



Chaves publicista



Investigación: Beatriz Elena Lopera Chaves

Investigación y textos: María teresa Lopera Chaves

Chaves Vive!

(1891 - 1971)

MAESTRO - PINTOR - PUBLICISTA



www.chaves-pintor.com

Contenidos sujetos a
Licencia Creative Common CC BY-NC-ND 4.0

Contenido

.....	1
Introducción: ¿Quién fue Humberto Chaves para la publicidad en Antioquia?	3
Capítulo 1: Una valiosa contribución: Humberto Chaves y la memoria colectiva	6
Capítulo 2. Imágenes de la publicidad de Humberto Chaves	6
2.1 Gaseosas y cerveza	6
2.2. Bienes de lujo	9
2.3 Otros productos y servicios	10
2.4 Productos para la buena salud.....	11
2.5 Toma Chocolate.....	11
Capítulo 3. Humberto Chaves y las corrientes modernistas	14
3.1. Chaves y el Art Nouveau	14
3.2. Chaves y el <i>Art Déco</i>	15
Capítulo 4: Los Microcosmos de Humberto Chaves	18

Introducción: ¿Quién fue Humberto Chaves para la publicidad en Antioquia?

El capítulo de la historia de la publicidad en Antioquia debe re-escribirse: cientos de anuncios publicitarios firmados por Humberto Chaves han sido pasadas por alto, en la de por sí precarias construcciones sobre este campo en nuestro medio. Las deficiencias en la literatura escrita hasta ahora se originan en que no se había hecho un trabajo sistemático sobre las publicaciones de la época, sino sobre una literatura secundaria que ha perpetuado los errores y omisiones.

El Proyecto Humberto Chaves Cuervo - Pintor ha buscado subsanar estas falencias mediante un trabajo riguroso de revisión de periódicos y revistas de un período comprendido entre 1920 y 1940 buscando sus avisos publicitarios, y como resultado, encontró más de 400 piezas originales que fueron bien conocidas por el público gracias a sus múltiples repeticiones.

De manera autónoma, otros proyectos de carácter académico están construyendo una historia colombiana de la publicidad y el diseño gráfico, corroborando la presencia insoslayable de Humberto Chaves quien ya ha sido reconocido como un pionero en estos campos, con aportes significativos que no se limitaron a ser copias de la publicidad extranjera, sino propuestas y adaptaciones que generaron una obra valiosa y original en sí misma.

El resultado de esos esfuerzos permite demostrar que Humberto Chaves fue el publicista antioqueño más destacado entre 1920 y 1930, no sólo por la variedad de marcas que atendió, sino también por su originalidad y calidad estética.

Eslabones Sneltos

Contrastes Desde las columnas editoriales de "El Colombiano" y como...

"Hay, en sí, una melancolía, una tristeza en el ambiente. Dije que coque en las tediosas poblaciones...

Y en el recodo del camino, en las curvas de decrecimiento y eca de los últimos gritos de bombó, sigue el carro de la...

Roma, 20 de julio de 1926 General Ocasio - Bogotá. Saludos de Patria. Adhiero...

Balombolo - Arma La celebración del contrato sobre construcción de ese trayecto del F. C. del Cauca...

Con tal motivo sus habitantes, hombres independientes, quienes el próximo cambio de Gobierno...

Fuerza de las manifestaciones de Jirón, Tamoré, Valparaisé, etc., llama la atención la recibida de Marnato.

Para el bien de la región de Saroste la favorecía inmediatamente en esa vía, no hay que olvidar que la importancia de vida...

RELOJES DE BORO Y DE SORREME A. DURAION ELEGANCIA

Modestia La señorita EMILIA LAVERDE avales a su muy distinguida...



Tenga Ud. fe en Medellín!

La historia de Medellín está llena de ejemplos que muestran el magnífico trabajo que siempre ha sido la compra de...

El secreto está en saber comprar a tiempo; en tener la visión comercial suficiente para tener fe en el desarrollo siempre creciente de Medellín.

¡OPORTUNIDAD DE HOY! Ha, se le presenta a USTED la oportunidad única de hacer...

Seguros y Urbanización Teléfono 107

¿Sabe lo que le pasó a "la novia"? Dificultad mediata para encontrar un esposo que sea...

