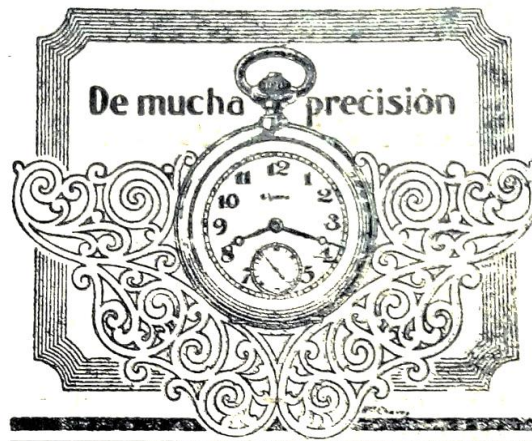


PUBLICIDAD ANTIOQUEÑA
1920 - 1930:
marcas y
adaptaciones

IMÁGENES

GYMNA



DAVID E. ARANGO & C.

Contenido

.....	3
Imagen No.1 Adaptación del anuncio de Emulsión de Scott.....	4
Imagen No.2 Anuncio de la Locería Caldas	5
Imagen No.3 Primer anuncio para cigarrillos Antioqueños.....	6
Imagen No.4 Imágenes para el registro de marcas de cigarrillo Hidalgo y Legítimos.....	7
Imagen No.5 Cartel para Coltabaco. Humberto Chaves (atribuido) 1930.....	8
Imagen No.6 De prohombre a marca, el caso de Manuel Uribe Ángel.....	9
Imagen No.7 Cuatro artistas antioqueños y la marca <i>Frescola</i>	11
Imagen No.8 Tres anuncios de Humberto Chaves para Seguros y Urbanización	12
Imagen No.9 Humberto Chaves anuncios para la Joyería David E. Arango	13
Imagen No.10 Humberto Chaves de la campaña <i>Este mundo progresa</i>	14
Imagen No.11 Imagen empresarial pintura, fotografía, ilustración	15
Imagen No.12 Humberto Chaves- Portada para Arte abril 1914.....	16
Imagen No.13 Humberto Chaves - Portada de la revista <i>Tierra Nativa</i>	17
Imagen No.14 Representación mitológica en empaques comerciales.....	18
Imagen No.15 Humberto Chaves versión de la diosa Tyche en anuncio publicitario.....	19
Imagen No.16 Anuncio de Humberto Chaves para Confortativo Salomón	20
Imagen No.17 El art nouveau en las revistas ilustradas de Bogotá y Medellín 1905	21
Imagen No.18 Humberto Chaves y el realce de la marca.....	22
Imagen No.19 Integración del paisaje local al anuncio publicitario	23
Imagen No.20 Representación de animales en los anuncio publicitarios.....	24
Imagen No.21 Una rama de cacao como identificador de una marca	25
Imagen No.22 Campesina representados por Humberto Chaves.....	26
Tabla No. 1 Comparativo de marcas por publicación. Caso Coltabaco.....	27
Imagen No.23 Anuncios de Humberto Chaves para Pielroja	28
Imagen No.24 Dos anuncios de Humberto Chaves para cerveza Espiga	29
Imagen No.25 Variaciones en el dibujo según la publicación.....	30
Imagen No.26 Anuncios de Humberto Chaves para relojes Cyma	31
Imagen No.28 Adaptación del anuncio según la marca: caso Coltabaco	33
Imagen No.29 Adaptación del anuncio según marca: caso Nacional de Chocolates	34
Imagen No.30 Uso de dos logos para la marca Pielroja.....	35



Imagen No.1 Adaptación del anuncio de Emulsión de Scott

Izquierda y derecha: *Palabra al día* 15 de octubre de 1909.

Archivo Proyecto Humberto Chaves Cuervo - Pintor

Centro: Anuncio del Taller Vieco para la Emulsión Uribe Ángel

Plata, D.; Hoyos, M.A.; Arias, M. (2022). Mestizaje gráfico en Colombia entre 1900 y 1930. El diseño gráfico y la construcción de una imagen de nación moderna y civilizada. Nuevo Mundo Mundos Nuevos. En: Questions du temps présent. #18 – imagen 26



LOCERÍA DE CALDAS
 FUNDADA EN 1881
 Propietarios: **Mejía & Echavarría**

La más antigua Empresa industrial de Antioquia

Sus productos
 han cerrado las puertas a la importación
 extranjera, por la excelencia de su cali-
 dad, por sus bajísimos precios.

Así lo atestigua su numerosa clientela compues-
 ta de más de 2.000 comerciantes del
Departamento y de fuera de él.

Imagen No.2 Anuncio de la Locería Caldas

Octubre de 1913 – Arte

- Marca establecida
- Foto de las instalaciones y obreros
- Año de fundación y propietarios
- Industria más antigua de Antioquia
 - Sustitución de importaciones
 - Excelencia, calidad, precio
 - Clientela
 - Cubrimiento nacional
- Decoración *art nouveau* que transmite idea de modernismo



Imagen No.3 Primer anuncio para cigarrillos Antioqueños

Revista ARTE - noviembre de 1913 —anónimo – Proyecto Humberto Chaves Cuervo - Pintor

- Expresa un propósito de fusión de lo político y lo comercial: a pesar de tratarse de un anuncio de cigarrillos, la única imagen clara es la de Carlos E. Restrepo, destacado líder antioqueño, presidente de Colombia 1910 – 1914.
 - El nombre del producto no es evidente, parece ser “antioqueños”.
 - La palabra algodón es más visible que la de tabaco.
- Se fabrican en Medellín, pero con picadura de La Habana, atributo de origen que debería ser destacado con claridad.
- No es claro el nombre de la empresa Compañía Industrial de Cigarrillos y se respalda con dos sellos, uno de ellos similar al que adoptará Coltabaco en 1923.
- Elementos decorativos vegetales tipo *art nouveau*, predomina visualmente lo que parece ser una mota de algodón respecto a la hoja de tabaco.
- Un abigarrado dibujo con un león coronado y un unicornio para destacar el apellido del fabricante: Ortiz. En la heráldica del apellido sí aparece el león, pero no el unicornio, lo que sugiere que no se estaba representando el apellido, sino que se trataba de imágenes mitológicas descontextualizadas.
 - Se menciona una medalla de oro, pero sin mención del concurso.
 - Un lema sugestivo, pero enigmático: “compre realidad”.



