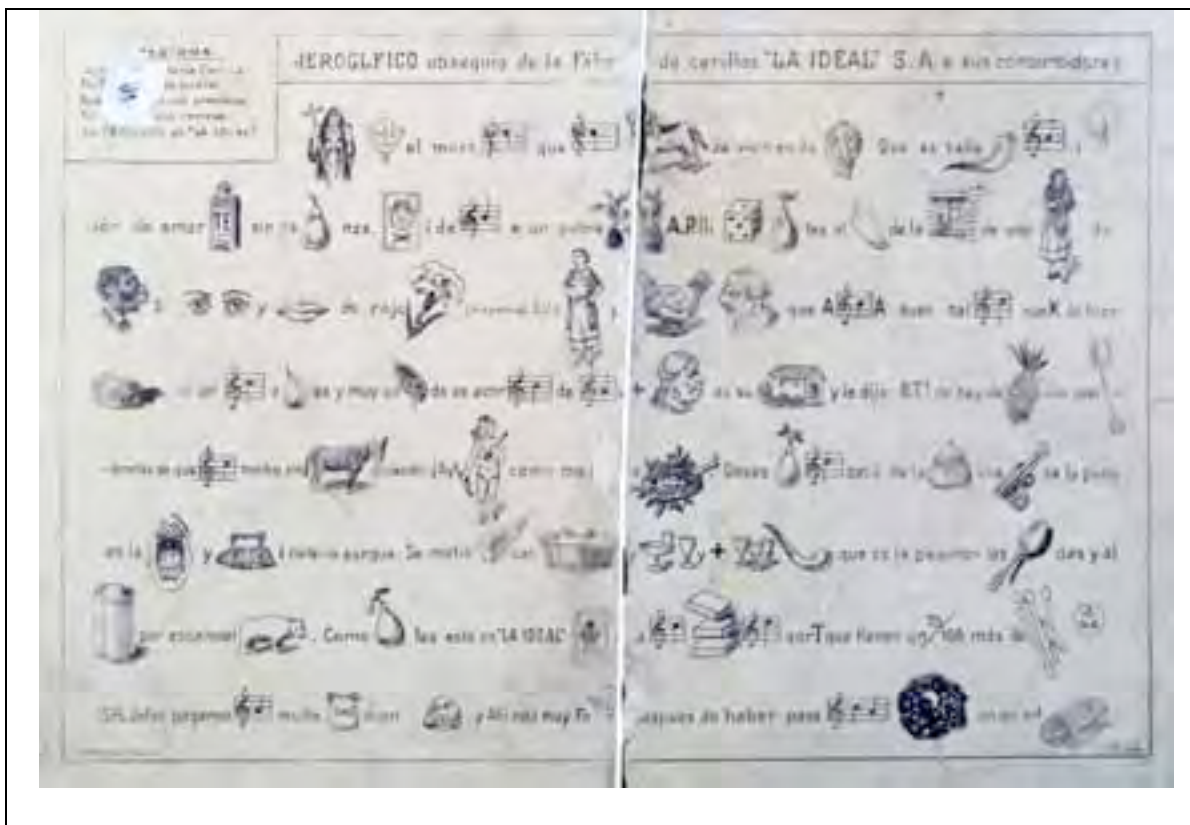


Fig. 15
"Jeroglífico", ejemplo de juego de destreza, cortesía de "La Ideal" (piedra 468).

ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
 CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
 EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.



Fig. 16. “La Intellectual”
 Fig. 17. “La Intellectual”
 Fig. 18. “La Intellectual”

?

?

?

ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
 CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
 EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.



Fig. 6
 Biblioteca del Museo de Historia Natural de la UNAM, México



Fig. 7
 Biblioteca del Museo de Historia Natural de la UNAM, México

?

?



Fig. 19
Ejemplo de: propaganda de hilazas (piedra 332); propaganda de medias (piedra 410).

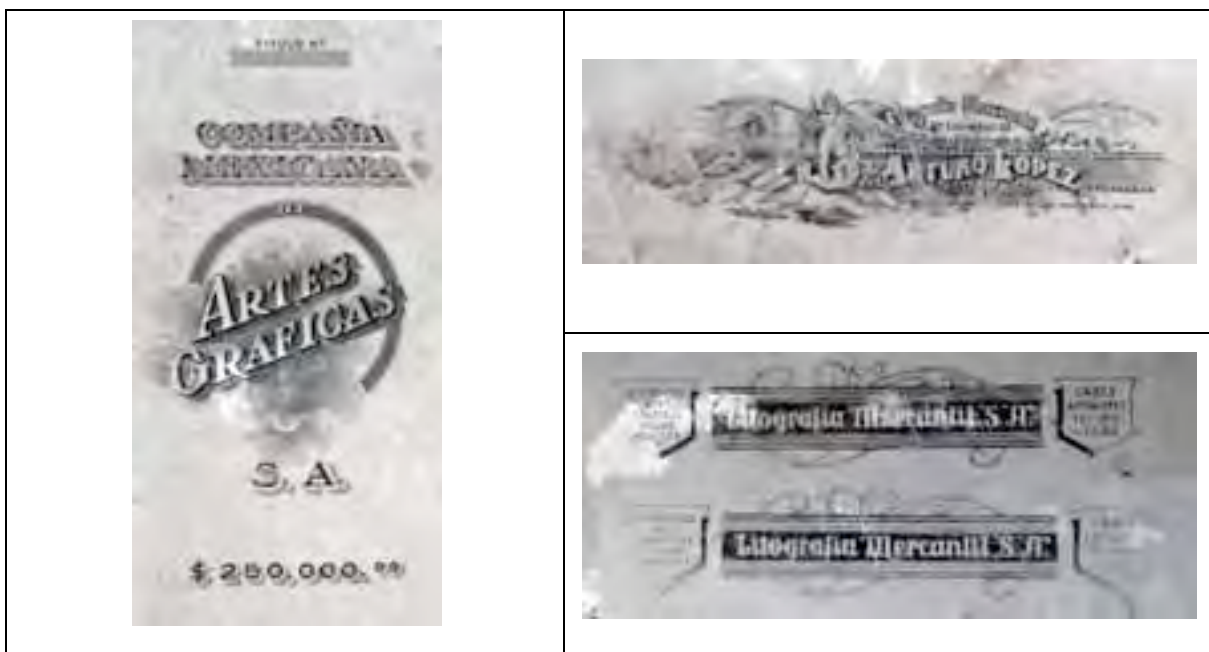


Fig. 20
Ejemplo de: etiquetas de imprentas y talleres litográficos (piedras 101, 462 y 247 en dos caras de la misma piedra).

ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
 CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
 EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.



Fig. 2. b) Litografía de la etiqueta de los cigarros "ERGLE" (26)







Fig. 3. a) Litografía de la etiqueta de los cigarros "SARTURO" (27)

3.2 Catálogo

Para realizar este catálogo se plantea el auxilio de una tabla que contendrá los campos siguientes:

Piedra	Número (arbitrario, asignado conforme las piedras se fueron fotografiando).	Identificación	Temas
Color	(En una clasificación muy general, limitado a tres colores: <i>beige</i> , <i>blanco</i> o <i>gris</i> .)	Número – (Ya sea de inventario o algún otro que se encuentre en el perímetro de las caras correspondientes al espesor.)	> (Se entenderán en general los correspondientes a cigarros, etiquetas propagandísticas o de cajas de puros, vitolas, etcétera).
Medidas	Alto / Ancho / Espesor (en centímetros).		
FOTOGRAFÍA COMPLETA DE LA PIEDRA, POR LA CARA EN DONDE SE ENCUENTREN LAS IMÁGENES RELATIVAS AL TEMA DE ESTA TESIS.		IMAGEN-(ES) ESPECÍFICAS REFERENTES A LOS TABACOS.	

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRAFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	15	Identificación	Temas
Color	Beige	122 en azul	> tabacos "Flor Fina"
Medidas	32 / 25 / 35 (cm)		
			
Piedra	17	Identificación	Temas
Color	Beige	417 en rojo 173 en azul	> cigarros "Cabarets"
Medidas	31.5 / 35 / 5 (cm)		
			




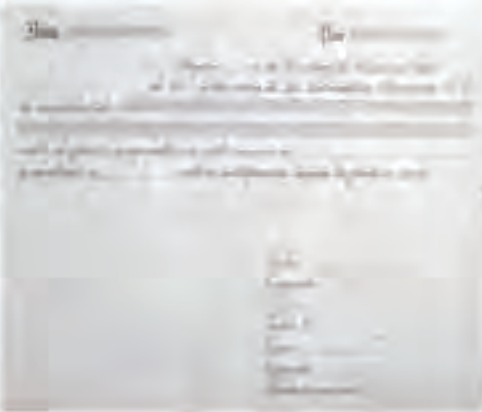
2

2

2

nd 2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**



Piedra	141	Identificación	Temas
Color	Blanco	597. en rojo P.116 azul/rosa	> cigarrillos "Bohemios"
Medidas	27 / 32.5 / 8.5 (cm)		
			
Piedra	183	Identificación	Temas
Color	Beige	P.17 azul/rosa	> pagaré "La Tabacalera Mexicana S. A."
Medidas	20.5 / 31.5 / 5 (cm)		
			

2

2

2

ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
 CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
 EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.

Piedra	241	Identificación	Temas
Color	Beige	Ilegible negro/verde	> cigamos (fosfórico) "La Montaña Espiral" > cigaros sin identificación
Medidas	30 / 24 / 6 (cm)		
			
Piedra	247	Identificación	Temas
Color	Beige	1154 rojo/amarillo 225 en negro 2153 en azul	> etiqueta de fábrica "El Toro"
Medidas	24 / 30 8 / 5 (cm)		
			

2

2

2

ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
 CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRAFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
 EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.

Piedra	252	Identificación	Temas
Color	Beige	ilegible en negro	> cigarros "La Esperanza y Porvenir"
Medidas	33 / 34.5 / 6 (cm)		



Piedra	254	Identificación	Temas
Color	Beige	ilegible	> cigarros "México y España"
Medidas	27 / 32 / 7.5 (cm)		



ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
 CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
 EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.

Piedra	254	Identificación	Temas
Color	Beige	Ilegible	> cigarros sin identificación
Medidas	27 / 32 / 7.5 (cm)		



Piedra	256	Identificación	Temas
Color	Beige	1904 en negro	> cigarros "Favorita"
Medidas	25.3 / 30.3 / 7 (cm)		



**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	260	Identificación	Temas
Color	Beige	361 en negro	> cigarros "La Fe"
Medidas	25 / 30.5 / 4.5 (cm)		



Piedra	260	Identificación	Temas
Color	Beige	361 en negro	> cigarros "Crema México"
Medidas	25 / 30.5 / 4.5 (cm)		

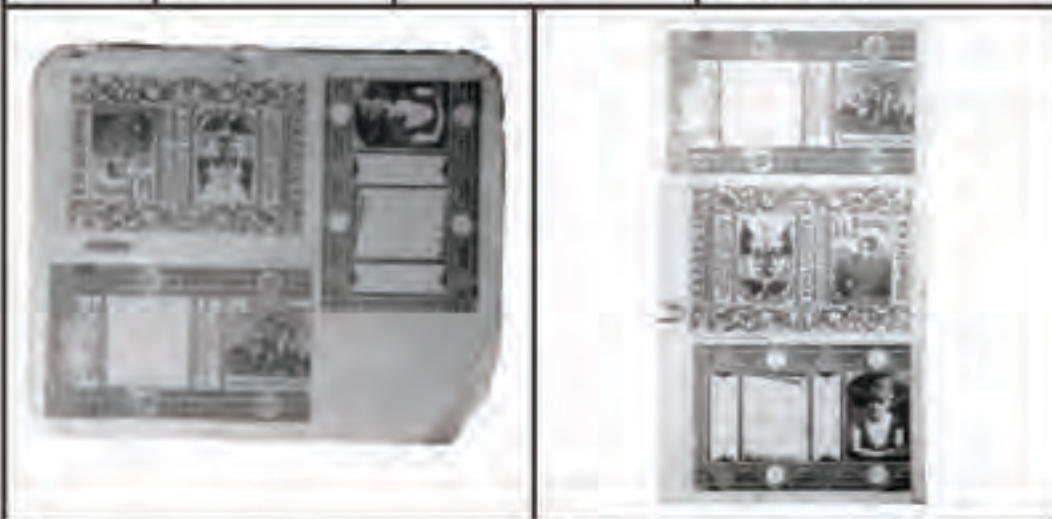


ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.