AFIASPIRINA cuando uno experimenta emociones violentas. Alivia, devulve el bienestar y...



Esta Marca en el Caledo Significa: PRECIO MODICO DURAION ELEGANCIA

Exijala Siempre Sandalias para niños. ALMACÉN HOLANDES

Desde Roma

Roma, junio 3 de 1926. M. R. Padre Luis de la Virgen...

Cuando saboreaba la lectura de los bellísimos discursos del Rev. Pontificio en el Prefecto Apostólico de Uruguay...

Y la V. Odon Carmeliano? Como he notado en S. R. y en la Patria de esa residencia...

Parece Mentira, pero es la pura Verdad. Parece mentira, pero es verdad, que me he curado...

PASTILLAS de Dr. BECKER para las RIÑONES y VEHIGA. remedios del público, herbales y destos...

Avisos Economicos. Falta en todo color para lavar. Para limpiar alfombras...

Armas de Revolver (las y de rifle), y metálicas de guerra, con...

Bayadera de seda negra para abrigo en La Primavera

Advertisement for Malta beer featuring a portrait of a man and the text 'Su médico recomienda Malta'.

AL ECO DE FRANCIA. Frente a "LA PRIMAVERA" TELEFONO 71. ACABAN DE LLEGAR Cortinas y carpetas de terciopelo...

Dígalo con Electroplata! Savoir Faire, hé ahí la gran preocupación de las personas bien educadas...

David E. Arango & Cia. JOYERIA. Por eso nos esforzamos por mantener nuestro surtido de manera que usted encuentre siempre el artículo más apropiado...

REMINGTON PORTATIL. Ultimo Modelo. Liviana Compacta LA MAS durabio Económica y Perfecta en construcción FELIX DE BEDOUT E HIJOS LIBRERIA BEDOUT

La Defensa, 30 de julio de 1926. Dos avisos de Humberto Chaves para el Barrio Manrique y la Cerveza Malta; de hermoso dibujo y complicada composición frente al aviso de la Remington. y la famosa cafiaspirina



CABALLITOS de madera....

Junto a la respetabilidad de la CRUZ BAYER—que es el nombre comercial mejor conocido en el mundo entero—y junto a la eficacia de sus productos—que son los que más lejos llegan tratándose de dar alivio a la humanidad—las novedades, las imitaciones y los substitutos son como "caballitos de madera": grotescos en su esfuerzo de imitar la realidad; inútiles para todo lo serio; siempre a nivel del suelo, girando y girando, sin llegar nunca a ninguna parte.

Quien pretendiera viajar en ellos, sería tan sensato como el que espera salud y alivio de cualquier mixtura sospechosa...

Los tres productos Bayer de mayor fama, son:

BAYASPIRINA

(Tabletas Bayer de Aspirina)
Presenta por los médicos desde hace largos años.

CAFIASPIRINA

(Premiada con Medalla de Oro)
El analgésico por excelencia para los dolores con depresión nerviosa, y

FENASPIRINA

El remedio moderno para los resfriados, la gripe, la influenza, etc., cuya característica es la de ser perfectamente bien tolerada por el estómago.

1 Tubo de Cafiaspirina 60c 1 Tubo de Fenaspirina 50c
1 Sobre de Cafiaspirina 2 tabletas 10c 1 Sobre de Fenaspirina 2 tabletas 8c
1 Solucion de Cafiaspirina 10ml 5c 1 Solucion de Fenaspirina 10ml 4c

Pathé-Baby

TELEFONO 27-15

TALLER DE FILMACION, DESARROLLO Y COPIA DE PELICULAS

Hemos montado las modernas máquinas que nos fueron desechadas por la fábrica PATHÉ, para instalar un gabinete de filmación, desarrollo y copia de cintas Pathé Baby.

Desarrollo de una película en positivo directo \$ 1.20
en negativo y copia en positivo \$ 1.50
Cada película viene para filmar \$ 0.40
Filmación a domicilio, precio convencional.

Oficinas Pathé Baby

Tel. 27-15 - Edificio Banco de Colombia, detrás de la Catedral

CYMA



DAVID E. ARANGO & C.

