



*La publicidad de
Humberto Chaves
para el Chocolate La Cruz*

Beatriz Elena Lopera Chaves
María Teresa Lopera Chaves



Humberto Chaves
De la almendra a la taza
Fragmento
Claridad 1930



La publicidad de Humberto Chaves para el Chocolate La Cruz

Investigación y textos:

Beatriz Elena Lopera Chaves
María Teresa Lopera Chaves

Medellín, junio de 2023

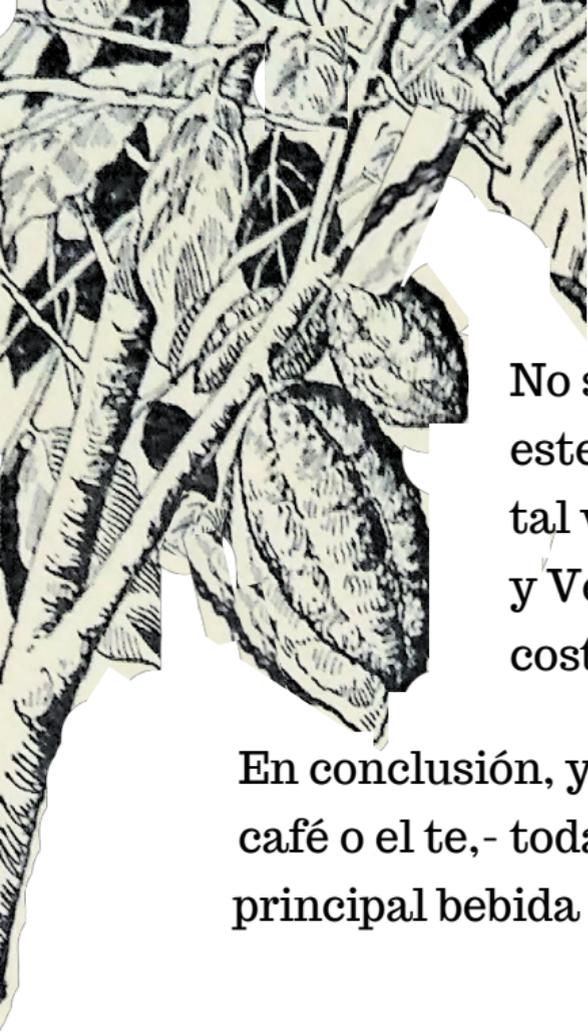
www.chaves-pintor.com

Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional License.



Antecedentes

Los viajeros extranjeros que recorrieron el territorio antioqueño describieron con detalle la inmensa satisfacción que producía al campesino antioqueño el consumo de una taza de chocolate, verdadero placer en medio de una vida llena de trabajo y privaciones.



No se trata entonces como se ha dicho, que este consumo fuera sólo de las clases altas tal vez como lo sugiere José María Vergara y Vergara en *Las tres tazas*, el texto costumbrista bogotano.

En conclusión, ya desde el siglo XIX el chocolate y no el café o el te,- todavía no se producían gaseosas-ya era la principal bebida de consumo en el territorio antioqueño.



Ya entrado el siglo XX, el proceso económico antioqueño se vió fortalecido por los mayores ingresos provenientes del café y la minería, ingresos que también llegaron a las familias campesinas, y a las mujeres asalariadas que trabajaban en la trilla del café y en la naciente industria textil.



La existencia de la demanda interna local permitió que las industrias de bebidas y alimentos pudieran prosperar, y de paso, dar impulso a la actividad publicitaria local, que a partir de los años veinte fue creada por los artistas locales como Humberto Chaves y Luis Eduardo Vieco. Sólo después de 1930 se consolidaron las agencias de publicidad.



El proceso de elaboración del chocolate exigía varias etapas que determinaban su calidad: siembra, cosecha, tostado, pelado, molida, y finalmente su moldeado para conservar y preparar.

Con la materia prima disponible localmente, las diferentes fases se hacían de manera manual y doméstica, lo que daba como resultado una gran heterogeneidad del producto final.