Piedra	264	Identificación	Temas
Color	Beige	64 negro/amarillo 1326 ilegible	> cigarrillos "Quintos"
Medidas	28 / 33.5 / 6 (cm)		



Piedra	281	Identificación	Temas
Color	Beige	ilegible 08-830 007	>cigarrillos "La Fraternidad" >cigarrillos "La Prueba" >cigarrillos sin identificación
Medidas	28 / 32.5 / 7 (cm)		



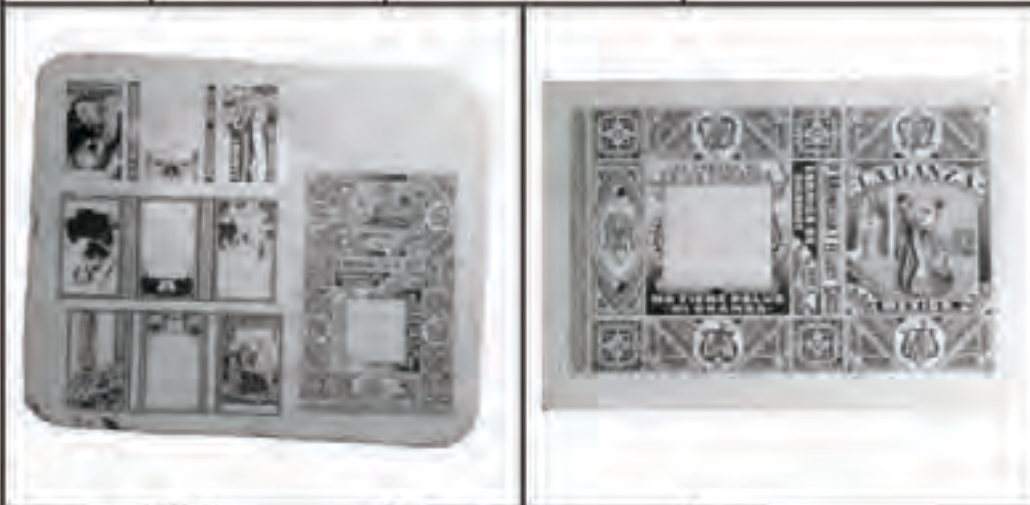
2

2

2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	281	Identificación	Temas
Color	Beige	Ilegible 08-830 007	> cigarros "La Danza"
Medidas	28 / 32.5 / 7 (cm)		



Piedra	282	Identificación	Temas
Color	Beige	876 en negro 08-830 112	> cigarros "El 16 de Septiembre"
Medidas	26.5 / 32 / 7.1 (cm)		



2

2

2

2

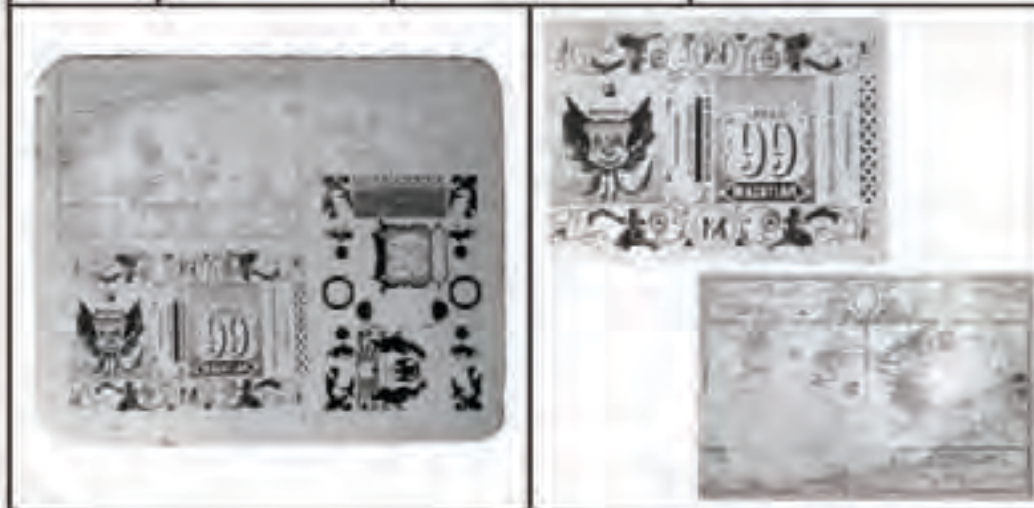
**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

2

Piedra	283	Identificación	Temas
Color	Beige	08-830 059	->cigarros "La Flor de México"
Medidas	25.5 / 30.7 / 6 (cm)		



Piedra	283	Identificación	Temas
Color	Beige	08-830 059	->cigarros "Del 99" ->cigarros sin identificación
Medidas	25.5 / 30.7 / 6 (cm)		



2

2

2

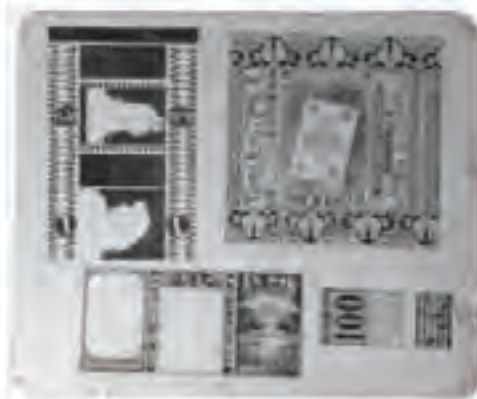
**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

2

Piedra	284	Identificación	Temas
Color	Beige	32 en negro 08-830 020	> cigarrós "El Genio" > cigarrós "El Sol de Cuba"
Medidas	27 / 32.4 / 8.5 (cm)		



Piedra	285	Identificación	Temas
Color	Beige	08-830 110	> cigarrós "El Cinco de Oros"
Medidas	27.2 / 32.7 / 8 (cm)		







2

2

2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	285	Identificación	Temas
Color	Beige	08-830 110	>cigarrón sin identificación >cigarrón "El Reto"
Medidas	27.2 / 32.7 / 6 (cm)		
			
Piedra	287	Identificación	Temas
Color	Beige	08-830 114	>cigarrón "La Bella Jardinera"
Medidas	27 / 32.5 / 5.1 (cm)		
			

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	288	Identificación	Temas
Color	Beige	1322 negro/amarillo 08-830 062	>cigarrós "La Rica Hoja" >cigarrós sin identificación
Medidas	26.7 / 32.1 / 5 (cm)		



Piedra	288	Identificación	Temas
Color	Beige	1322 negro/amarillo 08-830 062	>cigarrós sin identificación
Medidas	26.7 / 32.1 / 5 (cm)		



2

2

2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	289	Identificación	Temas
Color	Beige	919 negro/amarillo 08-830 054	>cigarrós "La Flor del Hogar" >cigarrós "La Carolina Mexicana"
Medidas	25.5 / 30.4 / 5.4 (cm)		



Piedra	289	Identificación	Temas
Color	Beige	919 negro/amarillo 08-830 054	>cigarrós sin identificación
Medidas	25.5 / 30.4 / 5.4 (cm)		





2

2

2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	290	Identificación	Temas
Color	Beige	803 en negro 08-830 118	>cigarros "La Carolina"
Medidas	27 / 32.8 / 4.2 (cm)		
			
Piedra	291	Identificación	Temas
Color	Beige	1086 negro/amarillo 08-830 117	>cigarros "La Reforma"
Medidas	25.2 / 30.4 / 3.9 (cm)		
			

2

2

2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	293	Identificación	Temas
Color	Beige	629 negro/amarillo 08-830 046	>publicidad de fábrica "LaFama"
Medidas	26.8/32.7/4.4 (cm)		
			
Piedra	293	Identificación	Temas
Color	Beige	629 negro/amarillo 08-830 046	>alegoría referente a tabacos, sin identificación.
Medidas	26.8/32.7/4.4 (cm)		
			

2

2

2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	294	Identificación	Temas
Color	Beige	08-830 098	>cigarros "El Amigo del Pueblo"
Medidas	27 / 32.7 / 4.7 (cm)		



Piedra	294	Identificación	Temas
Color	Beige	08-830 098	>cigarros "La Perla de Cuba"
Medidas	27 / 32.7 / 4.7 (cm)		



2

2

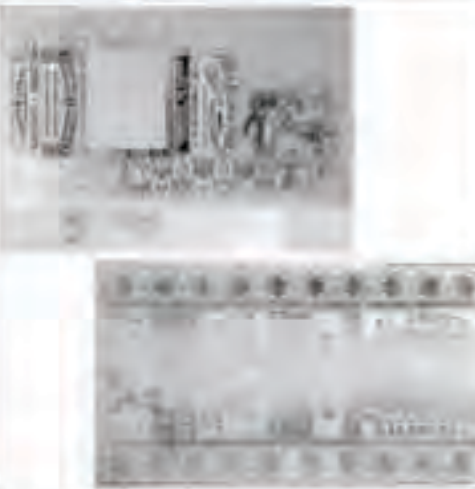
2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	295	Identificación	Temas
Color	Beige	1153 negro/amarillo P.37 en negro 08-830 064	>cigarros "Las Dos Naciones"
Medidas	24.4 / 29.8 / 5 (cm)		



Piedra	295	Identificación	Temas
Color	Beige	1153 negro/amarillo P.37 en negro 08-830 064	>cigarros sin identificación >cigarros "El Deloite"
Medidas	24.4 / 29.8 / 5 (cm)		



2

2

2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	296	Identificación	Temas
Color	Beige	1473 negro/amarillo 08-830 051	>cigarros "El Dios del Comercio" >cigarros "Palmitas"
Medidas	22.8 / 33 / 3.9 (cm)		



Piedra	297	Identificación	Temas
Color	Beige	875 en negro P.22 en negro 08-830 010	>cigarros "Viva México"
Medidas	27 / 33 / 5.8 (cm)		



2

2

2

ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
 CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
 EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.

Piedra	303	Identificación	Temas
Color	Beige	828 en negro 54 en negro 08-830 090	>cigarros "La Diosa Venus"
Medidas	27.5 / 33 / 5 (cm)		



Piedra	303	Identificación	Temas
Color	Beige	828 en negro 54 en negro 08-830 090	>cigarros "La Primavera"
Medidas	27.5 / 33 / 5 (cm)		



2

2

2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	313	Identificación	Temas
Color	Beige	855 negro/amarillo ilegible en negro 08-830 097	>cigarros "La Tepiqueña" >cigarros "La Perla de Cuba"
Medidas	27 / 32.7 / 8 (cm)		



Piedra	314	Identificación	Temas
Color	Beige	834 negro/amarillo 08-830 004	>cigarros "El Muelle- Banqueros"
Medidas	27 / 32.4 / 7.4 (cm)		



2

2

2

ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
 CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
 EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.

Piedra	315	Identificación	Temas
Color	Gris	1174 negro/amarillo 241 en negro 08-830 025	>cigarros "La Victoria" >etiqueta "La Reforma del 69"
Medidas	25.5 / 30.4 / 5.3 (cm)		



Piedra	315	Identificación	Temas
Color	Gris	1174 negro/amarillo 241 en negro 08-830 025	>cigarros "El Pico de Orizaba"
Medidas	25.5 / 30.4 / 5.3 (cm)		



2

2

2

ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
 CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRAFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
 EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.

Piedra	316	Identificación	Temas
Color	Beige	70 en negro 08-830 058	>cigarros "La Popular" >cigarros "El Principe"
Medidas	26.7 / 33.3 / 5 (cm)		



Piedra	318	Identificación	Temas
Color	Beige	1153 en negro 08-830 082	>cigarros "Caramelos"
Medidas	29 / 34 / 4.8 (cm)		

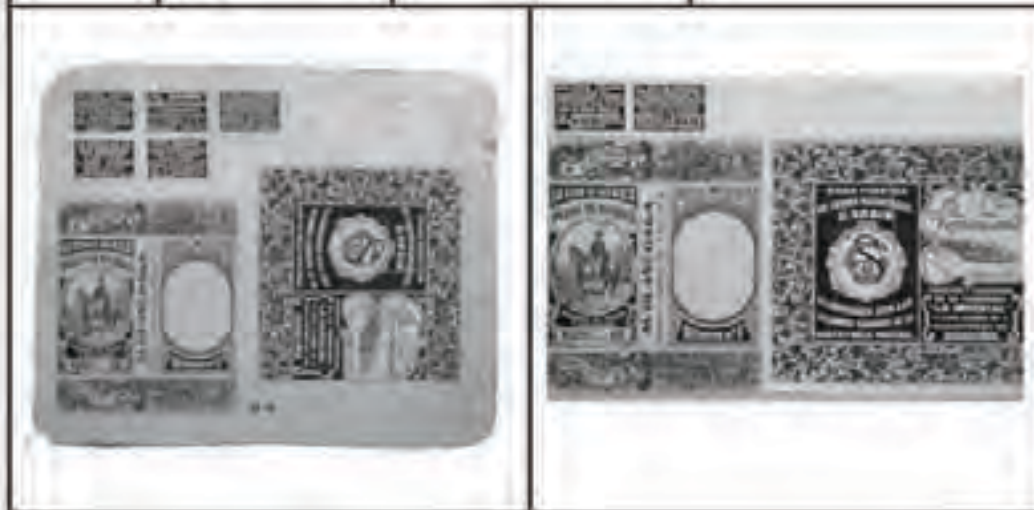


ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
 CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
 EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.