LAS MEJORES

clases de Queso extranjero las encuentra en el Café "LA BASTILLA"
Queso Suizo, Holandés, Danés y Camembert.
TELEFONOS 320 y 27-85

Alcancías del Hospital de S. V. de Paul

Se ruega a todas las personas que tengan alcancías se sirvan remitir, en el transcurso del presente mes, lo que hayan recaudado al Presidente del Hospital.

ANUNCIAR ES VENDER

Anunciar en LA DEFENSA es vender más pronto

LA DEFENSA. 12 Pgs. de nutrida información

Importante Mejora Urbana

Distinguidos caballeros de la ciudad, se han dirigido al H. Concejo para solicitar la adquisición de dos fajas de terreno de propiedad del Seminario en construcción, para el ensanche de la Carrera Venezuela y de la Avenida Echeverri.

Al leer con atención ese memorial encontramos que tiene verdadero fundamento e importancia innegable la petición hecha al H. Concejo y esperamos que éste dará los pasos necesarios para conseguir esas fajas y solucionar desde ahora un problema que, como lo dicen los memoriaistas, mañana será de casi imposible solución.

La Carretera al Mar

Medellín, abril 9 de 1926.

Señor Director de LA DEFENSA.—E. S. O.

Me permito transcribir a usted la siguiente proposición aprobada unánimemente por esta Junta en sesión de hoy:

«La Junta Propulsora de la Carretera al Mar, deja constancia en el acta de este día de su profundo pesar por la muerte del distinguido ciudadano y apreciable caballero, señor don Federico Trujillo, quien inspirado en los más puros sentimientos patrióticos supo secundar y ser uno de los propagandistas más entusiastas y desinteresados de la idea de la Carretera al mar.»

«Copia de esta proposición será enviada a don Gonzalo Mejía, distinguido presidente de esta Junta, a cada uno de los miembros de familia más cercanos del señor Trujillo, a la Junta Oficial de la Carretera al Mar y a la prensa de la ciudad.»

Soy del Sr. Director Atto. S. S.

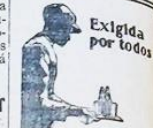
Ignacio Cano
Secretario

Club de Vestidos

Está abierta la suscripción al "CLUB D" en la acreditada Mastrería de Rafael Arango.

Hasta la fecha se han suscrito cuatro Clubes de 50 vestidos cada uno, a satisfacción de los clientes que han adquirido el tema, que al mismo tiempo usted economiza dinero, pues para un elegante vestido por valor de \$ 8.00 el metro el valor de la cuota semanal es \$ 2.00.

Vente sordas.
Hermoso surtido de patrones de gises.
Introducción directa.
Frente a la Mastrería Italiana. Teléfono 17-88.



LEAN, MADRES Y ESPOSAS

Medellín, febrero 4 de 1926.
Sr. Dr. Luis Eugenio Herrán.—Pa.

Muy agradecido por los resultados de tan excelente satisfactoria obtención en la preparación GALACTOL, para mi ahora pudo alimentar al niño, en absoluto tener cerca de un año, sin ningún otro adyuvante.

Lo más sorprendente y que más me ha satisfecho es la acción tónica, puesto que la señora, después de haberse sentido muy animada y goza de una salud envidiable.

Mis felicitaciones por su magnífica respuesta y aprovecho la ocasión para respetuosamente agradecerle y agradecerle a usted su servicio.—Cordialmente,
Samuel Mesaiva A.

Margarita Bravo A.

Medista diplomada. Profesora de arte. Oficio a cargo sus servicios.—Cordialmente,
Luz B.—Teléfono 144.

Ya es hora de comprar un buen reloj

DAVID E. ARANGO & CIA

¡Cuidado! No se le olvide el momento oportuno!

No es ningún bromista. Tallas de 10 y 20 taboetas.

La Defensa, abril 15 de 1926: el aviso de Kartaverde y los dos de la Joyería son de Humberto Chaves. Como puede verse la calidad estética de sus anuncios se destaca frente a los anuncios de productos extranjeros.

Capítulo 1: Una valiosa contribución: Humberto Chaves y la memoria colectiva

Para el Proyecto Humberto Chaves Cuervo - Pintor es muy satisfactorio contar con las contribuciones académicas al tema de la imagen identitaria de los antioqueños.