Imagen No.4 Imágenes para el registro de marcas de cigarrillo Hidalgo y Legítimos

Las marcas de cigarrillo Hidalgos y Legítimos emplearon la misma composición y elementos comparables, mejorando la apariencia, pero perpetuando la confusión. Llama la atención que aparezca en peticiones de reconocimiento de marca que se hicieron en 1915, que el fabricante era la Compañía Colombiana de Tabaco, que solamente se fundaría en 1919.

Fuente: Diario Oficial, Año LI, Nro. 15581, 31 de agosto de 1915, pág. 685. Biblioteca Nacional de Colombia, Bogotá, Col.

“Otro aspecto interesante de la pieza es el homenaje que se hace al presidente de Colombia, José Vicente Concha, quien ocupó este cargo durante el periodo 1914-1918, cuyo retrato aparece del lado opuesto a la imagen que representa a la compañía. Este ejemplo particularmente nos ilustra sobre la forma como se disponían imágenes de medallas para ornamentar algunos empaques de producto, lo que fue característico en algunas cajetillas de cigarrillos; dichas medallas no necesariamente hacían una referencia explícita a un premio obtenido en alguna ocasión, así como tampoco se esmeraban en expresar de forma detallada una denominación concreta de la figura o personaje que representaban”.

Hoyos Gómez, Mauricio; Chalarca; J. Marcela; Restrepo, Santiago (2022) Génesis Marcaria. Aportes al estudio sobre los inicios y el desarrollo de la identidad de marca en Colombia, 1890-1930. Medellín. UPB. P.310

CIA. COLOMBIANA DE TABACO

CAPITAL SOCIAL \$ 5.500.000 ORO
OFICINA CENTRAL: MEDELLIN (COLOMBIA, S.A)

DIRECCION TELEGRAFICA "HIDALGOS"
CLAVES: BHTLEY Y DEMAS CODIGOS USUALES

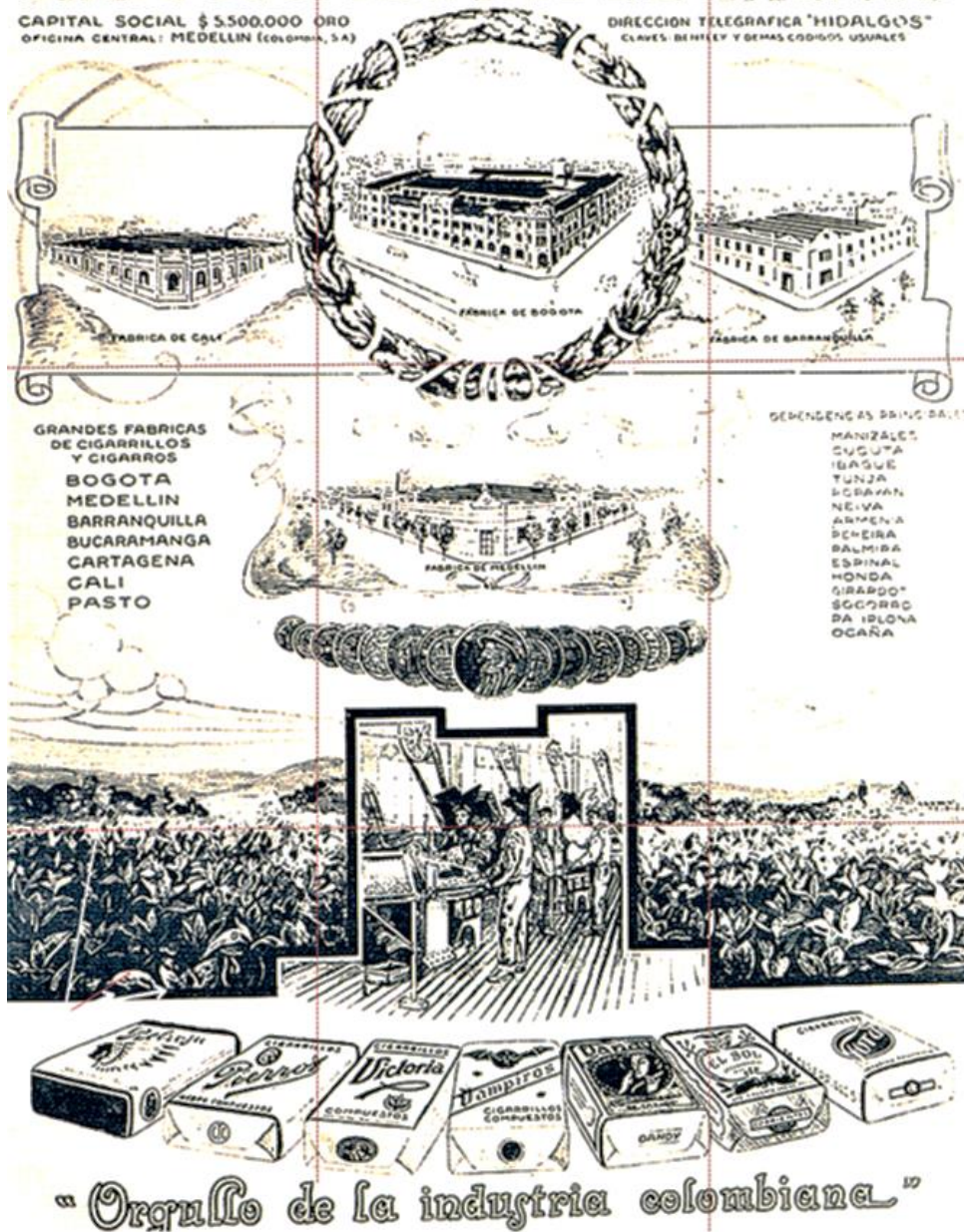
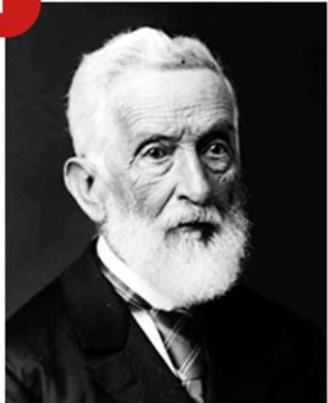


Imagen No.5 Cartel para Coltabaco. Humberto Chaves (atribuido) 1930

Coltabaco (1994) Setenta y cinco años de progreso y servicio.
Compañía Colombiana de Tabaco. Medellín. Faes.