De todos los procesos fue la molienda el que introdujo la posibilidad de producirlo en mayor escala porque se creyó inicialmente que los molinos mineros podían moler el grano de cacao. Desafortunadamente, no se logró una calidad aceptable. Sólo en 1899 Juan B. Villegas utilizó por primera vez el molino para cacao al fundar la Fábrica de Chocolates La Antioqueña.



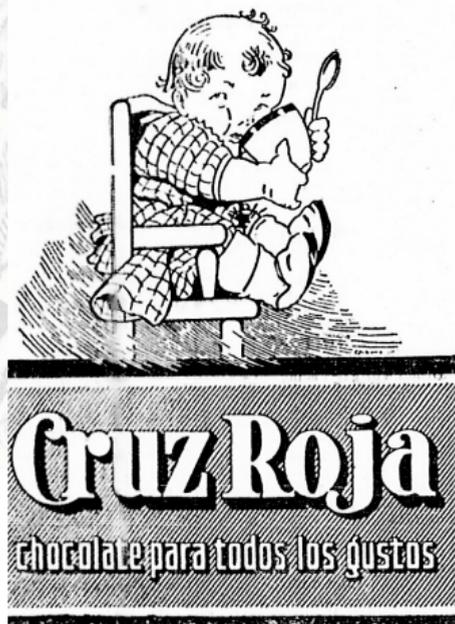
Por lo menos hasta 1920 el chocolate se producía en fábricas pequeñas, hasta que la Compañía de Chocolates Cruz Roja que fue fundada el 12 de abril de 1920 las unificó conservando sus marcas; en 1924 cambió su nombre a Compañía Nacional de Chocolates por acuerdo con la Cruz Roja Internacional.

Santiago Londoño (2002) El arte en la publicidad: Nacional de Chocolates 1920 - 1960, Medellín. Cia. Nacional de Chocolates



Estas eran sus marcas entre 1920 y 1924 :

- Chocolate Cruz Roja
- Chocolate Cardona
- Chocolate San Bernardo
- Chocolate Botero
- Chocolate Yunque y Espuma



Humberto Chaves.
2 de agosto de 1924. El Correo Liberal

An advertisement for Carmona chocolate. The central image is a circular emblem containing two winged figures, likely angels or cherubs, standing and facing each other. The word 'Chocolate' is written in a small font above the brand name 'Carmona', which is in a large, stylized, outlined serif font. Below the brand name, the phrases 'Muy alta su calidad' and 'Muy bajo su precio' are written in small text. Below the circular emblem, the text 'FABRICA DE CHOCOLATES S^{TA} GERTRUDIS' is printed in a bold, sans-serif font. To the right of the emblem, there is a vertical column of text: 'Ha conservado la Supremacía en el Mercado', 'POR SU GUSTO EXQUISITO', 'POR SU BAJO PRECIO', and 'Pedro Luis Londoño e Hijos'.

Ha conservado la Supremacía en el Mercado

POR SU GUSTO EXQUISITO
POR SU BAJO PRECIO

Pedro Luis Londoño
e Hijos

FABRICA DE CHOCOLATES
S^{TA} GERTRUDIS

Humberto Chaves.
15 de abril de 1924 - La Defensa

Estos anuncios firmados por él demuestran que Humberto Chaves hacía la publicidad de estas marcas.



"Esta es una de las piezas publicitarias más antiguas debidas a Humberto Chaves

Sobresale por su dibujo limpio y realista, en el que una pareja aparece inscrita en un círculo oscuro que atrae la atención hacia el chocolate con una escena rural al fondo. La afectada postura de la mano femenina con la taza puede entenderse como un esfuerzo por darle elegancia al consumo de la bebida. El nombre de la empresa, inscrito en una cinta ondulada, sirve para anclar la composición y el mismo tiempo darle dinamismo" Londoño (2002) p. 76



Humberto Chaves
Aviso para Chocolate Cruz Roja (fragmento), hacia 1923.
Tinta sobre papel 28 x 24 cms



Se buscaba convencer a los consumidores locales de las bondades de los nuevos productos industriales

En el caso del chocolate no se trataba de asegurar su consumo respecto a otras bebidas dado que ya era la bebida favorita del público, sino demostrar las ventajas del chocolate industrial respecto al elaborado manualmente en casa.