En esta contribución las autoras analizan 6 piezas publicitarias de Humberto Chaves para Cervecería Unión, aparecidas en el periódico El Colombiano en el primer semestre de 1940, bajo el lema "**DE LA TIERRUCA**", abordados desde la perspectiva teórica establecida por Halbwachs acerca de la memoria colectiva, y desarrollada más recientemente por autores como Nora, Legoff, Candau y Ricoeur, entre otros. El Proyecto Humberto Chaves Cuervo – Pintor aportó otras 4 imágenes de esta serie que no habían sido incluidas por las autoras.

- Giraldo Vásquez, María Isabel y Fabiana Francisca Macena. La publicidad como lugar de la memoria: piezas promocionales de cerveza y memoria colectiva. Escritos 29, no. 62 (2021): 193-212 En: <http://dx.doi.org/10.18566/escr.v29n62.a11>

Capítulo 2. Imágenes de la publicidad de Humberto Chaves

El universo publicitario del maestro Humberto Chaves está compuesto por cientos de piezas originales que fueron efectivamente publicadas en periódicos y revistas por al menos tres décadas, por esto mostramos algunas de sus piezas publicitarias, para dar una idea de lo que todavía permanece inédito.

2.1 Gaseosas y cerveza

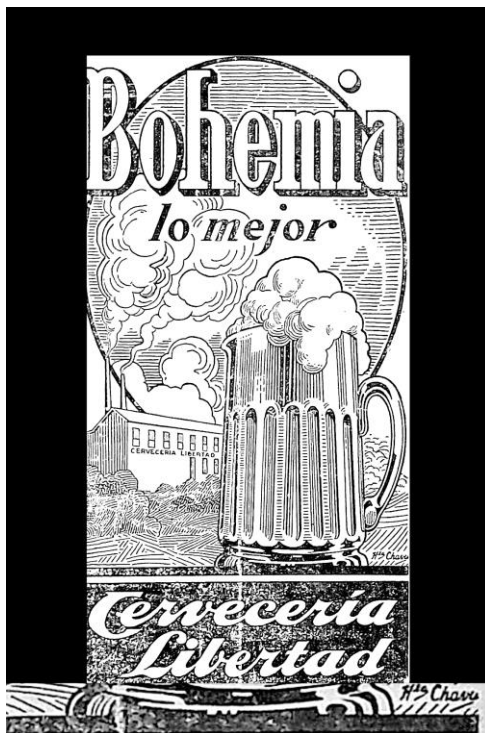
Las bebidas gaseosas ya tenían un mercado en expansión en las primeras décadas del siglo XX, en parte por el mayor poder de compra de las mujeres que preferían esta bebida a otras como la cerveza o las bebidas alcohólicas. También las campañas para prevenir enfermedades como el tifus, promovían el consumo de aguas tratadas, y esto se aprovechaba este aspecto de salud para promover este producto.



8 de junio de 1926 – El Correo de Colombia



1 de junio de 1926 – La Defensa



1 de agosto de 1924 – El Correo Liberal



1 de junio de 1926 – El Correo de Colombia

Las presiones sociales cargaban al aguardiente el inventario de todos los males, y a diferencia del presente, hace un siglo la bebida preferida por los hombres era la cerveza, lo que no ocurría en otras regiones del país donde se consumían toda clase de bebidas fuertes desde la chicha hasta el aguardiente artesanal.

Humberto Chaves llevó las campañas de la Cervecería Libertad y su producto Bohemia -de corta vida, Malta y Espiga, y por ello sus avisos fueron muy conocidos porque aparecían en todos los periódicos de mayor tiraje.

El público antioqueño estaba familiarizado con la cerveza y contaba con la *Cervecería Antioqueña* desde 1905. La *Cervecería Libertad* se fundó en 1923, y ambas se fusionaron en 1930 bajo la empresa *Cervecería Unión*.

Dentro de las costumbres no estaba bien visto que las mujeres tomaran en público bebidas con algún grado de alcohol, pero las cervecerías no perdieron este amplio mercado ofreciendo un producto como la Malta.