Plata, D.; Hoyos, M.A.; Arias, M. (2022). Mestizaje gráfico en Colombia entre 1900 y 1930. El diseño gráfico y la construcción de una imagen de nación moderna y civilizada. Nuevo Mundo Mundos Nuevos. En: Questions du temps présent. #7, imagen 7

1



2



3



El más puro; el más concentrado; el de mejor resultado; lleva esta marca. Estéjala usted.

4



5



Imagen No.6 De prohombre a marca, el caso de Manuel Uribe Ángel

Proyecto Humberto Chaves Cuervo – Pintor

Imagem No.6 B

Explicación de la Imagen No.6 DE PROHOMBRE A MARCA

Manuel Uribe Ángel (Envigado 1822 – Medellín 1904)

Médico, científico, político, escritor antioqueño, fue uno de los más destacados líderes antioqueños, cuyo prestigio fue acogido por el Laboratorio Uribe Ángel, fundado en 1922 y registrado como marca de comercio en septiembre de 1923.

Los productos de Laboratorios LUA fueron Vitaemulsión, Limolax, Urosalina, Ferrola Arsenical, Ferrol Simple, Antiplasmodio, Kola Granulada, Kitador, Sal de Frutas Lúa, pastillas de Melba, cubrieron todo el territorio nacional y tenía otra factoría en Barranquilla.

1. Retrato de Manuel Uribe Ángel. Tomado de: <https://www.udea.edu.co/wps/portal/udea/web/inicio/patrimonio/lugar-para-memoria/edificio-manuel-uribe-angel>

2. Retrato ilustrado de Manuel Uribe Ángel por Luis Eduardo Vieco. Tomado de: El Espectador – 4 de septiembre de 1922. Archivo HCCP

3. Logo de Laboratorio Uribe Ángel, autor por Luis Eduardo Vieco.

Tomado de: El Correo Liberal, 14 de marzo de 1923
Archivo Proyecto Humberto Chaves Cuervo - Pintor

4. Logo de Laboratorio Uribe Ángel modificado por Humberto Chaves: Fondo blanco y nombre de la empresa entre comillas.

Tomado de El Heraldo de Antioquia, 8 de mayo de 1929
Archivo HCCP

5. Anuncio publicitario de Humberto Chaves para Sal de Frutas Laboratorio Uribe Ángel.

Aparecen los dos logos, el de Vieco en el empaque del producto y el de Chaves. Obsérvese que además del logo, se muestra el empaque del producto como señal de tradición y solidez; la ilustración es modernista, y describe bien la condición del producto de ser efervescente, diferenciándolo de una cerveza por la marca que recuerda que se trata de un producto para la salud.
Tomado de El Heraldo de Antioquia, 8 de mayo de 1929

Archivo HCCP: Archivo Proyecto Humberto Chaves Cuervo – Pintor



Désela a los niños



Pídala por docenas a la fábrica



Archivo Proyecto Humberto Chaves Cuervo - Pintor

Iz: Humberto Chaves: 14 de noviembre 1924 - El Colombiano
 Der. Arriba: Luis Eduardo Vieco: 16 de junio de 1925 - La Defensa
 Der. Medio: Ricardo Rendón - 7 de abril de 1925 - El Colombiano
 Der. Inf.: Pepe Mexía . Suplemento Literario 1926 - El Bateo

Imagen No.7 Cuatro artistas antioqueños y la marca Freskola



¡No Pague arrendamientos!

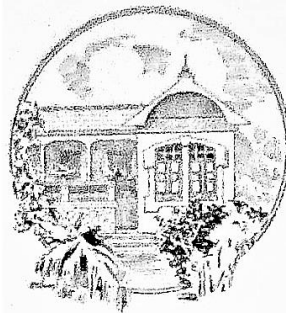
Viva en **MANRIQUE**

Seguros y Urbanización

TEL. 707

(Antes Sociedad de Urbanización Mutuaria)

l-mr-v

Manrique ha sido la salvación de muchos!

Las personas prudentes que han comprado sus lotes al precio de hoy han tenido una visión comercial muy digna de imitarla.

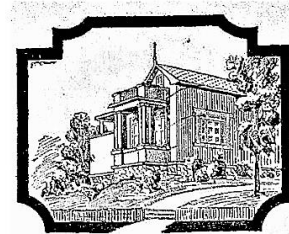
Para muchos la inversión en estos solares, que muy pronto duplicarán su valor, significa salvación financiera, porvenir asegurado.

Todavía es posible obtener algunos solares a precios bajos pero la prudencia aconseja que se obre sin demora. Ud. puede aprovechar la oportunidad de HOY.

Pregúntenos sobre las muchas facilidades que podemos ofrecerle.

Seguros y Urbanización

Teléfono 707



Manrique ha sido la salvación de muchos!

Las personas prudentes que han comprado sus lotes al precio de hoy han tenido una visión comercial muy digna de imitarla.

Para muchos la inversión en estos solares, que muy pronto duplicarán su valor, significa salvación financiera, porvenir asegurado.

Todavía es posible obtener algunos solares a precios bajos pero la prudencia aconseja que se obre sin demora. Ud. puede aprovechar la oportunidad de HOY.

Pregúntenos sobre las muchas facilidades que podemos ofrecerle.

Seguros y Urbanización

Teléfono 707

Imagen No.8 Tres anuncios de Humberto Chaves para Seguros y Urbanización

Izquierda: 2 de octubre de 1924 – El Colombiano

Centro: 8 de junio de 1926 – La Defensa

Derecha: 6 de febrero de 1926 – La Defensa

Proyecto Humberto Chaves Cuervo - Pintor



Imagen No.9 Humberto Chaves anuncios para la Joyería David E. Arango

Izquierda Fecha probable 1926, año de otros anuncios con el lema *Fijo como el sol.*
Sin datos de la imagen.