LA CRUZ

(Antes CRUZ ROJA)

Este chocolate se imita en apariencia, pero apesar del aspecto, no es como los muchos que se ven en el mercado. Este es el producto de una elaboración científica y de una inteligente selección de los mejores cacaos, lo que hace que sea muy rendidero e inimitable.

«La Cruz» es un poderoso alimento, rico en vitaminas, exento de impurezas, de un sabor agradabilísimo y especial, por su aroma y alta calidad, para la preparación de confituras. Hay muchos chocolates que se indigestan, que hacen daño. Este nó, porque es un producto sano y nutritivo, fruto de una experiencia de quince años, y que está sometido a complicados procedimientos mecánicos que lo hacen higiénicamente puro e inofensivo. Si Ud. quiere tener la seguridad de tomar el mejor chocolate, exija esta marca, que es una garantía.

TODOS NUESTROS CHOCOLATES LLEVAN CHEQUES.

Compañía Nacional de Chocolates.



10 de abril de 1926 - El Bateo

10 de abril de 1926 - El Bateo

El cambio de nombre representó para la Nacional de Chocolates la necesidad de volver a posicionar su marca, que pasó de llamarse Cruz Roja a ser Chocolate La Cruz. A partir de 1927 se intensifica su publicidad





*Primera campaña de
Humberto Chaves
para
Chocolate La Cruz:
1927 - 1929*



Según Londoño el logotipo de la Compañía Nacional de Chocolates fue diseñado por Humberto Chaves presumiblemente en los años cuarenta, pero comprobamos que fue mucho antes porque ya aparecía en las piezas publicitarias que circularon desde el 15 de marzo de 1927 en El Bateo, tanto en fondo blanco como en fondo negro.



"El lacre, una pasta roja hecha con goma, laca y trementina, se usaba antiguamente para sellar sobres, documentos o paquetes. Con ello se aseguraba la inviolabilidad de la correspondencia y su autenticidad. Bajo este concepto de tradición, confiabilidad, calidad de origen y seguridad, Chaves diseñó este logo de la Compañía, que se convirtió en símbolo de respaldo para todos sus productos". Londoño (2002) p.103



La campaña más importante para Chocolate La Cruz fue obra de Humberto Chaves, quien en ese momento se desempeñaba como Director de la Escuela de Pintura y Escultura de Bellas Artes y era un destacado retratista.

Para la época el maestro Chaves atendía además la publicidad de Coltabaco, Cervecería Libertad, y los productos de LUA y El Confortativo Salomón, entre otros.



La campaña está compuesta por 13 motivos que aparecieron repetidamente desde marzo de 1927 hasta noviembre de 1929, en periódicos como El Bateo, El Herald de Antioquia, La Defensa, El Colombiano, El Correo de Colombia, y las revistas Sábado, "Letras y Encaje"s y Progreso, asegurando un amplio cubrimiento en todos los sectores sociales.



Según Londoño (2002) pp.78-79, desde el punto de vista gráfico los anuncios de esta campaña tienen la característica de equilibrar el peso visual de la ilustración con el del texto y describen situaciones que eran cotidianas para el público, e insistían en presentar como normal el consumo del chocolate más allá de la mesa doméstica.

En La Cama

Después de un sueño tranquilo y reparador, el cuerpo necesita de alimento. Y es una satisfacción tomar en esos momentos una deliciosa taza de chocolate La Cruz. El alimento más sano, agradable y nutritivo.

A la cama haga que le lleven
chocolate **LA CRUZ**



27 de octubre de 1927 - El Heraldo de Antioquia

En Navidad.