Piedra	319	Identificación	Temas
Color	Beige	410 en negro 918 negro/amarillo 08-830 015	>cigarros "El Fénix" >cigarros "La Generosa"
Medidas	25.5 / 30.5 / 6 (cm)		



Piedra	321	Identificación	Temas
Color	Beige	141 en negro 230 negro/amarillo 08-830 089	>cigarros "La Flor de México" >cigarros "La Veracruzana"
Medidas	25.5 / 30.6 / 7 (cm)		



2

2

2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	321	Identificación	Temas
Color	Beige	141 en negro 230 negro/amarillo 08-830 089	>propaganda de cigarrós "Flor de Tuxpam"
Medidas	25.5 / 30.6 / 7 (cm)		



Piedra	332	Identificación	Temas
Color	Beige	854 en negro 461 rojo/amarillo 08-830 001	>cigarrós "Delinos"
Medidas	32 / 38.5 / 7.6 (cm)		



ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
 CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
 EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.

Piedra	332	Identificación	Temas
Color	Beige	854 en negro 461 rojo/amarillo 08-830 001	>cigarros sin identificación
Medidas	32 / 36.5 / 7.6 (cm)		



Piedra	334	Identificación	Temas
Color	Beige	371 negro/amarillo 08-830 029	>cigarros "Estrellas"
Medidas	27.5 / 33 / 6 (cm)		



2

2

2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRAFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	334	Identificación	Temas
Color	Beige	371 negro/amarillo 08-830 029	>cigarros "Cabarets"
Medidas	27.5 / 33 / 6 (cm)		
			
Piedra	335	Identificación	Temas
Color	Beige	843 en negro 08-830 035	>cigarros sin identificación >cigarros "Los Mejores"
Medidas	32 / 26 / 6 (cm)		
			

2

2

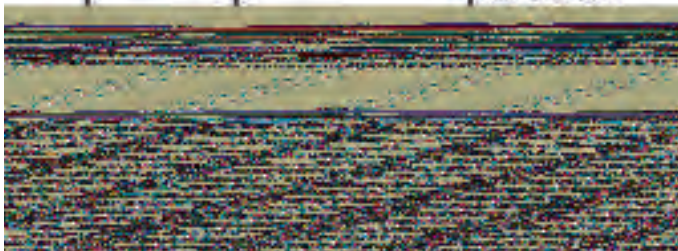
2

ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
 CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
 EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.

Piedra	335	Identificación	Temas
Color	Beige	843 en negro 08-830 035	>cigarros "La República"
Medidas	32 / 26 / 6 (cm)		



Piedra	336	Identificación	Temas
Color	Beige	34 en negro 08-830 079	>propaganda de cigarros"



2

2

2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**





Piedra	337	Identificación	Temas
Color	Beige	914 negro/amarillo 406 en negro 08-830 0024	>cigarrós especiales para señoras
Medidas	30 / 24.5 / 4.5 (cm)		



Piedra	337	Identificación	Temas
Color	Beige	914 negro/amarillo 406 en negro 08-830 0024	>cigarrós "El Pico de Orizaba"
Medidas	30 / 24.5 / 4.5 (cm)		



ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
 CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
 EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.

Piedra	338	Identificación	Temas
Color	Beige	773 en negro 866 negro/amarillo	>etiqueta tabacos "El Amigo del Pueblo"
Medidas	32.5 / 27.2 / 7.5 (cm)	21 en negro 08-830 070	
			
Piedra	339	Identificación	Temas
Color	Beige	ilegible negro/amarillo 28 en negro	>cigarros "El Cambio"
Medidas	32.3 / 26.7 / 4.5 (cm)	08-830 009	
			

2

2

2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**





Piedra	339	Identificación	Temas
Color	Beige	ilegible negro/amarillo 28 en negro 08-830 009	>cigarros "Las Dos Naciones"
Medidas	32.3 / 26.7 / 4.5 (cm)		



Piedra	339	Identificación	Temas
Color	Beige	1038 en negro 227 negro/amarillo 08-830 095	>cigarros "El Conquistador" >cigarros "El Gallo de Oro"
Medidas	30.3 / 25.5 / 7 (cm)		



**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRAFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	341	Identificación	Temas
Color	Beige	36 en negro 485 en negro ilegible negro/amarillo 08-830 011	>cigarros "La Regeneradora de Aguascalientes" >cigarros sin identificación >cigarros sin identificación
Medidas	30.5 / 25.4 / 7 (cm)		
			
Piedra	342	Identificación	Temas
Color	Beige	43 en negro 1000 en negro 08-830 103	>cigarros "El Figaro" >cigarros sin identificación >cigarros sin identificación
Medidas	36 / 25 / 6 (cm)		
			





2

2

2

dd 2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	343	Identificación	Temas
Color	Beige	1294 negro/amarillo 08-830 060	>etiqueta de puros "Los Buenos" >cigarros "La Paz" >cigarros "La Marina"
Medidas	32.5 / 26.5 / 5.3 (cm)		
			
Piedra	344	Identificación	Temas
Color	Beige	778 en negro 872 en negro 08-830 084	>cigarros "La turquesa" >cigarros "Instantes"
Medidas	32.5 / 27 / 7.8 (cm)		
			

ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
 CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
 EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.





Piedra	345	Identificación	Temas
Color	Beige	35 en rojo 163 en negro 165 negro/amarillo 08-830 109	>cigarros sin identificación
Medidas	25.7 / 22 / 7.2 (cm)		



Piedra	346	Identificación	Temas
Color	Beige	7001 en azul 08-830 017	>cigarros "El Toro"
Medidas	32.7 / 27.7 / 7.7 (cm)		



ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
 CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
 EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.



Piedra	347	Identificación	Temas
Color	Gris	1434 negro/amarillo 522 en negro	>cigarros "El Dios del Amor"
Medidas	32.5 / 26.3 / 6.8 (cm)	08-830 092	
			
Piedra	348	Identificación	Temas
Color	Beige	6 en azul 1160 negro/amarillo ilegible en azul	>cigarros "Flor de la Habana"
Medidas	29.6 / 24.2 / 4.5 (cm)	08-830 048	
			

2

2

2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**





Piedra	348	Identificación	Temas
Color	Beige	6 en azul 1160 negro/amarillo	>cigarros sin identificación >cigarros "La Vencedora"
Medidas	29.6 / 24.2 / 4.5 (cm)	ilegible en azul 08-830 048	
			
Piedra	349	Identificación	Temas
Color	Beige	148 negro/amarillo 15 en negro 118 en negro	>cigarros sin identificación >cigarros "Pectorales"
Medidas	27 / 20 / 8 (cm)	08-830 050	
			

2

2

2

ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
 CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
 EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.





Piedra	350	Identificación	Temas
Color	Beige	672 negro/amarillo 08-830 018	>cigarros sin identificación >cigarros "Extra-Sueltos"
Medidas	30.4 / 21.2 / 6.6 (cm)		
			
Piedra	351	Identificación	Temas
Color	Beige	792 en negro ilegible negro/amarillo 08-830 063	>cigarros "El Gato" >cigarros "El Japonés"
Medidas	32.5 / 27 / 4.4 (cm)		
			

2

2

2

ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
 CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRAFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
 EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.





Piedra	351	Identificación	Temas
Color	Beige	792 en negro ilegible negro/amarillo	>cigarros "La Mexicana"
Medidas	32.5 / 27 / 4.4 (cm)	08-830 063	
			
Piedra	352	Identificación	Temas
Color	Beige	ilegible negro/amarillo 273 en negro 51 en negro	>cigarros "La Unión"
Medidas	30.3 / 25.5 / 4.7 (cm)	08-830 119	
			

2

2

2

ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
 CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
 EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.





Piedra	353	Identificación	Temas
Color	Beige	3 negro/blanco 1261 negro/amarillo 08-830 076	>cigarros "La Perla"
Medidas	30.2 / 25.2 / 4 (cm)		
			
Piedra	354	Identificación	Temas
Color	Beige	799 en negro 24 en negro 61 en negro 08-830 049	>cigarros "El Camaya..." >cigarros "La Universal"
Medidas	30 / 27 / 4 (cm)		
			

2

2

2

ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
 CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
 EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.

Piedra	354	Identificación	Temas		
Color	Beige	799 en negro 24 en negro 61 en negro	>cigarros "La Unión" >cigarros "La Uruapania" >etiqueta de puros >cigarros "La Fortuna"		
Medidas	30 / 27 / 4 (cm)	08-830 049			
					
		Piedra	355	Identificación	Temas
		Color	Beige	862 en negro 08-830 099	>cigarros "La Bicicleta" >cigarros sin identificación
Medidas	32 / 28.5 / 5 (cm)				
					

2

2

2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRAFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	355	Identificación	Temas
Color	Beige	862 en negro 08-830 099	>cigarros "La Onza de Oro"
Medidas	32 / 26.5 / 5 (cm)		



Piedra	356	Identificación	Temas
Color	Beige	236 negro/amanillo 701 en negro 50 en azul 08-830 021	>cigarros "Universales"
Medidas	30.5 / 25.4 / 7.5 (cm)		







2

2

2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	358	Identificación	Temas
Color	Beige	870 en negro 475 negro/amarillo 08-830 052	>cigarros "El As Para Todas"
Medidas	32 / 26.7 / 6 (cm)		
			
Piedra	360	Identificación	Temas
Color	Beige	632 negro/amarillo 13 en negro 3 en rojo 08-830 002	>cigarros "La Providencia" >cigarros "Mis Ideales"
Medidas	32.5 / 27.3 / 8.4 (cm)		
			

2

2

2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRAFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	362	Identificación	Temas
Color	Beige	53 en negro 2357 en azul 771 en negro 08-830 102	>cigarros "La Diosa de los Tuxtlas" >cigarros "Flor Habana"
Medidas	32 / 26.9 / 6.6 (cm)		



Piedra	362	Identificación	Temas
Color	Beige	53 en negro 2357 en azul 771 en negro 08-830 102	>cigarros "El Invierno" >cigarros "El Vapor"
Medidas	32 / 26.9 / 6.6 (cm)		






2

2

2

ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
 CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
 EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.

Piedra	363	Identificación	Temas
Color	Beige	450 negro/amarillo 840 en negro 08-830 039	>cigarros "La Primera" >cigarros "Victorias"
Medidas	32.5 / 26.8 / 8.2 (cm)		
			
Piedra	364	Identificación	Temas
Color	Beige	1362 negro/amarillo 86 en negro ilegible en negro 08-830 057	>cigarros "El Faro"
Medidas	32 / 27.2 / 5.5 (cm)		
			

2

2

2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRAFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	365	Identificación	Temas
Color	Beige	10 en negro 16 en negro ilegible negro/amarillo 08-830 065	>etiqueta de tabacos, fábrica "La Imperial" >cigarros sin identificación
Medidas	32.3 / 28 / 4.6 (cm)		
			
Piedra	366	Identificación	Temas
Color	Gris	908 negro/amarillo 7 negro/amarillo 400 en negro 08-830 085	>cigarros "La República" >cigarros "La Gaviota"
Medidas	32.3 / 28 / 7 (cm)		
			

2

2

2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	367	Identificación	Temas
Color	Beige	845 en negro 452 negro/amarillo 08-830 033	>cigarros "La Violeta"
Medidas	32.4 / 26.5 / 7.2 (cm)		
			
Piedra	367	Identificación	Temas
Color	Beige	845 en negro 452 negro/amarillo 08-830 033	>cigarros sin identificación >cigarros "La América"
Medidas	32.4 / 26.5 / 7.2 (cm)		
			

2

2

2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**





Piedra	369	Identificación	Temas
Color	Beige	11 negro/blanco 638 en negro 08-830 040	>cigarros "La Reforma"
Medidas	32.5 / 27 / 8.3 (cm)		
			
Piedra	370	Identificación	Temas
Color	Beige	ilegible negro/amarillo 863 en negro 08-830 104	>etiqueta de puros "El Nuevo Veguero" >etiqueta sin identificación
Medidas	32.4 / 26.8 / 5 (cm)		
			

2

2

2

ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
 CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
 EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.