Derecha Anuncio para la Joyería David E. Arango - agosto de 1926 - Progreso

Proyecto Humberto Chaves Cuervo - Pintor



Imagen No.10 Humberto Chaves de la campaña *Este mundo progresa*

Izquierda: 1 de julio de 1926 – La Defensa

Derecha: 2 de junio de 1926- La Defensa

Proyecto Humberto Chaves Cuervo – Pintor

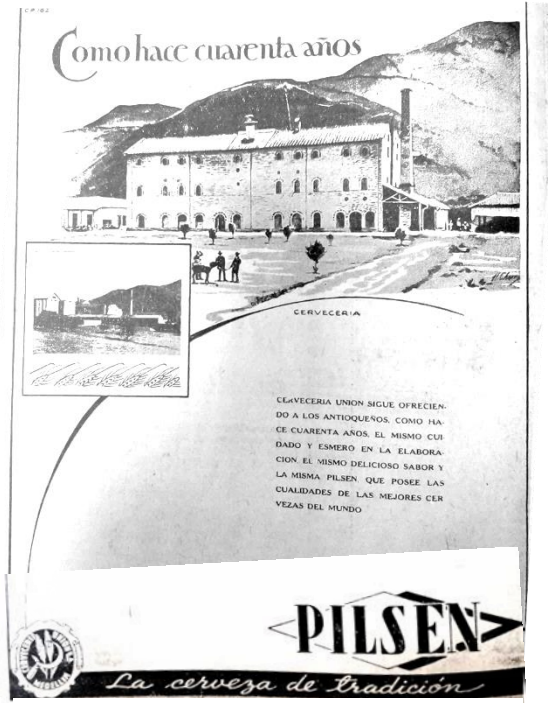
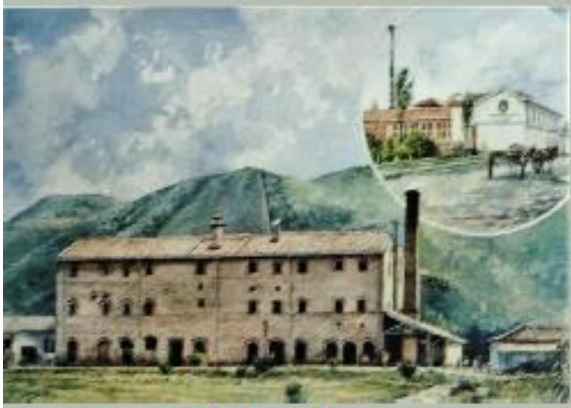


Imagen No.11 Imagen empresarial pintura, fotografía, ilustración

Superior izquierda: Humberto Chaves Cuervo – Acuarela s.f.

La Cervecería Unión resultó de una fusión empresarial entre la Cervecería Antioqueña y la Cervecería Libertad, en el año 1930. Esta acuarela sintetiza visualmente esta unión mostrando la fábrica de Itagüí y la sede de la Cervecería Libertad en Medellín (recuadro superior).

Tomado de: Cerani, Elio (Ed.) (1995) Humberto Chaves Pintor de la Raza.

Medellín. Amtex.

Inferior izquierda: Fotografía de Escovar de la Cervecería Antioqueña y su fábrica en Itagüí. En: Sociedad de Mejoras Públicas (1925) Guía de Medellín

Derecha: Humberto Chaves anuncio para Pilsen – 21 junio de 1942 – La Defensa

Archivo Humberto Chaves Cuervo - Pintor



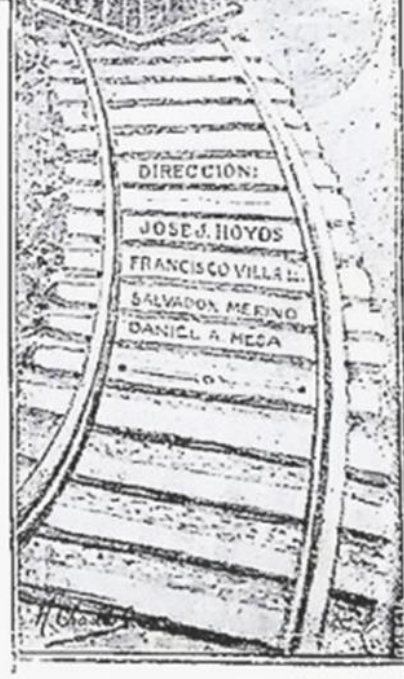
VICTORIA

Poema social en tres jornadas

POR

F. Jaramillo Medina.

ILUSTRACIONES DE H. CHAVEZ.



ARTE

AÑO I.—SERIE II.—NUMERO 8

Abril MCXXIV

Imagen No.12 Humberto Chaves- Portada para Arte abril 1914

Archivo Proyecto Humberto Chaves Cuervo – Pintor



Imagen No.13 Humberto Chaves - Portada de la revista *Tierra Nativa*

Alegoría a la Independencia de la República de Colombia en imagen ilustrativa para la tapa de la revista TIERRA NATIVA, No.78. 1928. Archivo: Mauricio Hoyos. Plata, D.; Hoyos, M.A.; Arias, M. (2022). Mestizaje gráfico en Colombia entre 1900 y 1930. El diseño gráfico y la construcción de una imagen de nación moderna y civilizada. Nuevo Mundo Mundos Nuevos. Imagen 33

“Esta imagen representa perfectamente la idea de mestizaje gráfico, siendo a la vez una indígena y una representación a la francesa de la patria”



Figura 138. (Izquierda) Diseño para empaque de chocolate CORONA AMARGO 1930. **Autor: Humberto Chaves.** Imagen ref. 1930_00_00A_AP/N.

Figura 139. (Derecha) Diseño para empaque de chocolate CORONA CON AZÚCAR 1930. **Autor: Humberto Chaves.** Imagen ref. 1930_00_00B_AP/N.