Humberto Chaves fue el publicista exclusivo de *Cervecería Libertad* hasta 1929 y se encargó del lanzamiento de su malta con campañas dirigidas a los adultos que buscaban salud y energías para trabajar.



2.2. Bienes de lujo

Se ha difundido la tesis de que el consumo de bienes suntuarios siempre fue exclusivo de las clases altas, o por lo menos los estudios locales sobre el tema, como los de García Barrientos, han estudiado el fenómeno a partir de una publicación elitista como *Letras y Encajes*. Sin embargo, para Antioquia a mediados de los años veinte del siglo XX no sólo se había resquebrajado la austeridad en el consumo, sino que, además, otras capas sociales ingresaron al mundo de los bienes de lujo gracias a la circulación de la riqueza que caracterizaron a los "fabulosos años veinte".

Las campañas de Humberto Chaves para la *Joyería David E. Arango* muestran esta evolución, ya que cubrieron las revistas para las élites, así como periódicos de amplia circulación como *La Defensa*, según el producto a vender.



1 de agosto de 1926 – Progreso



16 de septiembre de 1926 – La Defensa

2.3 Otros productos y servicios

Como el publicista más solicitado de los años veinte, el maestro Chaves diseñó avisos para proyectos inmobiliarios de la firma *Seguros y Urbanización*, servicio de taxis y el famoso *Hotel Magdalena*, entre otros, en un momento en que la demanda de nuevos bienes y servicios aumentaba gracias a la bonanza material. De este grupo se destaca el aviso que *Harinera de Antioquia* publicó por tres décadas en la revista *Letras y Encajes*, acompañando la sección de recetas de cocina, posiblemente el aviso de más larga continuidad en la publicidad antioqueña.



OLOR
COLOR Y SABOR

La harina REINA es elaborada con trigo nacional de exquisito sabor natural, sometido por procedimientos modernos a una rigurosa selección antes de molerlos.

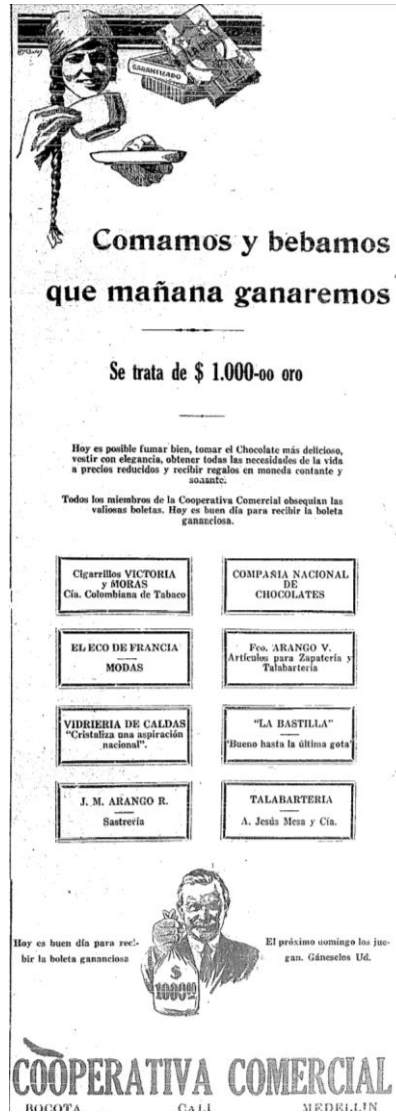
Fabricada en Medellín esta libre de la contaminación de malos olores en las bodegas de los barcos y ferrocarriles, lo que es garantía de buen OLOR, COLOR y SABOR.

La REINA se hace provechosa en la preparación de agradables y deliciosos manjares. Se consigue en higienicas talegas de uso y resplandor, primorosamente empaquetadas en compactos a máquina.

LA HARINA
La Reina
CIA. HARINERA ANTIOQUEÑA

REGISTRADO MEDALLA DE ORO MEDALLA DE PLATA MEDALLA DE ORO MEDALLA DE PLATA

12 de diciembre de 1931 – El Heraldo de Antioquia



Comamos y bebamos que mañana ganaremos

Se trata de \$ 1.000-00 oro

Hoy es posible fumar bien, tomar el Chocolate más delicioso, vestir con elegancia, obtener todas las necesidades de la vida a precios reducidos y recibir regalos en moneda corriente y soante.