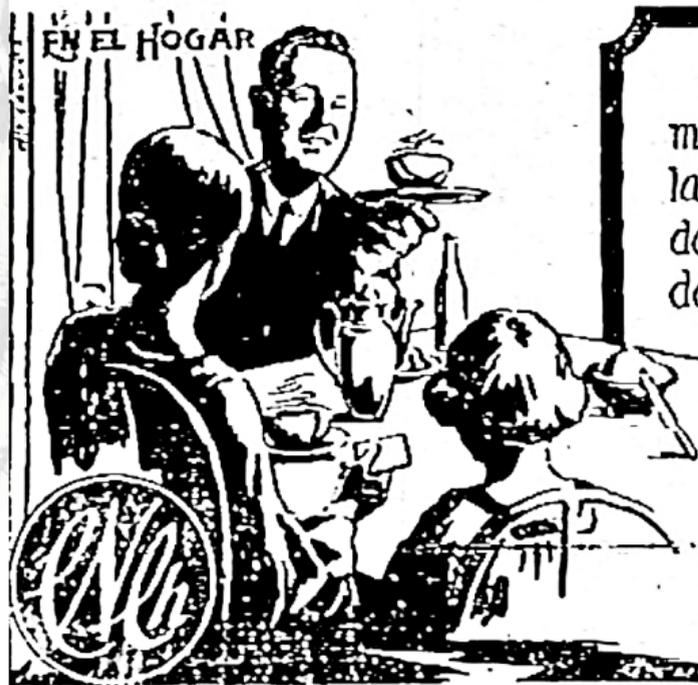
La noche
alegre de la chiquillería!
Y cómo goza ésta senta-
da a la mesa tomando
chocolate. LA CRUZ!
El alimento más sano,
agradable y nutritivo.



En Navidad, déle a sus niños chocolate

LA CRUZ

15 de marzo de 1927 - El Bateo



La mesa está servida, grita, más que dice, la sirvienta. Humean las viandas y de entre la variedad apetitosa de postres y bebidas, se destaca la taza fragante de chocolate LA CRUZ, el alimento más sano, agradable y nutritivo.

En el hogar no debe faltar chocolate

LA CRUZ



La campaña que invitaba a consumir chocolate en varios escenarios, y destacaba desde la intimidad del hogar y el cuarto, o las fiestas navideñas, hasta sitios donde se congregaba la élite como el teatro, el club y el hotel con ilustraciones que destacaban el refinamiento.



En la intimidad.

La alegre charla
intima se anima entre
sorbo y sorbo de espumoso
chocolate **LA CRUZ**. El
alimento más sano, agra-
dable y nutritivo.

Atienda a sus amigas con chocolate

LA CRUZ



6 de octubre de 1927 - El Heraldo de Antioquia



*A la salida
del teatro.*

Después de las fuertes emociones, viene el cansancio. El cuerpo necesita reposar y fortalecerse. Como cae de bien entonces una aromosa taza de chocolate. **LA CRUZ**, el alimento más sano, agradable y nutritivo.

*A la salida del teatro
exija que le sirvan chocolate* **LA CRUZ**





En el hotel.

Pasan y pasan los platos
sólo hace falta el grato plato ho-
gareño y la apetitosa taza de
chocolate LA CRUZ, el alimento
más sano, agradable y nutritivo.

*En el hotel, exija que
le den chocolate*

LA CRUZ

7 de octubre 1927 - El Colombiano

En el Club.

El baile se anima y la elegante música del vals vuela sugestiva por los amplios salones. Pero hay necesidad de fortalecer el cuerpo. Para fortalecerlo deleitosamente, nada mejor que una espumosa taza de chocolate **LA CRUZ**, el alimento más sano, agradable y nutritivo.



*en el Club pida que le
sirvan un chocolate*

LA CRUZ

25 de octubre de 1927 - El Colombiano



El espíritu viajero de los antioqueños quedó bien representado en estos anuncios que sugerían el consumo del Chocolate La Cruz durante el viaje en tren o en barco, en las excursiones y hasta en las obras de la carretera al Golfo de Urabá recibía todo el impulso para su construcción en esa época, mientras la prensa de la época decía "Al mar, al mar".



Después de la ruda jira
a caballo y al lado de la fuente
que canta, nada más delicioso que
una apetitosa taza de chocolate
LA CRUZ, el alimento más
sano, agradable y nutritivo.