Fuente: Hoyos, M. A. (2020). Pervivencia mitológica: iconografía clásica en la identidad de marca en Colombia 1900 - 1930. Pp.191-192

Imagen No.14 Representación mitológica en empaques comerciales

El uso de figuras mitológicas fue común en los empaques diseñados por Humberto Chaves para los chocolates de la Compañía Nacional de Chocolates, como estos y el de chocolate Diana. Véase: Londoño, Santiago (2002). El arte en la publicidad Nacional de Chocolates, 1920-1960. Medellín. CNC. P.128



“En la mitología griega, Tyche es la diosa y personificación de la buena suerte, el azar y la fortuna. La popularidad de Tique creció después del período clásico, cuando muchas ciudades y funcionarios de todo el mundo griego y del Mediterráneo la adoptaron como su deidad patrona y se hacían sacrificios en sus santuarios. Su popularidad perduró durante cientos de años.

Tique se representaba en muchas formas de arte y se reconocía inmediatamente por su corona mural y el timón y la cornucopia que sostenía. Varios autores la describen como "todopoderosa" y "sabia". Su homóloga romana es la diosa Fortuna.”

Tomado de: Cardoso, A (2022) Tique. World History Encyclopedia. En:

<https://www.worldhistory.org/trans/es/1-15274/tique/>

En esta adaptación de Humberto Chaves la diosa está vendada y en vez de la cornucopia derrama billetes, símbolo reconocible de prosperidad y el anuncio se hace para una rifa. La mención al producto es mínima.

Como era su costumbre, el empaque dibujado con detalle hace parte constitutiva del anuncio.

Imagen No.15 Humberto Chaves versión de la diosa Tyche en anuncio publicitario

Humberto Chaves: Anuncio para chocolate Vencedor -18 de noviembre de 1933 – El Bateo

Archivo Proyecto Humberto Chaves Cuervo – Pintor



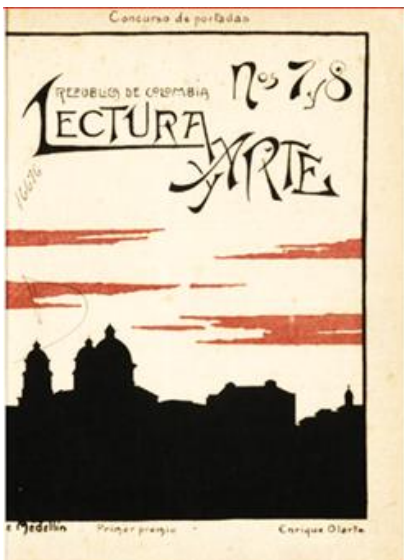
Imagen No.16 Anuncio de Humberto Chaves para Confortativo Salomón

11 de junio de 1927 – El Heraldo de Antioquia

Proyecto Humberto Chaves Cuervo – Pintor



Helia – Revista ilustrada –
Bogotá
No.5-6 Diciembre de 1905



Lectura y Arte –
Revista ilustrada –
Medellín

Nos.7-8 Concurso de
portadas
Octubre de 1904

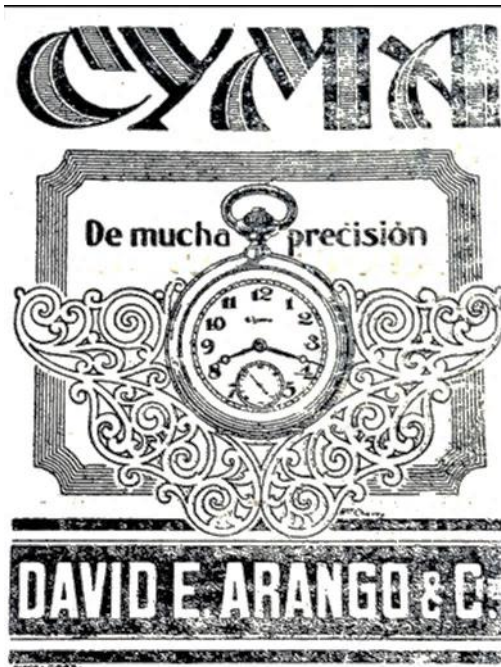
Izquierda: portada
ganadora de Enrique
Olarte
Derecha: portada de
Enrique Vidal

Imagen No.17 El art nouveau en las revistas ilustradas de Bogotá y Medellín 1905

Para demostrar la presencia del *art nouveau* en las publicaciones de la misma época, puede citarse *Lectura y Arte* de Medellín y *Helia* de Bogotá con ilustración moderna que seguramente fue conocida por los artistas locales. Pueden consultarse en la Hemeroteca Nacional del Banco de la República.

<https://babel.banrepcultural.org/digital/collection/p17054coll26/search/searchterm/helia>

<https://babel.banrepcultural.org/digital/collection/p17054coll26/id/7445/rec/1>



Autor: Humberto Chaves

Anuncio para reloj Cyma de bolsillo
 24 de julio de 1926 La Defensa
 Proyecto Humberto Chaves Cuervo - Pintor

La marca Cyma fue registrada en 1903 y para los años veinte era una marca reconocida mundialmente. La tipografía siempre fue sencilla y sans serif, por lo que la tipografía de este anuncio fue creación de Chaves.

Un marco de rayas paralelas contrasta con la ilustración que parece simular los engranajes, volantes y pequeñas piezas del reloj

Autor: Humberto Chaves

Anuncio para Cerveza Espiga
 4 de noviembre de 1924 –
 El Colombiano

La textura del fondo de la ilustración se hizo con rayas diagonales y contiene el lema, un óvalo arriba contiene el nombre del producto, y un rectángulo en el medio el nombre de la empresa, el elemento figurativo –un vaso espumante sobre una bandeja– une los tres textos. Se trata de un anuncio pensado para destacar la marca



Imagen No.18 Humberto Chaves y el realce de la marca

Archivo - Proyecto Humberto Chaves - Pintor



Imagen No.19 A Arte para anuncio publicitario de Villamizar Hermanos – Santander
 Autor: Humberto Chaves. Plata et al (2022) Imagen 23 #16



Imagen No.19 B: Anuncio de Humberto Chaves para Antiplasmodio de LUA

7 de junio de 1929 – La Defensa

Archivo del Proyecto Humberto Chaves Cuervo - Pintor

Imagen No.19 Integración del paisaje local al anuncio publicitario



Imagen No.20 Representación de animales en los anuncio publicitarios

Superior izquierda: anuncio para chocolate San Bernardo del 27 de marzo de 1922 – El Colombiano

Nota: este diseño ha sido atribuido a Humberto Chaves.