Todos los miembros de la Cooperativa Comercial obsequian las valiosas boletas. Hoy es buen día para recibir la boleta ganadora.

Cigarrillos VICTORIA y MORAS Cia. Colombiana de Tabaco	COMPANIA NACIONAL DE CHOCOLATES
ELECO DE FRANCIA MODAS	Fco. ARANGO V. Artículos para Zapatería y Talabartería
VIDRIERIA DE CALDAS "Cristalina una aspiración nacional"	"LA BASTILLA" "Bueno hasta la última gota"
J. M. ARANGO R. Sastrería	TALABARTERIA A. Jesús Mesa y Cia.

Hoy es buen día para recibir la boleta ganadora

El próximo domingo los juegan. Gáneseles Ud.

COOPERATIVA COMERCIAL
BOGOTÁ CALI MEDELLÍN

12 de marzo de 1925 – El Colombiano

2.4 Productos para la buena salud

La publicidad de productos farmacéuticos y cosméticos era frecuente en las publicaciones locales, destacándose por su continuidad la *Emulsión de Scott* y los productos de Bayer como la *Cafeaspirina*. Estos avisos se traían del exterior y no eran específicos para el público local.

La publicidad de Humberto Chaves impulsó productos como la *Sal de Frutas* y la *Veterina* de *Laboratorios Uribe Ángel*, y el *Confortativo Salomón* producidos por la *Droguería Universal*, no sólo importantes en su momento, sino también de gran recordación.

En su obra de 1991 *Cincuenta años de la publicidad colombiana*. Bogotá, Gente Nueva. Téllez afirma que estas campañas fueron adelantadas por las agencias de publicidad, lo cual no es correcto si se tiene en cuenta que éstas sólo iniciaron su influencia después de 1930. El lanzamiento de estos famosos productos correspondió a Humberto Chaves como queda bien sustentado en las fuentes consultadas.



31 de agosto de 1928 - El Heraldo de Antioquia



5 de mayo de 1929 - El Heraldo de Antioquia

2.5 Toma Chocolate

Existe una obra de Santiago Londoño bellamente editada -*El Arte en la publicidad Nacional de Chocolates 1920-1960*, del año 2002-, que sustenta la importancia de Humberto Chaves para la publicidad de esta empresa.

Dos aspectos nos permiten complementar la obra añadiendo precisión:

- Pautas que son de los años veinte se señalan como de los años cuarenta o posteriores, lo cual distorsiona el hecho de que Humberto Chaves fue el autor de esta publicidad desde los años veinte hasta bien entrado los años cuarenta, en la medida en que al final, si no eran de su autoría, reutilizaban la ilustración de Chaves con otro texto, otra marca o nueva caligrafía o nueva composición.
- Mirada las series de tiempo (lo que no hace Santiago Londoño) salvo un semestre de 1928 y sólo en el periódico *El Bateo*, aparecieron avisos de José Posada para la Nacional de Chocolates, y un aviso en la revista *Claridad* en 1930; también algunas contribuciones de Vieco o de Domínguez, sobre todo en los primeros años, y algunas piezas de otros artistas, que juntos no explican ni el 5% de los avisos publicados, por lo cual debe concluirse que Humberto Chaves fue el publicista más importante que haya tenido la Nacional de Chocolates.
- El otro aspecto tiene que ver con que señala como anónimas obras que fueron publicadas con firma, como "*aroma que embriaga*" que Londoño sitúa en los años cincuenta, aparecía ya desde 1928. Una revisión de las fechas supuestas mostraría que, salvo las excepciones señaladas, Humberto Chaves fue el publicista principal, si no el único, ya que no aparece ningún otro nombre en la revisión directa de las fuentes consultadas.



Quien no está en condiciones de pagar unos centavos más por un chocolate fino como el CRUZ, prefiere siempre para su casa chocolate Vencedor. Un chocolate sabroso, delicado, rendidor y sumamente económico. Para hablar de su calidad, bastaría decir solamente que es un producto de la Cia. Nacional de Chocolates



27 de septiembre de 1922 – La Defensa – Santiago Londoño atribuye el logo del chocolate San Bernardo a Humberto Chaves.