Al paseo no olvide llevar chocolate

LA CRUZ



8 de octubre de 1927 - El Heraldo de Antioquia

EN LA CARRETERA AL MAR.

Alegres grupos de turistas, después de visitar los trabajos de la Carretera, en pleno prado, se deleitan tomando chocolate LA CRUZ. El alimento más sano, agradable y nutritivo.

A la Carretera Al Mar
Lleve chocolate

LA CRUZ



11 de diciembre de 1927 - El Heraldo de Antioquia



En la excursión.

Llega la hora del descanso y del "tente en pie" y entonces, nada que asiente tan bien como una aromosa taza de chocolate LA CRUZ. El alimento más sano, agradable y nutritivo.

*Para la excursión
no olvide llevar chocolate*

LA CRUZ

5 de noviembre de 1927 - El Heraldo de Anioquia

En el campo.

El aire saludable y la alegría del campo abren el apetito. Para calmarlo agradablemente, nada como una fragante taza de chocolate LA CRUZ, el alimento más sano, agradable y nutritivo.



Para el campo, lleve
chocolate

LA CRUZ

17 de septiembre de 1927 - El Heraldo de Antioquia

Jadea el barco y su quilla
rompe la onda sonora. Sofoca
el calor. Para calmarlo
no son las bebidas heladas,
las indicadas, son las
calientes. Entonces se
pide chocolate
LA CRUZ.
El alimento más sano,
agradable y nutritivo.

En el barco.



En el barco exija que le den chocolate **LA CRUZ**

13 de marzo de 1927 - El Heraldo de Antioquia

El continuo traquéteo del tren fatiga y llega un momento en que hay necesidad de pasar al carro restaurante. Fortalezcámonos entonces con una deliciosa taza de chocolate **LA CRUZ**, el alimento más sano, agradable y nutritivo.

En el
tren



En el tren debe exigirse

chocolate **LA CRUZ**

5 de noviembre de 1927 - El Heraldo de Antioquia





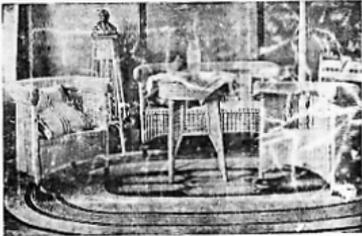
*Segunda campaña de Humberto Chaves
para
Chocolate La Cruz:
1928 - 1929*

Las rifas han sido un mecanismo comercial por excelencia y no podía faltar para un producto doméstico y popular como el Chocolate La Cruz.

Bajo otra lectura, deja ver objetos inusuales para una rifa como el cuadro del Sagrado Corazón de Jesús que no podía faltar en la sala de los hogares antioqueños, o una lámpara en un momento en que ya se ofrecían nuevas urbanizaciones con servicio de energía eléctrica.

Rifas La Cruz

Algunos de los premios de la rifa para el 31 de Mayo de 1929. 14 premios



Parte del juego de muebles. Primer premio.
Por 2 envolturas de chocolate LA CRUZ, damos una boleta



Lámpara eléctrica.
Séptimo premio.



Escritorio de hierro.
Sexto premio.



Reloj.
Tercer premio.



20 x 100
Segundo premio.

NACIONAL  **de CHOCOLATES**

6 de febrero de 1929
El Heraldo de Antioquia



El anuncio "Aroma que embriaga" fue publicado más de 200 veces a partir del 14 de enero de 1928, y su dibujo reutilizado en nuevos anuncios para Chocolate Cruz y otras marcas, tal vez el anuncio publicitario más visto por los antioqueños.

A pesar de esta gran presencia y de estar firmada por Humberto Chaves, Santiago Londoño dice que es anónima y que apareció hacia 1940 Londoño (2002) p. 166.



¡Qué golosina!

La piña incitete, la naranja puposa y dulce, las pes quetas y de harina y el queso cremoso son el complemento de la taza fragante de espumoso

Chocolate La Cruz para el más rico y agradable desayuno. Conforta deleitando.