Piedra	371	Identificación	Temas
Color	Beige	921 negro/amarillo 413 en negro 08-830 053	>cigarros "El Czar"
Medidas	30.7 / 26.7 / 5.7 (cm)		
			
Piedra	372	Identificación	Temas
Color	Beige	1035 en negro 08-830 105	>cigarros "La Primavera"
Medidas	36.5 / 25.5 / 6.4 (cm)		
			

2

2

2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	372	Identificación	Temas
Color	Beige	1035 en negro 08-830 105	>cigarros "La Paz de México"
Medidas	30.5 / 25.5 / 6.4 (cm)		
			
Piedra	373	Identificación	Temas
Color	Beige	963 en negro ilegible negro/amarillo 08-830 047	>cigarros "La Unión"
Medidas	32.5 / 27.3 / 5.7 (cm)		
			

2

2

2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRAFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	373	Identificación	Temas
Color	Beige	963 en negro llegible negro/amarillo 08-830 047	>etiqueta sin identificación >cigarros sin identificación
Medidas	32.5 / 27.3 / 5.7 (cm)		



Piedra	375	Identificación	Temas
Color	Beige	1034 en negro 223 negro/amarillo 55 negro/amarillo 1012 en negro 08-830 080	>cigarros "El Artesano"
Medidas	36.5 / 25.5 / 7 (cm)		



2

2

2

ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
 CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
 EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.

Piedra	376	Identificación	Temas
Color	Beige	871 negro/amarillo ilegible en negro 08-830 036	>cigarros "El Gallito"
Medidas	32.9 / 20.6 / 7.8 (cm)		



Piedra	376	Identificación	Temas
Color	Beige	871 negro/amarillo ilegible en negro 08-830 036	>cigarros "El Progreso"
Medidas	32.9 / 20.6 / 7.8 (cm)		







2

2

2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	377	Identificación	Temas		
Color	Beige	1292 negro/amarillo 08-830 034	>cigarros "La Victoria" >cigarros "El Modelo" >cigarros "La Fabra"		
Medidas	32.3 / 27 / 5.7 (cm)				
					
		Piedra	378	Identificación	Temas
		Color	Beige	23 en negro 08-830 071	>cigarros "Perlas Finas" >etiqueta-propaganda de "La Mexicana"
Medidas	34 / 26.5 / 7 (cm)				
					

2

2

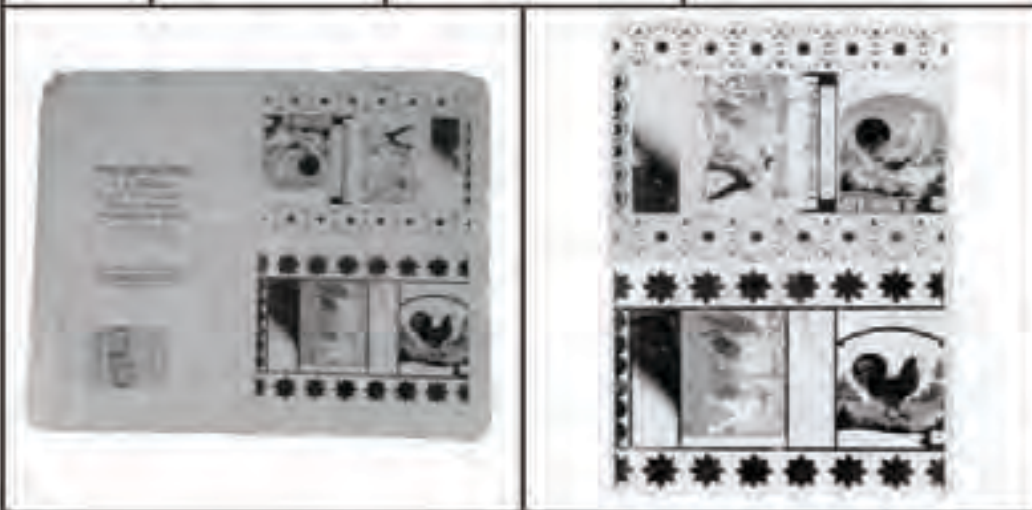
2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	379	Identificación	Temas
Color	Beige	802 en negro 17 en negro 08-830 115	>cigarros "La Gaviota" >cigarros "La Esperanza" >etiqueta-propaganda de fábrica "Vázquez y Guzmán"
Medidas	33.5 / 28 / 5 (cm)		



Piedra	379	Identificación	Temas
Color	Beige	802 en negro 17 en negro 08-830 115	>cigarros sin identificación
Medidas	33.5 / 28 / 5 (cm)		



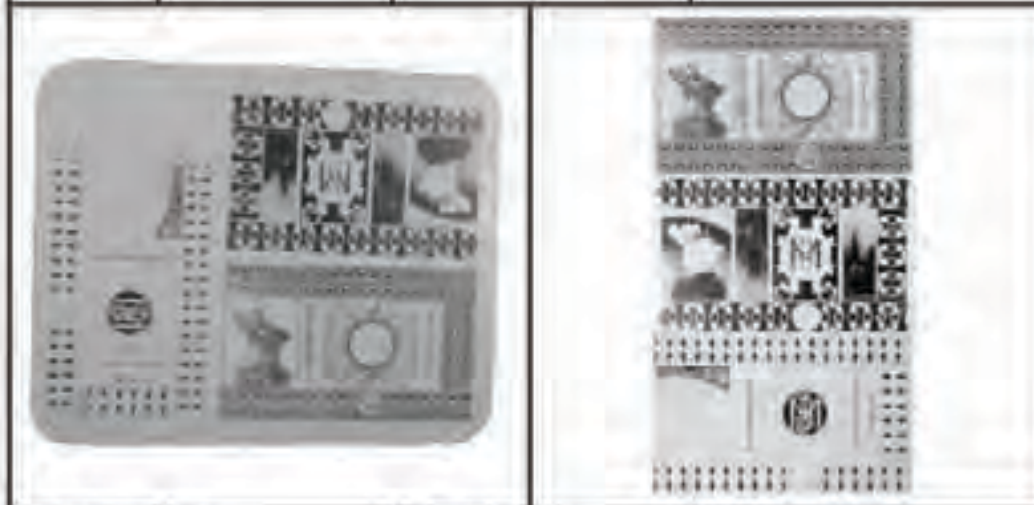
2

2

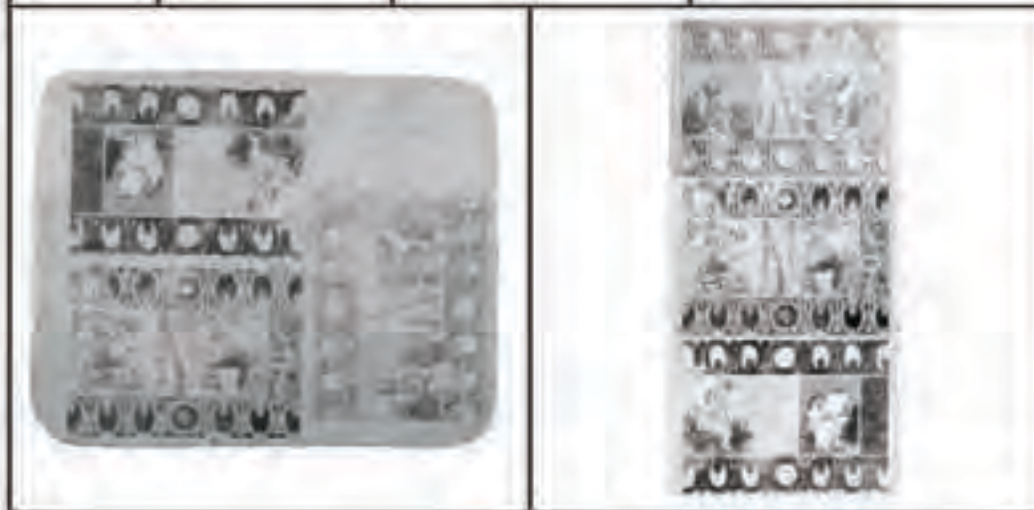
2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	380	Identificación	Temas
Color	Beige	1291 negro/amarillo 74 en negro 08-830 121	>cigarros "Excelentes de la Sultana"
Medidas	28.3 / 34 / 6.5 (cm)		



Piedra	380	Identificación	Temas
Color	Beige	1291 negro/amarillo 74 en negro 08-830 121	>cigarros "La Esclava"
Medidas	28.3 / 34 / 6.5 (cm)		



2

2

2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	391	Identificación	Temas
Color	Beige	841 en negro 08-830 044	>cigarros "Torpederos" >cigarros "La Alianza"
Medidas	33 / 27.5 / 7 (cm)		



Piedra	381	Identificación	Temas
Color	Beige	841 en negro 08-830 044	>cigarros "Claveles"
Medidas	33 / 27.5 / 7 (cm)		



**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	382	Identificación	Temas
Color	Beige	748 en negro 12 en negro 08-830 000	>propaganda de fábrica "El Progreso"
Medidas	33.5 / 28.5 / 8.5 (cm)		



Piedra	382	Identificación	Temas
Color	Beige	748 en negro 12 en negro 08-830 000	>cigarros "La Regeneradora de Aguascalientes"
Medidas	33.5 / 28.5 / 8.5 (cm)		







2

2

2

ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
 CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
 EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.

Piedra	384	Identificación	Temas
Color	Beige	650 negro/amanillo 633 en negro 08-830 106	>cigarros "El Charro Mexicano"
Medidas	33.5 / 20 / 8 (cm)		
			
Piedra	384	Identificación	Temas
Color	Beige	650 negro/amanillo 633 en negro 08-830 106	>cigarros "El Charro Mexicano"
Medidas	33.5 / 28 / 8 (cm)		
			

2

2

2

ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
 CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
 EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.

Piedra	385	Identificación	Temas
Color	Beige	35 en negro 1037 en negro 16 en negro 08-830 074	>cigarros "La Mexicana" >cigarros "La Florista" >cigarros "El León Pardo"
Medidas	31.5 / 26.2 / 8.5 (cm)		
			
Piedra	385	Identificación	Temas
Color	Beige	1054 en negro 08-830 111	>cigarros "Nacionales"
Medidas	31.5 / 26.5 / 9 (cm)		
			

2

2

2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRAFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	389	Identificación	Temas
Color	Beige	1319 negro/amarillo 08-830 027	>cigarros "La Catalana"
Medidas	33 / 28 / 8 (cm)		



Piedra	385	Identificación	Temas
Color	Beige	1319 negro/amarillo 08-830 027	>cigarros "La Nacional"
Medidas	33 / 28 / 8 (cm)		



2

2

2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	393	Identificación	Temas
Color	Beige	581 en negro 11046 negro/amarillo 42 en negro	>cigarros "La Legalidad"
Medidas	30.5 / 33.3 / 10 (cm)	08-830 086	
			
Piedra	394	Identificación	Temas
Color	Beige	65 en negro 08-830 012	>cigarros "La Reforma del 99"
Medidas	37.8 / 27.5 / 9 (cm)		
			

2

2

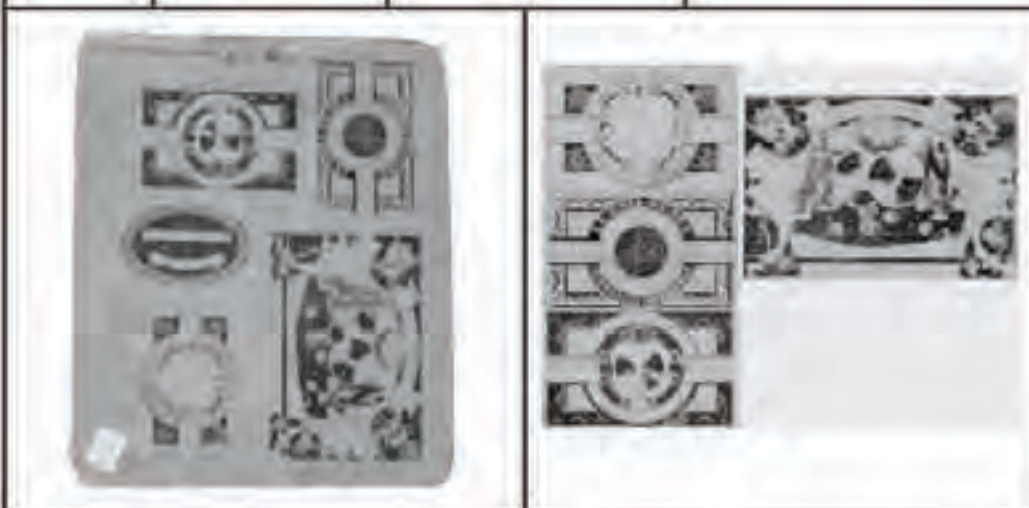
2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRAFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	396	Identificación	Temas
Color	Beige	39 en negro 325 en negro 08-830 088	>etiqueta de puros sin identificación
Medidas	31.5 / 26.3 / 3 (cm)		