Ver Londoño(2002) p.31-33,116,117,162,165,168

Inferior izquierda: anuncio para chocolate Cóndor 5 de abril de 1930 – La Defensa.

Nota: el lanzamiento de la marca se hizo en el periódico durante un mes, sobreponiendo una pieza a color sobre la hoja de papel periódico. Este diseño ha sido atribuido a Humberto Chaves. Ver Londoño (2002) p. 104,165,182,183

Inferior derecha: Anuncio de Humberto Chaves según Londoño (2002) p.112,115,119,128,130,179.

Nota: la marca Vencedor se lanzó el 14 de agosto de 1933 en El Bateo, como una rifa; su empaque con el caballo saltando apareció por primera vez el 3 de enero de 1934 en El Colombiano. Incorporar el empaque y la rama de cacao son características de los anuncios de Chaves.

Archivo del Proyecto Humberto Chaves Cuervo – Pintor



Imagen No.21 A

Anónimo – 10 de marzo de 1923
El Espectador – Bogotá

La rama de pino está dibujada con realismo pero cumple una función únicamente ornamental, ya que no tiene vinculación con el producto



Imagen No.21 B

Imagen No.21 B (Derecha) Humberto Chaves "De la almendra a a taza". Antioquia Industrial. 1931

El diseño del empaque que se observa en la parte inferior fue realizado en diciembre de 1929, cuando el producto deja de llamarse Chocolate La Cruz a llamarse Chocolate Cruz, empaque que se conserva todavía.

En anuncios posteriores de esta marca estarán presente la mazorca y las hojas como una firma del artista. El elemento vegetal hace parte de una didáctica, identifica al producto y también puede ser ornamental.

Archivo del Proyecto Humberto Chaves Cuervo - Pintor

Imagen No.21 Una rama de cacao como identificador de una marca

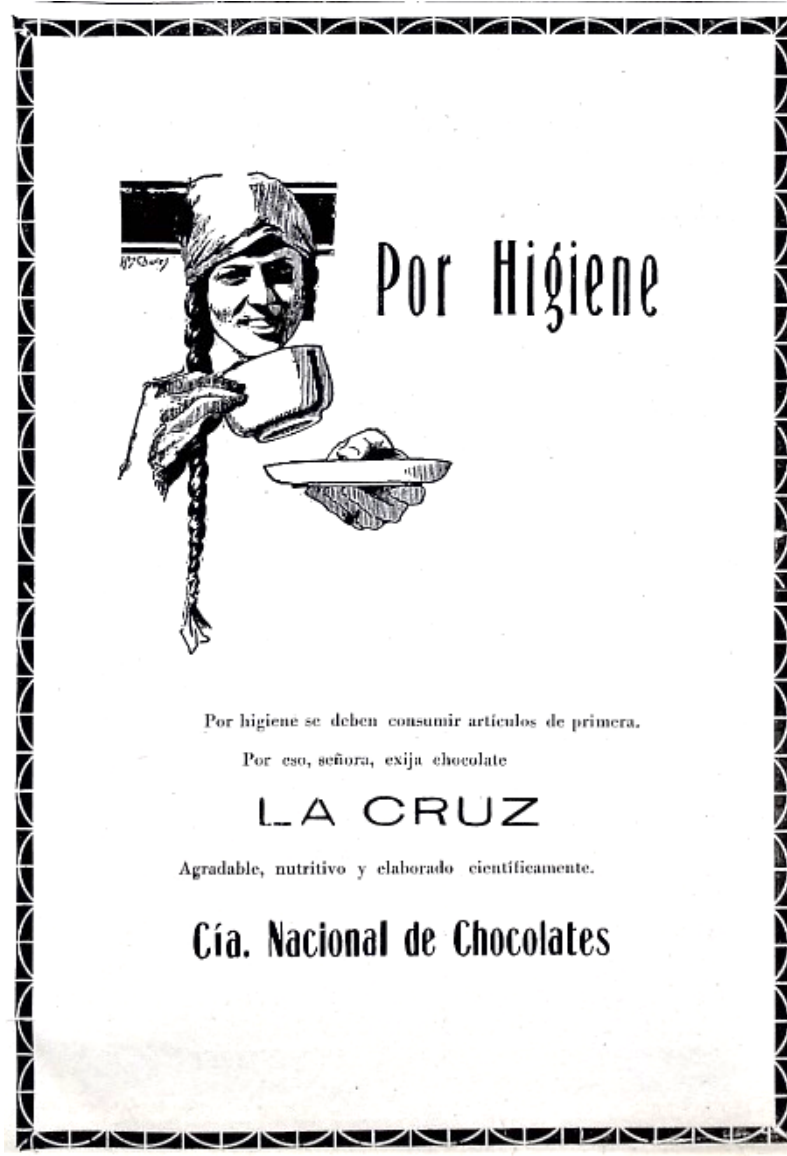


Imagen No.22 Campesina representados por Humberto Chaves

Anuncio de Humberto Chaves para Chocolate La Cruz – agosto de 1927 –

Letras y Encajes

Nota: la representación de la mujer trabajadora fue una excepción a pesar de que muchas mujeres trabajaban en el campo y la ciudad; en la imagen la cabeza está cubierta con una pañoleta, no con un sombrero, prenda de distinción utilizada por mujeres de la élite.

El llamado a la higiene fue una de las banderas de la producción industrial para distinguirse de la artesanal. El tema era importante por las epidemias frecuentes de tifus que producían bajas en la población, y que se transmitía por aguas contaminadas.