28 de agosto de 1936 – El Heraldo de Antioquia

10 de junio de 1936 – El Heraldo de Antioquia



29 de junio de 1937 – Heraldo de Antioquia

Capítulo 3. Humberto Chaves y las corrientes modernistas

Chaves trascendió su formación académica cuando incursionó en las tendencias estéticas de la publicidad, como el **Art Nouveau** (predominante antes de 1890 hasta 1906) y el **Art Déco** (que tuvo una vida corta desde 1925 hasta 1935).

Para la época que analizamos, entre 1910 y 1935 cuando pueden documentarse piezas publicitarias propias de artistas locales con influencia de estos estilos, ya el *Art Nouveau* había declinado debido en parte a su excesiva masificación, y por las nuevas realidades que trajo la primera guerra mundial, y el *Art Déco* veía sus últimos desarrollos en Europa y Los Estados Unidos, donde dejó dos ejemplos arquitectónicos: el famoso edificio *Chrysler* y el *Centro Rockefeller*, ambos en Nueva York.

3.1. Chaves y el Art Nouveau

Humberto Chaves recibió una formación académica rigurosa del maestro antioqueño Francisco Antonio Cano entre 1906 y 1911. Cano, Marco Tobón Mejía y Gabriel Montoya conformaron el grupo de artistas que dieron vida a la revista *Lectura y arte* (1903 - 1906) bellamente ilustrada donde el realismo compartía páginas con otras de estilo *Art Nouveau*. De hecho, el primer aviso publicitario del maestro Chaves que hemos encontrado del año de 1913 para la revista *Arte* sigue esa línea estética, aunque no hay una continuidad entre aquellos y éste.

Para un artista como Chaves, cercano por su naturalismo a las representaciones de la realidad exterior, la expresión de lo íntimo como proponía el simbolismo no representó una contradicción, ya que fue posible preservar la columna vertebral de su arte realista, concentrando la imaginación y la expresión de un mundo subjetivo en campos como la ilustración y la publicidad.

En esta dirección, Chaves explora la estética del Art Nouveau; esta tendencia que consideraba como arte esencialmente decorativo en las artes gráficas, se había masificado desde la Exposición Universal de París en 1900, y era claramente reconocible por las formas

voluptuosas, los elementos vegetales inexistentes en el mundo real y figuras antropomorfas, generalmente una niña-mujer como sacada de los sueños.



Primer aviso publicitario de Humberto Chaves –
31 de octubre de 1913 - Arte



12 de septiembre de 1933 - El Bateo

3.2. Chaves y el Art Déco

Después de la Primera Guerra Mundial, Europa estaba sumida en un estado de desolación que dejaba fuera de lugar la visión amable y hermosa que proponía el *Art Nouveau*, además, el proceso de urbanismo que había avanzado aceleradamente en la posguerra, rompía los lazos con la vida rural y la evocación de la naturaleza.

Como respuesta radical llega a llenar el vacío en los campos de la decoración y la arquitectura el *Art Déco*, caracterizado por privilegiar la geometría, la simplificación de los planos y el uso de colores fuertes. Se llamó también "el arte de 1925" y sobrevivió hasta la Segunda Guerra Mundial.

Humberto Chaves, también tiene avisos que pueden identificarse con el *Art Déco*, siendo una de sus tantas búsquedas para enriquecer su trabajo. Es de anotar que como la buena recepción de las propuestas innovadoras no era generalizada, cohabitaron pautas modernas de otros publicistas como José Posada con las suyas de concepción realista.