Piedra	396	Identificación	Temas
Color	Beige	39 en negro 325 en negro 08-830 088	>etiqueta de la "Onza de Oro"
Medidas	31.5 / 26.3 / 3 (cm)		



2

2

2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	397	Identificación	Temas
Color	Beige	880 negro/amarillo 08-830 045	>cigarros "El Marino"
Medidas	31.5 / 26 / 7.5 (cm)		



Piedra	397	Identificación	Temas
Color	Beige	880 negro/amarillo 08-830 045	>cigarros "La Estrella"
Medidas	31.5 / 26 / 7.5 (cm)		



2

2

2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRAFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	405	Identificación	Temas
Color	Blanco	839 en negro P.168 en azul	>cigarros "La Legalidad" >cigarros "Claveles"
Medidas	32.4 / 26.6 / 7 (cm)		



Piedra	425	Identificación	Temas
Color	Beige	Illegible	>etiqueta de "El Pabellón Mexicano"
Medidas	30 / 36 / 5 (cm)		



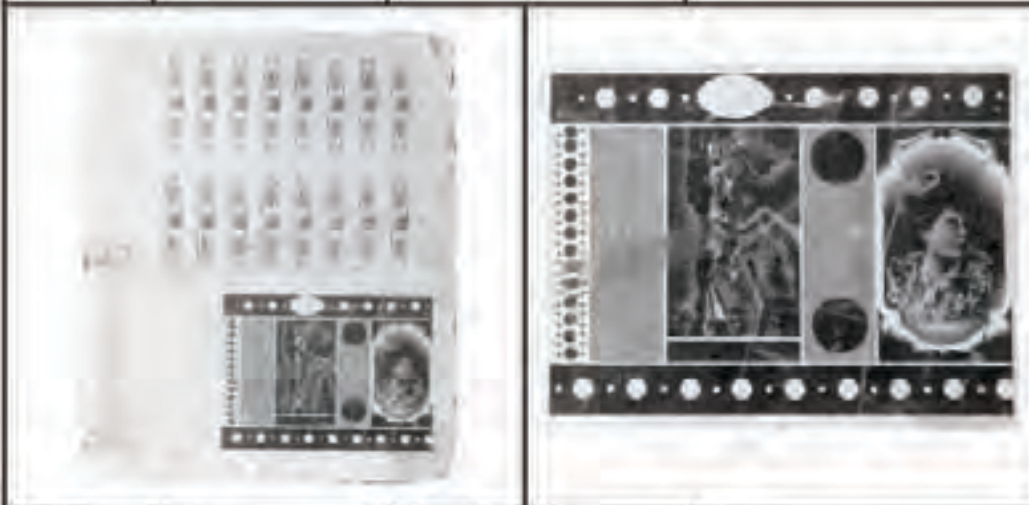
2

2

2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRAFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	437	Identificación	Temas
Color	Blanco	P.60 en azul ilegible negro/amarillo	>cigarros sin identificación
Medidas	32.5 / 27 / 7 (cm)		



Piedra	450	Identificación	Temas
Color	Grís	585 en negro	>cigarros "La Vallense"
Medidas	33.5 / 27 / 6.5 (cm)		



2

2

2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	455	Identificación		Temas	
Color	Beige	P.33 en azul			
Medidas	30 / 25 / 7.5 (cm)				
Piedra	455	Identificación		Temas	
Color	Beige	P.33 en azul			
Medidas	30 / 25 / 7.5 (cm)				

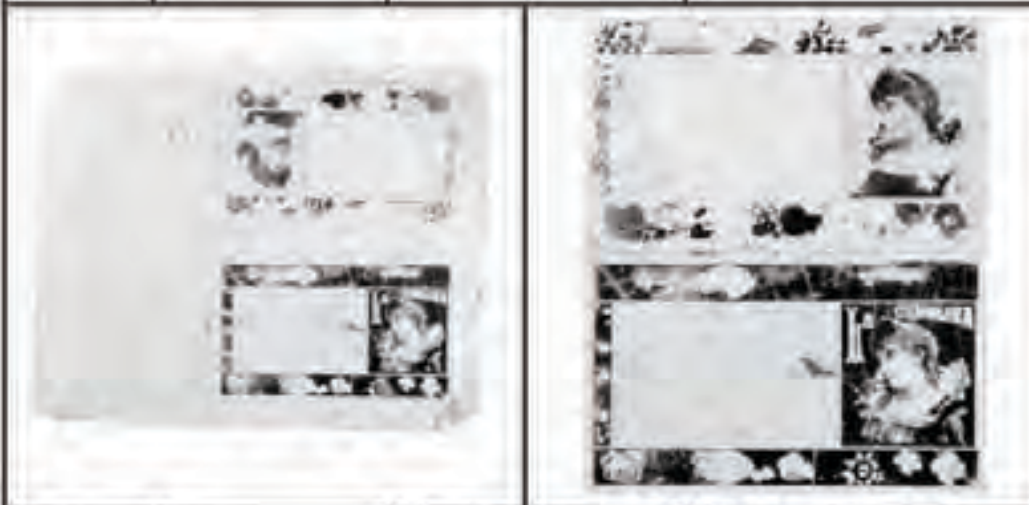
2

2

2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRAFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	456	Identificación	Temas
Color	Blanco	Ilegible	>cigarros "La Carlina"
Medidas	27 / 32.5 / 7 (cm)		



Piedra	457	Identificación	Temas
Color	Blanco	926 negro/amarillo 926 en negro	>etiqueta sin identificación
Medidas	24 / 36 / 6 (cm)		



2

2

2

ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
 CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
 EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.

Piedra	460	Identificación	Temas
Color	Blanco	846 en negro	>cigarros "La Central"
Medidas	32.5 / 26.5 / 6 (cm)		



Piedra	460	Identificación	Temas
Color	Blanco	846 en negro	>puros "La Flor de México" >cigarros "La Fortuna"
Medidas	32.5 / 26.5 / 6 (cm)		







2

2

2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**



Piedra	462	Identificación	Temas
Color	Grís	P.134 en azul 372 negro/amanillo	>cigarros "Alpinos"
Medidas	33 / 27 / 6 (cm)		
			
Piedra	463	Identificación	Temas
Color	Grís	2 en negro ilegible negro/amanillo	>cigarros "Selectos"
Medidas	23 / 33.5 / 8 (cm)		
			

2

2

2




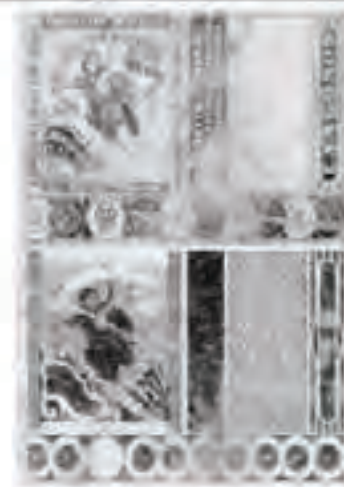
ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
 CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
 EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.

Piedra	464	Identificación	Temas
Color	Blanco	P.161 en azul 1199 negro/amarillo	>cigarros "Sonrisas" / "El Fénix" >cigarros "Veteranos"
Medidas	32.5 / 27.5 / 5 (cm)		
			
Piedra	466	Identificación	Temas
Color	Blanco	Illegible	>etiqueta de "La Intelectual" >etiqueta-propaganda de fabrica de tabacos "La América"
Medidas	25 / 30.5 / 6 (cm)		
			

2

2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	467	Identificación	Temas
Color	Beige	416 en negro P.12 amarilló/rojo	>cigarros "La Abundancia" >cigarros sin identificación
Medidas	30 / 24.5 / 4 (cm)		
			
Piedra	468	Identificación	Temas
Color	Grís	1151 negro/amarillo P.137 en azul 2254 en negro	>cigarros "La Industria Mexicana Sin Rival"
Medidas	24 / 29.5 / 6.5 (cm)		
			

2

2

2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	469	Identificación	Temas
Color	Blanco	927 negro/amarillo 420 en negro	>cigarros sin identificación
Medidas	30 / 24 / 5 (cm)		



Piedra	470	Identificación	Temas
Color	Grís	625 en negro 649 negro/amarillo	>cigarros "La Tabasqueña" >cigarros "El Guerrillero" >etiqueta de puros "La Fama del Tabaco"
Medidas	29.5 / 32 / 8 (cm)		


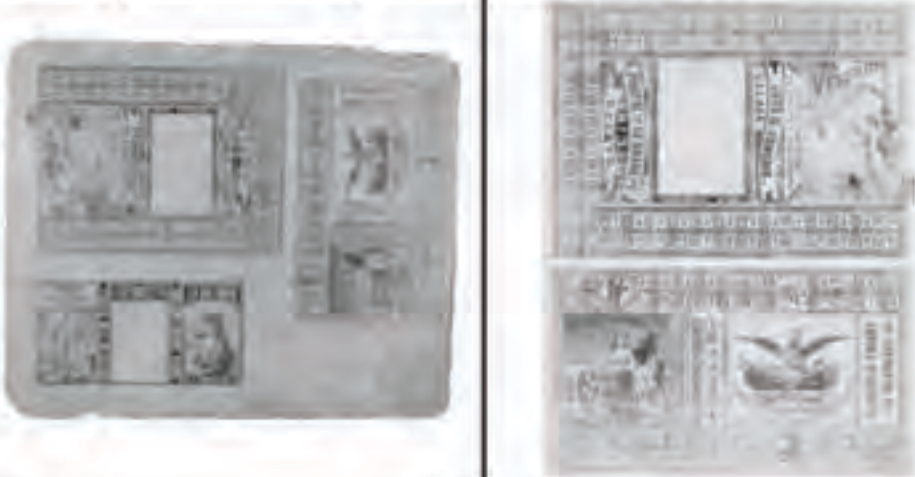


2

2

2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	470	Identificación	Temas
Color	Gris	625 en negro 649 negro/amanillo	>cigarros "Vencedores"
Medidas	29.5 / 32 / 8 (cm)		
			
Piedra	472	Identificación	Temas
Color	Beige	P.76 en azul	>cigarros "El Vesubio" >cigarros "La Nacional"
Medidas	32.5 / 27 / 4.5 (cm)		
			

2

2

2

ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
 CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
 EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.

Piedra	472	Identificación	Temas
Color	Beige	P.76 en azul	>cigarros "La Murella"
Medidas	32.5 / 27 / 4.5 (cm)		



Piedra	473	Identificación	Temas
Color	Beige	(nada)	>cigarros "La Primavera"
Medidas	25 / 30.5 / 3.5 (cm)		


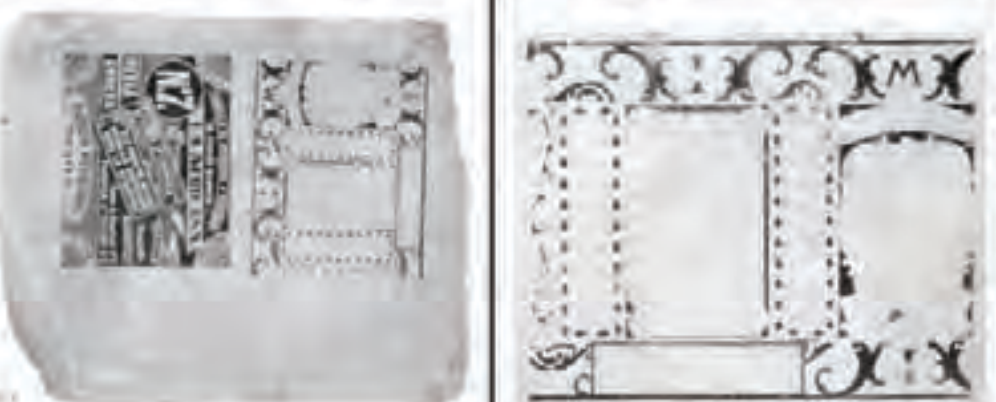


2

2

2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	473	Identificación	Temas
Color	Beige	(nada)	>planilla con vitolas (varías)
Medidas	25 / 30.5 / 3.5 (cm)		
			
Piedra	476	Identificación	Temas
Color	Blanco	1004 en negro	>cigarras sin identificación
Medidas	25 / 30.5 / 7 (cm)		
			

2

2

2

ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
 CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
 EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.