Proyecto Humberto Chaves Cuervo - Pintor

Producto	# anuncios en El Heraldo de Antioquia Medellín	# anuncios en La Defensa Medellín	# anuncios El Correo de Colombia Bogotá
Victoria (1926 – 1929)	380	27	100
Pielroja (1927 – 1930)	233	346	204
Cigarros Superfinos la colombiana (1930)	99	105	36
Total Coltabaco Marcas analizadas (*)	691	499	353
Fuente: Proyecto Humberto Chaves Cuervo – Pintor			

Tabla No. 1 Comparativo de marcas por publicación. Caso Coltabaco

Victoria era la marca más reconocida y tradicional de Coltabaco en los años veinte y sus anuncios se concentraron en El Heraldo de Antioquia.

Pielroja fue registrada el 13 de agosto de 1923, pero su lanzamiento se hizo a partir de 1927; mientras los cigarrillos superfinos se lanzaron en 1930, y ambos utilizaron de plataforma al periódico La Defensa.

(*) Nota 1: no se incluyen marcas como Dandy, Pierrot, Full Hand, Picadura Alpha.

Proyecto Humberto Chaves Cuervo - Pintor



Imagen No.23 Anuncios de Humberto Chaves para Pielroja

Izquierda: Humberto Chaves - 30 de julio de 1927 - El Heraldo de Antioquia

Derecha: Humberto Chaves - 15 de agosto de 1927 - El Heraldo de Antioquia

Proyecto Humberto Chaves Cuervo - Pintor

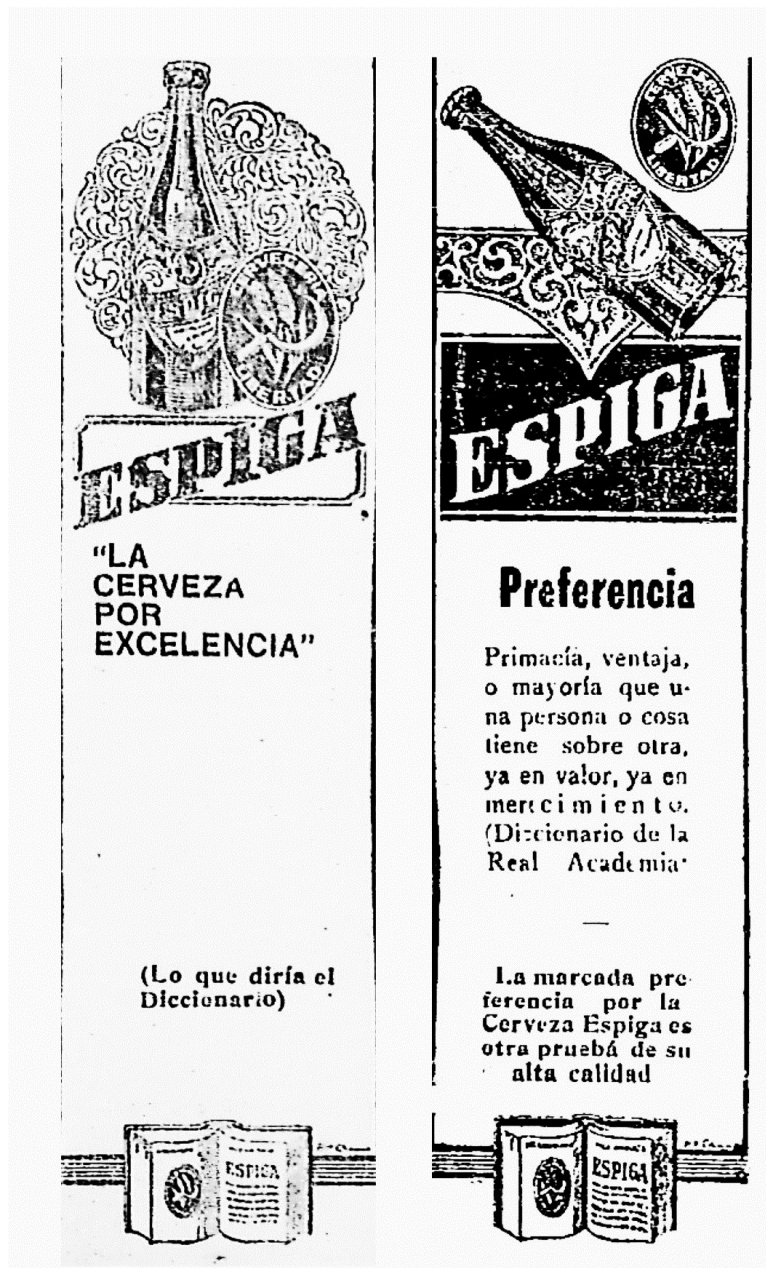


Imagen No.24 Dos anuncios de Humberto Chaves para cerveza Espiga

Izquierda: 2 de julio de 1925 – La Defensa

Derecha: 12 de noviembre de 1925 – El Correo Liberal

Proyecto Humberto Chaves Cuervo - Pintor



El secreto de su calidad está en los tabacos!

El secreto del Victoria está únicamente en la calidad superior de los tabacos que empleamos en su elaboración.

Cia. Colombiana de Tabaco

Siempre frescos!



11 de noviembre de 1928
Coltabaco - Victoria
El Heraldo de Antioquia



Todo depende de la calidad del tabaco!

El secreto del Victoria está únicamente en la calidad superior de los tabacos que empleamos en su elaboración.

Cia. Colombiana de Tabaco

Siempre frescos!