Diciembre de 1926-Revista Letras y Encajes



13 de noviembre de 1933 - El Colombiano

Capítulo 4: Los Microcosmos de Humberto Chaves

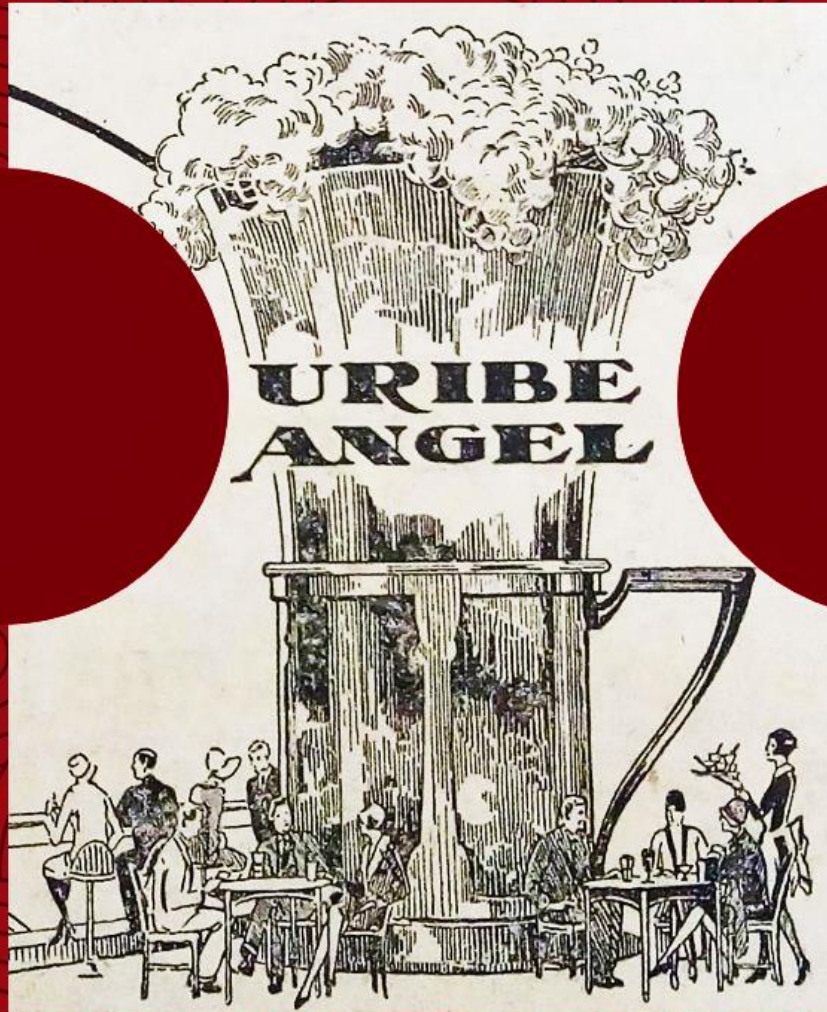
De todos los aspectos del trabajo publicitario, del que quisiéramos perdurara en la memoria del público es el de los microcosmos que crea el maestro Chaves cuando hace la publicidad de un producto:

Aquí el vaso de *Sal de Frutas LUA* está coronado de una espuma que muestra una característica importante del producto: la efervescencia, que está por encima de toda la animada fiesta en la base.

Así es un microcosmos de Humberto Chaves: la perfección del dibujo, el contraste entre lo solemne del logo con el retrato del Doctor Manuel Uribe Ángel, que confiere seriedad y confianza a la marca, en contraste con la animación del lado derecho que transmite lo moderno en el vestir y las actitudes de los personajes, todo esto contenido en 6x9 centímetros.

Chaves siempre nos cuenta una historia, sugiere un mundo más allá de lo inmediato y esto es un microcosmos, un mundo autónomo en el cual el producto tiene un contexto que es presentado por medio de la perfección del dibujo y el respeto a todo aquello que es representado.

Así, el realismo que en el artista es una opción para su arte, es puesto a funcionar de otra manera al servicio de una marca, de un producto, dotando de profundidad a la publicidad mediante un ejercicio creativo, que le confiere belleza y funcionalidad.



*Refrescante
e higienica*

**SAL de FRUTAS URIBE
ANGEL**

*Para todas
las edades*

LABORATORIOS "URIBE ANGEL"
MEDELLIN
COLOMBIA

The advertisement features a large, stylized graphic of a beer mug on the right side, identical to the one in the top illustration. To the left of the mug, there is a detailed illustration of the product packaging for "SAL de FRUTAS URIBE ANGEL". The packaging is rectangular and features a portrait of a man with a mustache, likely the founder, and the text "LABORATORIOS 'URIBE ANGEL'" and "MEDELLIN COLOMBIA". The central text is arranged in a clean, professional layout, with the product name in large, bold letters and descriptive text in italics.