Piedra	476	Identificación	Temas
Color	Blanco	1004 en negro	>cigarros (identificación ilegible)
Medidas	25 / 30.5 / 7 (cm)		



Piedra	477	Identificación	Temas
Color	Beige	Ilegible	>cigarros "La Constancia" >cigarros "El Ret..."
Medidas	27 / 30.5 / 6 (cm)		



2

2

2

ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
 CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRAFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
 EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.

Piedra	475	Identificación	Temas
Color	Beige	209 en negro 2756 en azul	>cigarros "La Victoria"
Medidas	29.5 / 24 / 6.5 (cm)		



Piedra	475	Identificación	Temas
Color	Beige	Illegible	>cigarros "La Soberana"
Medidas	27.5 / 33 / 6 (cm)		



2

2

2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRAFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	481	Identificación	Temas
Color	Blanco	808 en negro P.136 en azul	>cigarros "El Toro"
Medidas	32.5 / 26.5 / 8 (cm)		



Piedra	481	Identificación	Temas
Color	Blanco	808 en negro P.136 en azul	>cigarros "La Competidora"
Medidas	32.5 / 26.5 / 8 (cm)		



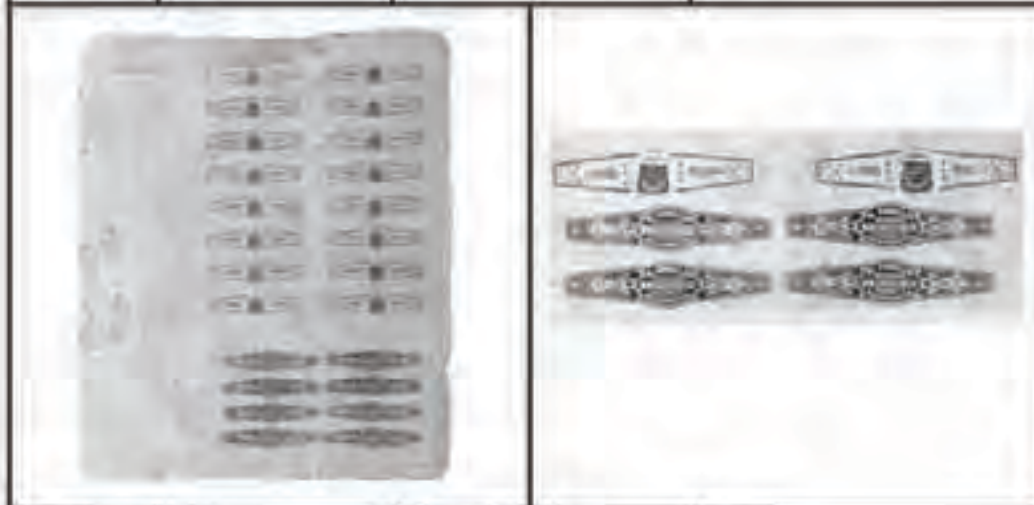
2

2

2

**ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.**

Piedra	483	Identificación	Temas
Color	Blanco	753 en negro 851 negro/amarillo	>planilla con dos modelos de vitolas "El Charro Mexicano" y "El Pabellón Mexicano"
Medidas	27 / 32 / 7.5 (cm)		



Piedra	487	Identificación	Temas
Color	Blanco	illegible negro/amarillo	>etiqueta de puros "Ideal" >etiqueta de puros sin identificación
Medidas	27 / 32.5 / 5.5 (cm)		



2

2

2

ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
 CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRAFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
 EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.

Piedra	487	Identificación	Temas
Color	Blanco	Ilegible negro/amarillo	>cigarros sin identificación
Medidas	27 / 32.5 / 5.5 (cm)		



Piedra	490	Identificación	Temas
Color	Blanco	86 en negro 4 en negro Ilegible negro/amarillo	>cigarros "La Perla del Pacifico"
Medidas	26.5 / 32.5 / 7.5 (cm)		



?

?

?

?

ANÁLISIS ICONOGRÁFICO DE ETIQUETAS Y ENVOLTURAS DE PUROS Y CIGARROS.
 CATÁLOGO RAZONADO DE IMÁGENES ELABORADAS EN PIEDRAS LITOGRÁFICAS DEL ACERVO DE LA ENAP
 EN RESGUARDO DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS-UNAM.

Piedra	495	Identificación	Temas
Color	Griz	622 negro/amarillo	>cigarros "Principales"
Medidas	26 / 31.5 / 5 (cm)		



Piedra	497	Identificación	Temas
Color	Beige	(nada)	>cigarros "Galantes"
Medidas	27.5 / 33 / 6 (cm)		



?

?

?

?



Conclusiones

CONCLUSIONES

Como se mencionó en la introducción, las imágenes elaboradas sobre las piedras analizadas no son obras artísticas, pese a que algunas de ellas tengan cualidades estéticas; estas características, más la información iconográfica contenida, quedan sólo como un documento del diseño aplicado a productos de consumo en un periodo que va de finales del Porfiriato a las primeras décadas del siglo XX.

Aún no queda claro cuándo llegaron estas piedras a la Academia de San Carlos; pero, según cuenta el maestro Leo Acosta y Falcón (profesor del taller de litografía, ahora jubilado) a principios de la década de 1960 las adquirió Luis García Robledo a un taller de litografía comercial que las había desechado. Pero ¿por qué siguen así? es decir, ¿siguen sin ser utilizadas en los talleres y con imágenes en sus caras? El maestro Leo Acosta opina que sólo habría que conservar las piedras con imágenes de buena calidad, pues "...si a los administrativos o maestros les interesaran mucho las piedras, deberían hacer una investigación, que ya la han hecho otros maestros hace 10 o 15 años atrás, pero ahí siguen amontonadas".

Aquí se plantea la pregunta, ¿vale la pena resguardar la imagen o la matriz (piedra litográfica) donde está elaborada?

Mi respuesta personal es que lo que se tiene que rescatar y preservar son las imágenes, pues las piedras litográficas fueron adquiridas para ser utilizadas en los talleres de la ENAP.

Además, es notoria la incoherencia de la acumulación de imágenes de diferentes rubros sobre la misma piedra, o la colocación de las separaciones de color de la misma imagen (error técnico que un impresor-empresario no se hubiera permitido).

Entiéndase estos comentarios en el sentido de que la mayoría de las imágenes son de productos comerciales y éstas fueron impresas por una litográfica "profesional" que

vio la impresión como un negocio y no como un muestrario o registro de su producción. En todo caso, estos talleres litográficos hubieran editado un catálogo.

Creo, además, coincidiendo con los maestros Leo Acosta y Raúl Cabello que no todas las imágenes (y en consecuencia las piedras) justifican su permanencia como documento, por lo que las piedras podrían utilizarse en los talleres de la ENAP para el conocimiento y formación en esta técnica de estampación.

En cuanto a las imágenes artísticas (aunque las que tienen estas piedras no lo sean propiamente), insisto en mi convicción de que no son un ornato sino un documento, otra manera de contar la historia; que no sólo valen por sus cualidades formales, sino que contienen información que nos ayuda a conocer nuestro pasado histórico. Tengo la certeza de que estas imágenes son testimonio de un periodo de nuestra cultura.

Por estas razones, se planteó desde un principio el levantamiento fotográfico de algunas de estas piedras (aproximadamente la tercera parte del total) para su posterior clasificación y análisis, delimitando esta tesis a uno solo de los rubros identificados, el referente a la industria del tabaco.

Espero haber cumplido con el propósito de dejar un testimonio impreso para consulta y posterior profundización en el tema de la historia del diseño en México, así como contribuir al estudio de la estética utilizada en la producción de imágenes publicitarias de bienes de consumo cotidiano de hace cien años.

Por último, propongo a consideración de quien tenga que tomar la decisión del destino de estas piedras se registre el total de imágenes y las matrices se reutilicen, pues por sus condiciones aún sirven para la producción de cientos de imágenes más; también propongo se retome este ejercicio de catalogación para continuar con la clasificación, análisis y sobre todo difusión de otras colecciones de los acervos que resguarda la Escuela Nacional de Artes Plásticas en su sede Academia de San Carlos.



Fuentes de consulta

FUENTES DE CONSULTA

Bibliografía

- Aguilar Ochoa, Arturo, *Los inicios de la litografía en México: el periodo oscuro (1827-1837)*, México, Anales del Instituto de Investigaciones Estéticas-UNAM, núm. 90, pp. 65-100, 2007.
- Becoña, E., Plomares, A. y García Ma. P., *Tabaco y salud. Guía de prevención y tratamiento del tabaquismo*, Madrid, Pirámide, 1994.
- Berger, John, *Modos de ver*, México, Gustavo Gili, 1980.
- Cabello Sánchez, Raúl, *Litografía / manual de apoyo para el taller*, México, ENAP-UNAM-, 2008.
- Camacho Morfín, Thelma Ana María, *Juan B. Urrutia. Sus imágenes de México a través de las historietas de El Buen Tono (1909-1912)*, México, Instituto Mora, tesis de Maestría, 1996.
- , "La historieta, mirilla de la vida cotidiana en la Ciudad de México (1904-1940)", en Gonzalbo, Pilar Aizpuru (dirigida por), en: De Los Reyes, Aurelio, (coordinador), *Historia de la vida cotidiana en México*, Tomo V, Siglo XX. *La imagen, ¿espejo de la vida?*, Volumen 2, México, El Colegio de México -Fondo de Cultura Económica, 2012.
- , *Las historietas del Buen Tono de Juan B. Urrutia 1909-1912.*, México, Instituto Mora, 2002.
- Céspedes del Castillo, Guillermo, *El tabaco en Nueva España*, Madrid, Real Academia de la Historia, 1992.
- Claps Arenas, María Eugenia, "El Iris. Periódico Crítico y Literario", en *Estudios de Historia Moderna y Contemporánea de México*, vol. 21, México, Instituto de Investigaciones Estéticas-UNAM, 2001, pp. 5-29.
- Cooper, J. C., *Diccionario de símbolos*, México, Gustavo Gili, 2007.
- Hadjinicolaou, Nicos, *Historia del arte y lucha de clases*, México, Siglo XXI, 1974.
- Marichal, Carlos; *La bancarrota del Virreinato: Nueva España y las finanzas del Imperio español, 1780-1810*, México, El Colegio de México-FCE-Fideicomiso Historia de las Américas, 1999.
- Monterrosa Prado, Mariano, *Manual de símbolos cristianos*, México, SEP-INAH, Dirección de Estudios Históricos, 1979.

- Obregón Martínez, Arturo, *Las obreras tabacaleras de la ciudad de México, 1864-1925*, México, Centro de Estudios Históricos del Movimiento Obrero Mexicano, 1982.
- O’Gorman, Edmundo; *Documentos para la historia de la litografía en México*, México, Instituto de Investigaciones Estéticas-UNAM, 1975.
- Ortiz Gaitán, Julieta, *Imágenes del deseo. Arte y publicidad en la prensa ilustrada mexicana (1894-1939)*, México, Facultad de Filosofía y Letras-Instituto de Investigaciones Estéticas-UNAM, 2003.
- Panofsky, Erwin, *Estudios sobre iconología*, Madrid, Alianza, 2001.
-----, *Iconografía e iconología: introducción al estudio del arte del Renacimiento*, Madrid, Alianza, 2001.
- Pérez Salas, María Esther, “Las imágenes en las revistas de la primera mitad del siglo XIX”, en: Clark de Lara, Belem y Speckman, Elisa, (editoras), *La república de las letras / Asomos a la cultura escrita del México decimonónico*, vol. II, *Publicaciones periódicas y otros impresos*, México, Coordinación de Humanidades-UNAM, 2005, pp. 87-103. (Col. *Ida y regreso al siglo XIX.*)
- Portuondo, Fernando, *Historia de Cuba.1492-1898*, La Habana, Editorial Pueblo y Educación, Instituto Cubano del Libro, 1974.
- Ramírez, Juan Antonio, *Medios de masas e historia del arte*, Madrid, Cátedra, 1998.
- Ruiz Castañeda, María de Carmen, “El Iris. Periódico crítico y literario”, en Clark de Lara, Belem y Speckman, Elisa (editoras), *La república de las letras / Asomos a la cultura escrita del México decimonónico*, vol. II, *Publicaciones periódicas y otros impresos*, México, Coordinación de Humanidades-UNAM, 2005, pp. 77-86. (Col. *Ida y regreso al siglo XIX.*)
- Sarro, Enrique, *La industria del tabaco en México: apuntes para una monografía*, México, s. p. i., 1933.
- Toussaint, Manuel, *La litografía en México en el siglo XIX*, México, Estudios Neolito, 1934.
- Vega Núñez, Erika Margarita, *Dibujos técnicos del ferrocarril mexicano en la segunda mitad del siglo XIX del Acervo de la Academia de San Carlos*, tesis de licenciatura en Artes Visuales, México, ENAP-UNAM, 2008.