2 de noviembre de 1928
Coltabaco - Victoria
El Colombiano

Se encuentran variaciones en los dibujos de Humberto Chaves dependiendo del medio que los publicaba

Nota: el uso del signo (!) de modo asimétrico es distintivo de Humberto Chaves

Proyecto Humberto Chaves Cuervo - Pintor

Imagen No.25 Variaciones en el dibujo según la publicación

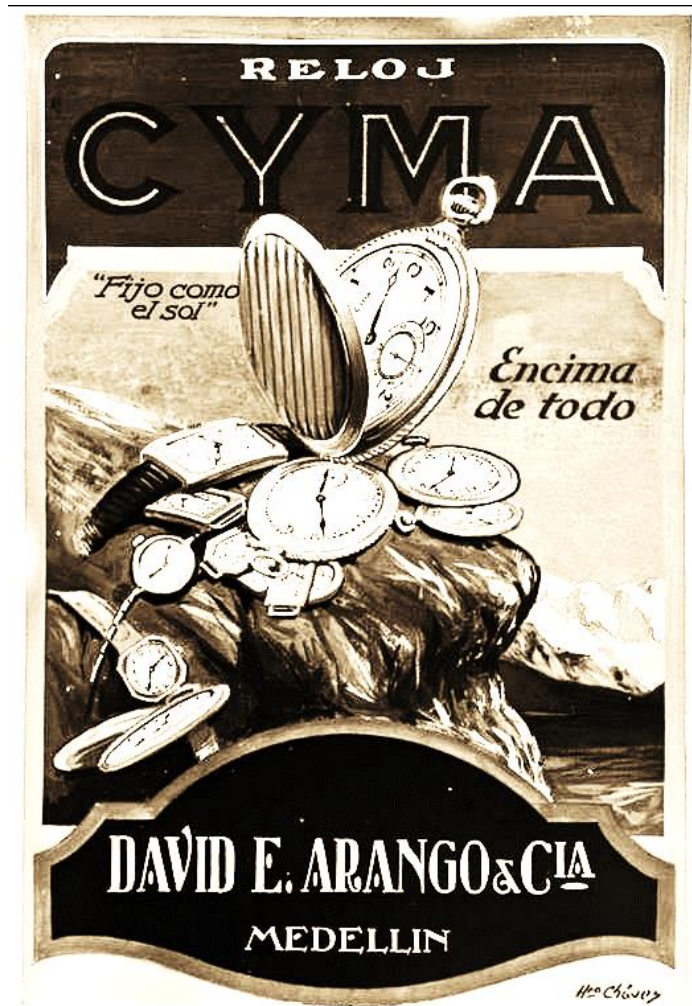


Imagen No.26 Anuncios de Humberto Chaves para relojes Cyma

Nota: en 1926 la Joyería David E. Arango publicó anuncios para promocionar el establecimiento, y también para vender máquinas de coser, gramófonos y discos, pero sus productos estrella fueron los relojes, especialmente los de bolsillo y los de pulsera, una novedad para la época, y fueron ampliamente promocionados con la campaña "Fijo como el sol" que fue especialmente intensa en 1926 hasta 1927, campaña de Humberto Chaves.

Fuente: Villa, Francisco (1932) Álbum de Medellín 1932. Medellín. Bedout

La relación comercial entre la Joyería y el maestro Humberto Chaves comprendía, además de la publicidad, la venta de las obras que el artista exhibía en la vitrina del almacén, desde donde fue conocido por el público de Medellín, y podían adquirirse las obras sin la intermediación de museos o galerías. Este vínculo estuvo vigente hasta su muerte en 1971.



Imagen No.27 Publicidad para Freskola y Popular

Izquierda: Anuncio de Humberto Chaves para Freskola - 13 d septiembre de 1924 -
La Defensa - Medellín

Derecha: Anuncio de Humberto Chaves para Popular - 1 de noviembre de 1925 -
El Nuevo Tiempo - Bogotá

Nota: anuncios publicitarios que se hacían en Medellín se replicaban en otras regiones, adaptando la marca.

Proyecto Humberto Chaves Cuervo - Pintor



Con tabacos de la más cuidadosa selección

El secreto del Victoria está únicamente en la calidad superior de los tabacos que empleamos en su elaboración.

Ca. Colombiana de Tabaco

Siempre frescos!



1 de enero de 1928
El Colombiano- Medellín



Con tabacos de la más cuidadosa selección

El secreto del VAMPIRO está únicamente en la calidad superior de los tabacos que empleamos en su elaboración.

Ca. Colombiana de Tabaco

Siempre frescos!



2 de mayo de 1930
El Trabajo - Popayán

Imagen No.28 Adaptación del anuncio según la marca: caso Coltabaco

Proyecto Humberto Chaves Cuervo - Pintor

Nota: La Compañía Colombiana de Tabaco – Coltabaco –, fue fundada en Medellín en 1919 y se expandió rápidamente al resto del país, mediante fábricas que producían marcas propias

[Imagen No.5]

Aunque la producción estaba descentralizada, la publicidad se diseñaba en Medellín y luego se adaptaba, como en este ejemplo de las marcas Victoria y Vampiro, obra de Humberto Chaves.

De la almendra a la taza

El proceso científico que seguimos para llevar de la almendra a la taza al chocolate Cruz y la cuidadosa selección de los granos más jugosos y más sanos, son el secreto de ese sabor delicioso que vuelve la boca agua y provoca tomar hasta el último sorbo.

Quien lo toma una vez, seguirá tomándolo.

Nuestros chocolate de estilo europeo, Cruz con leche y azúcar y Cruz con azúcar, son una verdadera crema.

Chocolaté
Cruz
Siempre sabroso

Cia. Nacional de Chocolates

De la almendra a la taza

El proceso científico que seguimos para llevar de la almendra a la taza al chocolate Villegas y la cuidadosa selección de los granos más jugosos y más sanos, son el secreto de ese sabor delicioso que vuelve la boca agua y provoca tomar hasta el último sorbo.

Quien lo toma una vez seguirá tomándolo.

Chocolaté
Villegas
"Bueno hasta la última galleta"

Cia. Nacional de Chocolates

Imagen No.29 Adaptación del anuncio según marca: caso Nacional de Chocolates

Izquierda: Humberto Chaves – 5 de mayo de 1930 – El Colombiano
Derecha: Humberto Chaves – 10 de octubre de 1932 – El Diario de Pereira

Proyecto Humberto Chaves Cuervo – Pintor



Humberto Chaves
1 de junio de 1928
La Defensa

Humberto Chaves
31 de enero de 1930
El Bodegón - Cartagena

Para los estudiosos de la publicidad antioqueña ha pasado desapercibido el hecho de que si bien los logos han sido atribuidos a Rendón y Miguel Ángel del Río, todo el desarrollo gráfico de la marca Pielroja en los años veinte fue obra de Humberto Chaves quien aparece firmando todos los anuncios.

Proyecto Humberto Chaves Cuervo – Pintor

Imagen No.30 Uso de dos logos para la marca Pielroja