Hemerografía

-Desconocido, "México y el arte litográfico", en *FERRONALES, Revista de los Ferrocarriles Nacionales*, núm. 11, tomo XXVII, México, noviembre de 1956, pp. 51-55.

-Hernández Jaimes, Jesús, "El desencanto por la Independencia: los tabaqueros de Orizaba ante el monopolio estatal del cultivo de la hoja en México, 1821-1836", en *Revista ULÚA* núm. 16, México, Instituto de Investigaciones Histórico-sociales-Universidad Veracruzana, julio-diciembre de 2010.

-Ros Torres, María Amparo "El tabaco. Del monopolio colonial a la manufactura porfiriana", *HISTORIAS*, INAH, 1992.

-----"La fábrica de puros y cigarros de México (1770-1800)", en "Organización de la producción y relaciones de trabajo en el siglo XIX en México", *Cuadernos de trabajo*, núm. 29, México, Departamento de Investigaciones Históricas-INAH, 1979, pp. 52-67 y 109-125.

-----"La producción cigarrera a fines de la Colonia. La fábrica en México", *Cuadernos de trabajo*, núm. 44, México, Departamento de Investigaciones Históricas -INAH, 1983.

-Valdez Ángeles, Georgina Yuriko "Investigación documental: catalogación de materiales no libro" en: *Revista ADDENDA* núm. 20 "Difundir para preservar. Patrimonio documental", México, Centro Nacional de Investigación, Documentación e Información de Artes Plásticas (CENIDIAP)-INBA, julio de 2010, pp. 8-19.

Fuentes electrónicas

-Alonso Lorrea, José Ramón, *La historia del tabaco según autoridades*, en <http://www.monografias.com/trabajos915/historia-tabaco-autoridades/historia-tabaco-autoridades.html>, publicado el martes 4 de noviembre de 2008, consultado el 23 de julio de 2012.

-Bianchi, María del Carmen, (coordinador-docente), *Valoraciones educativas sobre el tabaco y la publicidad: la necesaria intervención pedagógica* [Carcañá, Argentina] visto en http://www.oni.escuelas.edu.ar/2002/santa_fe/pulmones/Historia%20del%20tabaco.htm, consultado el 11 de noviembre de 2012.

-Del Palacio Montiel, Celia, *La prensa como objeto de estudio*, visto en <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=34600502>, consultado el 7 de agosto de 2012.

-González, J. J. Martín, "Iconografía e iconología como métodos de la historia del arte", en *Cuadernos de arte e iconografía* - tomo II-3, primer semestre 1989, visto en <http://www.fuesp.com/revistas/pag/cai3.html>, consultado el 13 de mayo de 2011.

-López Nóvoa, Milagros y Pereira Domínguez, M^a Carmen, "Tabaco y publicidad", en *Revista Galega do Ensino*, núm. 35, Universidad de Vigo, Santiago de Compostela, Maio, pp. 149-176, visto en http://www.oni.escuelas.edu.ar/2002/santa_fe/pulmones/Historia%20del%20tabaco.htm, consultado el 11 de noviembre de 2012.

-Ortiz, Fernando, *Contrapunteo cubano del tabaco y el azúcar*, La Habana, Editorial Ciencias Sociales, 1983, visto en Alonso Lorrea, José Ramón, *La historia del tabaco según autoridades*, en <http://www.monografias.com/trabajos915/historia-tabaco-autoridades/historia-tabaco-autoridades.shtml>, publicado el martes 4 de noviembre de 2008, consultado el 11 de noviembre de 2012.

-Ortiz Gaitán, Julieta; "Arte, publicidad y consumo en la prensa del Porfirismo a la Revolución", en *Historia mexicana*, vol. XLVIII, núm. 2 *Las imágenes en la historia del México porfiriano y posrevolucionario*, México, UNAM, oct.- dic. 1998, pp. 411-435, documento en PDF, visto en http://codex.colmex.mx:8991/exlibris/aleph/a18_1/apache_media/8IYGYLSKEPEYP66HUCTNMTLKP7G1C7.pdf, consultado el 5 de septiembre de 2012.

-Pané, Ramón, *Relación acerca de las antigüedades de los indios*, La Habana, Editorial Ciencias Sociales, 1990, visto en José Ramón, Alonso Lorrea, *La historia del tabaco según autoridades*, en <http://www.monografias.com/trabajos915/historia-tabaco-autoridades/historia-tabaco-autoridades.shtml>, publicado el martes 4 de noviembre de 2008, consultado el 11 de noviembre de 2012.

-Pérez Rayón Elizundia, Nora, "La publicidad en México a fines del siglo XIX", en *Revista Sociológica*, año 9, núm. 26, *El siglo XIX mexicano. Una visión de la historia desde la sociología*, México, UAM-Azcapotzalco, septiembre-diciembre de 1994, documento en PDF visto en <http://www.revistasociologica.com.mx/pdf/2610.pdf>, consultado el 12 de noviembre de 2012.

-Portuondo, Fernando, *Historia de Cuba. 1492-1898*, La Habana, Instituto Cubano del Libro, Editorial Pueblo y Educación, 1974, visto en: José Ramón, Alonso Lorrea, *La historia del tabaco según autoridades*, visto en <http://www.monografias.com/trabajos915/historia-tabaco-autoridades/historia-tabaco-autoridades.shtml>, publicado el martes 4 de noviembre de 2008, consultado el 11 de noviembre de 2012.

-Rivero Muñiz, José, *Tabaco. Su historia en Cuba*, La Habana, Instituto de Historia, Academia de Ciencias de Cuba, tomo I, 1965, 245pp., visto en José Ramón, Alonso Lorrea, *La Historia del Tabaco según autoridades*, en <http://www.monografias.com/trabajos915/historia-tabaco-autoridades/historia-tabaco-autoridades.shtml>, publicado el martes 4 de noviembre de 2008, consultado el 11 de noviembre de 2012.

-----, *Tabaco. Su historia en Cuba*, Madrid, Instituto de Historia, Academia de Ciencias de Cuba, tomo II, 1993 346pp., visto en José Ramón, Alonso Lorrea, *La Historia del Tabaco según autoridades*, en <http://www.monografias.com/trabajos915/historia-tabaco-autoridades/historia-tabaco-autoridades.shtml>, publicado el martes 4 de noviembre de 2008, consultado el 11 de noviembre de 2012.

-Saloma Gutiérrez, Ana María, "Tres historias en torno a la industria del tabaco: España, México y Cuba. De la manufactura artesanal a la maquinización", *Revista Cuicuilco*, septiembre-diciembre, año/vol. 10, núm. 29, ENAH, en <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/351/35102906.pdf>, consultado el 7 de septiembre de 2012.

LA FAMA

DEPOSITO GENERAL DE TEJIDOS NACIONALES.

CUARTO DE REBOZOV FINO Y CO.

GRAN

ESPECIALIDAD

Valle de Temascaltepec

Y S. SIMON.

EL MERCANTIL MEXI

HILAZAS DE LANA Y DE ALGODON.

NABOR HURTADO ESPINOSA Y CA.
 13. MEXICO. Puente de Palacio. Plaza de Armas. MEXICO. 13.

**PRECIOS SIN RIVAL
 POR MAYOR Y MENOR.**

Índice de imágenes

ÍNDICE DE IMÁGENES

fig.1 – registro de piedra 186. – rubro de vinos y licores – mezcal PEIRO HERMANOS.	(p. 22)
fig.2 – registro de piedra 282. – envoltura de cigarros EL 16 DE SEPTIEMBRE.	(p. 23)
fig.3 – registro de piedra 377. – envoltura de cigarros LA PATRIA.	(p. 24)
fig.4 – registro de piedra 381. – envoltura de cigarros LA ALIANZA.	(p. 24)
fig.5 – registro de piedra 355. – envoltura de cigarros LA BICICLETA.	(p. 26)
fig.6 – del libro IMÁGENES DEL DESEO – [de izquierda a derecha: –PORTADA, fig. 41, en p. 119 y –fig. 42, en p. 120].	(p. 27)
fig.7 – registro de piedra 495. – envoltura de cigarros PRINCIPALES.	(p. 28)
fig.8 – registro de piedra 15. – etiqueta de puros FLOR FINA.	(p. 29)
fig.9 – cartel de EL BUEN TONO – impresión litográfica –Acervo de la Academia de San Carlos, sin número de inventario.	(p. 30)
fig.10 – registro de detalles, piedras: 288. – envoltura de cigarros LA RICA HOJA; 313. – envoltura de cigarros LA TEPIQUEÑA; 362. – envoltura de cigarros de la fábrica FLOR HABANA; 313. – envoltura de cigarros LA PERLA DE CUBA.	(p. 31)
Análisis 1 – registro de piedra 318. – cigarros CARAMELOS.	(p. 38)
Análisis 2 – registro de piedra 281. – cigarros EL 16 DE SEPTIEMBRE.	(p. 40)
Análisis 3 – registro de piedra 370. – etiqueta de puros EL NUEVO VEGUERO.	(p. 42)
Análisis 4 – registro de piedra 455. – cigarros EL AMIGO DEL PUEBLO.	(p. 44)
Análisis 5 – registro de piedra 294. – cigarros EL AMIGO DEL PUEBLO.	(p. 46)
Análisis 6 – registro de piedra 297. – cigarros VIVA MÉXICO.	(p. 48)
Análisis 7 – registro de piedra 382. – propaganda de EL PROGRESO.	(p. 50)
Análisis 8 – registro de piedra 467. – cigarros LA ABUNDANCIA.	(p. 52)
Análisis 9 – registro de piedra 372. – cigarros LA PAZ DE MÉXICO.	(p. 54)
Análisis 10 – registro de piedra 252. – cigarros LA ESPERANZA Y PORVENIR.	(p. 56)
fig.11 – registro de piedras: 425. – etiqueta de café LA FORTALEZA; 292. – propaganda de escabeches y conservas LA INDUSTRIAL; 29 y 48. – etiqueta de lata de pollo.	(p. 61)
fig.12 – registro de piedras: 303. – etiqueta de limonada AZTECA; 333 – jugo de naranja ORANGE SQUASH.	(p. 61)

fig.13 – registro de piedras: 175. – etiqueta de anís DE LA CHANGA; 273 – etiqueta de tequila EXELSIOR.	(p. 62)
fig.14 – registro de piedras: 390. – propaganda de cerillos LA IDEAL; 471 – propaganda de cerillos LA AURORA.	(p. 62)
fig.15 – registro de piedras: 468. – juego de destreza mental, cortesía de cerillos LA IDEAL.	(p. 63)
fig.16 – registro de piedras: 373. – envoltura de cigarros LA UNIÓN; 296. – envoltura de cigarros EL DIOS DEL COMERCIO; 466, 370 Y 373 etiqueta de puros la intelectual (separación de color).	(p. 64)
fig.17 – registro de piedras: 5. – etiqueta de tónico JARABE MARIUS; 112. – etiqueta de jabón AMOL.	(p. 65)
fig.18 – registro de piedras: 163 y 79. – etiquetas de productos SHERWIN-WILLIAMS.	(p. 65)
fig.19 – registro de piedras: 332. – propaganda de hilazas LA FAMA; 410. – etiqueta de medias REX.	(p. 66)
fig.20 – registro de piedras: 101. – propaganda de imprenta COMPAÑÍA MEXICANA DE ARTES GRÁFICAS; 462; – propaganda de litográfica mercantil de ARTURO LÓPEZ; 247; – propaganda de LITOGRAFICA MERCANTIL S. A.	(p. 66)
fig.21 – registro de piedras 17 y 143. – ejemplo de piedras con más de un rubro.	(p. 67)
fig.22 – registro de piedra 12. – ejemplo de piedra donde se ve la separación de color en cuatro tintas.	(p. 67)
Catálogo:	
piedra 15 – tabacos FLOR FINA	(p. 69)
piedra 17 – cigarros CABARETS	(p. 69)
piedra 141 – cigarros BOHEMIOS	(p. 70)
piedra 183 – pagaré LA TABACALERA MEXICANA S. A.	(p. 70)
piedra 241 – cigarros LA MONTAÑA ESPIRAL y cigarros sin identificación	(p. 71)
piedra 247 – etiqueta de EL TORO	(p. 71)
piedra 252 – cigarros LA ESPERANZA Y PORVENIR	(p. 72)
piedra 254 – cigarros MÉXICO Y ESPAÑA	(p. 72)
piedra 254 – cigarros sin identificación	(p. 73)
piedra 256 – cigarros FAVORITA	(p. 73)
piedra 260 – cigarros LA FE	(p. 74)

pedra 260 – cigarros CREMA MÉXICO	(p. 74)
pedra 264 – cigarros QUINTOS	(p. 75)
pedra 281 – cigarros LA FRATERNIDAD; cigarros LA PRUEBA; cigarros sin identificación	(p. 75)
pedra 281 – cigarros LA DANZA	(p. 76)
pedra 282 – cigarros EL 16 DE SEPTIEMBRE	(p. 76)
pedra 283 – cigarros LA FLOR DE MÉXICO	(p. 77)
pedra 283 – cigarros DEL 99; cigarros sin identificación	(p. 77)
pedra 284 – cigarros EL GENIO; cigarros EL SOL DE CUBA	(p. 78)
pedra 285 – cigarros EL 5 DE OROS	(p. 78)
pedra 285 – cigarros sin identificación; cigarros EL RETO	(p. 79)
pedra 287 – cigarros LA BELLA JARDINERA	(p. 79)
pedra 288 – cigarros LA RICA HOJA; cigarros sin identificación	(p. 80)
pedra 288 – cigarros sin identificación	(p. 80)
pedra 289 – cigarros LA FLOR DEL HOGAR; cigarros LA CAROLINA MEXICANA	(p. 81)
pedra 289 – cigarros sin identificación	(p. 81)
pedra 290 – cigarros LA CAROLINA	(p. 82)
pedra 291 – cigarros LA REFORMA	(p. 82)
pedra 293 – publicidad de LA FAMA	(p. 83)
pedra 293 – alegoría de etiqueta sin identificación	(p. 83)
pedra 294 – cigarros EL AMIGO DEL PUEBLO	(p. 84)
pedra 294 – cigarros LA PERLA DE CUBA	(p. 84)
pedra 295 – cigarros LAS DOS NACIONES	(p. 85)
pedra 295 – cigarros sin identificación; cigarros EL DELEITE	(p. 85)
pedra 296 – cigarros EL DIOS DEL COMERCIO; cigarros PALMITAS	(p. 86)
pedra 297 – cigarros VIVA MÉXICO	(p. 86)
pedra 303 – cigarros LA DIOSA VENUS	(p. 87)
pedra 303 – cigarros LA PRIMAVERA	(p. 87)
pedra 313 – cigarros LA TEPIQUEÑA; cigarros LA PERLA DE CUBA	(p. 88)
pedra 314 – cigarros EL MUELLE – BANQUEROS	(p. 88)
pedra 315 – cigarros LA VICTORIA; etiqueta LA REFORMA DEL 99	(p. 89)
pedra 315 – cigarros EL PICO DE ORIZABA	(p. 89)

pedra 316 – cigarros LA POPULAR; cigarros EL PRÍNCIPE	(p. 90)
pedra 318 – cigarros CARAMELOS	(p. 90)
pedra 319 – cigarros EL FÉNIX; cigarros LA GENEROSA	(p. 91)
pedra 321 – cigarros LA FLOR DE MÉXICO; cigarros LA VERACRUZANA	(p. 91)
pedra 321 – propaganda de cigarros FLOR DE TUXPAM	(p. 92)
pedra 332 – cigarros DELIRIOS	(p. 92)
pedra 332 – cigarros sin identificación	(p. 93)
pedra 334 – cigarros ESTRELLAS	(p. 93)
pedra 334 – cigarros CABARETS	(p. 94)
pedra 335 – cigarros sin identificación; cigarros LOS MEJORES	(p. 94)
pedra 335 – cigarros LA REPÚBLICA	(p. 95)
pedra 336 – propaganda de cigarros	(p. 95)
pedra 337 – cigarros especiales para señoras	(p. 96)
pedra 337 – cigarros EL PICO DE ORIZABA	(p. 96)
pedra 338 – etiqueta de tabacos EL AMIGO DEL PUEBLO	(p. 97)
pedra 338 – cigarros EL CAMBIO	(p. 97)
pedra 339 – cigarros LAS DOS NACIONES	(p. 98)
pedra 339 – cigarros EL CONQUISTADOR; cigarros EL GALLO DE ORO	(p. 98)
pedra 341 – cigarros LA REGENERADORA DE AGUASCALIENTES; cigarros sin identificación; cigarros sin identificación	(p. 99)
pedra 342 – cigarros EL FIGARO; cigarros sin identificación; cigarros sin identificación	(p. 99)
pedra 343 – etiqueta de LOS BUENOS; cigarros LA PAZ; cigarros LA MARINA	(p. 100)
pedra 344 – cigarros LA TURQUEZA; cigarros INSTANTES	(p. 100)
pedra 345 – cigarros sin identificación	(p. 101)
pedra 346 – cigarros EL TORO	(p. 101)
pedra 347 – cigarros EL DIOS DEL AMOR	(p. 102)
pedra 348 – cigarros FLOR DE LA HABANA	(p. 102)
pedra 348 – cigarros sin identificación; cigarros LA VENCEDORA	(p. 103)
pedra 349 – cigarros sin identificación; cigarros PECTORALES	(p. 103)
pedra 350 – cigarros sin identificación ; cigarros EXTRA - SUELTOS	(p. 104)
pedra 351 – cigarros EL GATO; cigarros EL JAPONÉS	(p. 104)

pedra 351 – cigarros LA MEXICANA	(p. 105)
pedra 352 – cigarros LA UNIÓN	(p. 105)
pedra 353 – cigarros LA PERLA	(p. 106)
pedra 354 – cigarros EL CARNAVAL; cigarros LA UNIVERSAL	(p. 106)
pedra 354 – cigarros LA UNIÓN; cigarros LA URUAPEÑA; etiqueta de puros; cigarros LA FORTUNA	(p. 107)
pedra 355 – cigarros LA BICICLETA; cigarros sin identificación	(p. 107)
pedra 355 – cigarros LA ONZA DE ORO	(p. 108)
pedra 356 – cigarros UNIVERSALES	(p. 108)
pedra 358 – cigarros EL AS PARA TODAS	(p. 109)
pedra 360 – cigarros LA PROVIDENCIA; cigarros MIS IDEALES	(p. 109)
pedra 362 – cigarros LA DIOSA DE LOS TUXTLAS; cigarros FLOR HABANA	(p. 110)
pedra 362 – cigarros EL INVIERNO; cigarros EL VAPOR	(p. 110)
pedra 363 – cigarros LA PRIMERA; cigarros VICTORIAS	(p. 111)
pedra 364 – cigarros EL FARO	(p. 111)
pedra 365 – etiqueta de tabacos LA IMPERIAL; cigarros sin identificación	(p. 112)
pedra 366 – cigarros LA REPÚBLICA; cigarros LA GAVIOTA	(p. 112)
pedra 367 – cigarros LA VIOLETA	(p. 113)
pedra 367 – cigarros sin identificación; cigarros LA AMÉRICA	(p. 113)
pedra 369 – cigarros LA REFORMA	(p. 114)
pedra 370 – etiqueta de puros EL NUEVO VEGUERO; alegoría sin identificación	(p. 114)
pedra 371 – cigarros EL CZAR	(p. 115)
pedra 372 – cigarros LA PRIMAVERA	(p. 115)
pedra 372 – cigarros LA PAZ DE MÉXICO	(p. 116)
pedra 373 – cigarros LA UNIÓN	(p. 116)
pedra 373 – etiqueta sin identificación; cigarros sin identificación	(p. 117)
pedra 375 – cigarros EL ARTESANO	(p. 117)
pedra 376 – cigarros EL GALLITO	(p. 118)
pedra 376 – cigarros EL PROGRESO	(p. 118)
pedra 377 – cigarros LA VICTORIA; cigarros EL MODELO; cigarros LA PATRIA	(p. 119)
pedra 378 – cigarros PERLITAS FINAS; propaganda de LA MEXICANA	(p. 119)
pedra 379 – cigarros LA GAVIOTA; cigarros LA ESPERANZA; propaganda de	(p. 120)

VÁZQUEZ Y GUZMÁN

pedra 379 – cigarros sin identificación	(p. 120)
pedra 380 – cigarros EXCELENTES DE LA SULTANA	(p. 121)
pedra 380 – cigarros LA ESCLAVA	(p. 121)
pedra 381 – cigarros TORPEDEROS; cigarros LA ALIANZA	(p. 122)
pedra 381 – cigarros CLAVELES	(p. 122)
pedra 382 – propaganda de EL PROGRESO	(p. 123)
pedra 382 – cigarros LA REGENERADORA DE AGUASCALIENTES	(p. 123)
pedra 384 – cigarros EL CHARRO MEXICANO	(p. 124)
pedra 384 – cigarros EL CHARRO MEXICANO	(p. 124)
pedra 385 – cigarros LA MEXICANA; cigarros LA FLORISTA; cigarros EL LEÓN	(p. 125)

PARDO

pedra 388 – cigarros NACIONALES	(p. 125)
pedra 389 – cigarros LA CATALANA	(p. 126)
pedra 389 – cigarros LA NACIONAL	(p. 126)
pedra 393 – cigarros LA LEGALIDAD	(p. 127)
pedra 394 – cigarros LA REFORMA DEL 99	(p. 127)
pedra 396 – etiqueta de puros sin identificación	(p. 128)
pedra 396 – etiqueta de LA ONZA DE ORO	(p. 128)
pedra 397 – cigarros EL MARINO	(p. 129)
pedra 397 – cigarros LA ESTRELLA	(p. 129)
pedra 405 – cigarros LA LEGALIDAD; cigarros CLAVELES	(p. 130)
pedra 425– etiqueta de EL PAVELLÓN MEXICANO	(p. 130)
pedra 437 – cigarros sin identificación	(p. 131)
pedra 450 – cigarros LA VALLENSE	(p. 131)
pedra 455 – cigarros LA ASTURIANA	(p. 132)
pedra 455 – cigarros EL AMIGO DEL PUEBLO	(p. 132)
pedra 456 – cigarros LA CAROLINA	(p. 133)
pedra 457 – etiqueta sin identificación	(p. 133)
pedra 460 – cigarros LA CENTRAL	(p. 134)
pedra 460 – puros LA FLOR DE MÉXICO; cigarros LA FORTUNA	(p. 134)
pedra 462 – cigarros ALPINOS	(p. 135)

pedra 463 – cigarros SELECTOS	(p. 135)
pedra 464 – cigarros SONRISAS / EL FÉNIX; cigarros VETERANOS	(p. 136)
pedra 466 – etiqueta de LA INTELLECTUAL; propaganda de LA AMÉRICA	(p. 136)
pedra 467 – puros LA ABUNDANCIA; cigarros sin identificación	(p. 137)
pedra 468 – cigarros LA INDUSTRIA MEXICANA SIN RIVAL	(p. 137)
pedra 469 – cigarros sin identificación	(p. 138)
pedra 470 – cigarros LA TABASQUEÑA; cigarros EL GUERRILLERO; etiqueta de puros LA FAMA DEL TABACO	(p. 138)
pedra 470 – cigarros VENCEDORES	(p. 139)
pedra 472 – cigarros EL VESUBIO; cigarros LA NACINAL	(p. 139)
pedra 472 – cigarros LA MURALLA	(p. 140)
pedra 473 – cigarros LA PRIMAVERA	(p. 140)
pedra 473 – planilla de vitolas	(p. 141)
pedra 476 – cigarros sin identificación	(p. 141)
pedra 476 – cigarros sin identificación (ilegible)	(p. 142)
pedra 477 – cigarros LA CONSTANCIA; cigarros EL RET...	(p. 142)
pedra 478 – cigarros LA VICTORIA	(p. 143)
pedra 479 – cigarros LA SOBERANA	(p. 143)
pedra 481 – cigarros EL TORO	(p. 144)
pedra 481 – cigarros LA COMPETIDORA	(p. 144)
pedra 483 – planilla de vitolas: EL CHARRO MEXICANO y EL PAVELLÓN MEXICANO	(p. 145)
pedra 487 – etiqueta de puros IDEAL; etiqueta de puros sin identificación	(p. 145)
pedra 487 – cigarros sin identificación	(p. 146)
pedra 490 – cigarros LA PERLA DEL PACÍFICO	(p. 146)
pedra 495 – cigarros PRINCIPALES	(p. 147)
pedra 497 – cigarros GALANTES	(p. 147)