Siempre Sabroso

Cia. Nacional de Chocolates



8 de diciembre de 1927 - Progreso



Aroma que embriaga

Es un aroma que embriaga y que abre el apetito el que se desprende de una taza de

Chocolate La Cruz

el desayuno más delicioso

Qué fragancia

la de este rico alimento, encanto del paladar.

Siempre Sabroso

Cia. Nacional de Chocolates



14 de enero de 1928 - El Bateo



En la mañana

De la blanca taza de porcelana se desprende el humillo oloroso e incitante del

Chocolate La Cruz

En las copas, el jugo de naranja invita, brilla la mantelería y los panes esponjosos perfuman el aire. Está servido el desayuno. El desayuno ideal por su pureza y su sabor exquisito

Tómelo

Siempre Sabroso

Cia. Nacional de Chocolates



27 de mayo de 1929 - El Heraldó de Antioquia



Nueva moneda

Por las envolturas de los chocolates, La Cruz, San Bernardo, Carmona o Gladiador le damos articulo los de novedad

en el Almacén La Cruz

no bote su dinero a la calle. Recoja estas envolturas y surta su cocina y comedor

gratuitamente. Carabobo 271 y 272

Siempre Sabroso

Cia. Nacional de Chocolates



27 de marzo de 1929 - El Bateo



Desayuno ideal.

La copa de naranja dulce y sabrosa, y la taa de fragante, espumoso y caliente

Chocolate La Cruz

son el desayuno ideal por su gran poder alimenticio y su agradabilidad exquisita.

Tómelo

Siempre Sabroso

Cia. Nacional de Chocolates



8 de diciembre de 1927 - Progreso



Qué delicioso bocado!

Un pan caliente, oloroso y delicioso, cubierto de mantequilla; una tajada de queso y una taza de espumoso, fragante y puro

Chocolate La Cruz

es el bocado más delicioso.

Tómelo

Siempre Sabroso

Cia. Nacional de Chocolates



8 de mayo de 1929 - El Heraldo de Antioquia



MIRA!

Mira! Fue el encanto de mis abuelos, la delicia de mis padres y hoy es tu golosina.

Tómalo siempre porque el

Chocolate La Cruz

además de ser el desayuno más agradable, da fuerzas y prepara al organismo para un día alegre.

Cia. Nacional de Chocolates



13 de mayo de 1929 - El Heraldo de Antioquia

Un buen
desayuno
es un día
de trabajo alegre.



Un buen desayuno prepara el organismo para las tareas
cotidianas. Empezar el día fortaleciéndose y en salud ganará y
su trabajo se hará menos fatigoso.

Desayúnese con Chocolate La Cruz,

el alimento más sano y agradable y el de mayor valor nutritivo
y sus tareas diarias se harán menos molestas y su organismo
ganará en energías y actividad.

No vacile. Ahora mismo hágase a una boleta.

Cía. Nacional de Chocolates

Marzo de 1928 -
Revista Letras y Encajes

Este anuncio de Humberto Chaves muestra una campesina antioqueña con sus trenzas y pañoleta, imagen que nunca representó la publicidad importada

La misma imagen ya se había usado para la publicidad de la Cooperativa Comercial de la que hacía parte la Compañía Nacional de Chocolates..



16 de junio de 1928 - Progreso

El realismo y el detalle de este anuncio muestra una de las características de la publicidad de Humberto Chaves: el producto siempre se presenta en un contexto, la ilustración cuenta una historia llena de sutilezas..

En la caligrafía, Chaves fue el primero en utilizar el signo de cierre de admiración, introduciendo una asimetría que se volvería común en los años treinta





Los niños
Los niños necesitan un desayuno sano y nutritivo. Déles
CHOCOLATE LA CRUZ
Para ellos es una golosina y un poderoso creador de energías.
COMPAÑIA NACIONAL DE CHOCOLATES



Este anuncio aparecido el 2 de marzo de 1928 en El Bateo, y repetido todo ese semestre, llama la atención porque parece ser anterior al juego sofisticado de luces y sombras que ya estaban presentes en sus anuncios.



La publicidad debía vender la idea de la superioridad del chocolate de origen industrial como La Cruz, sobre el que se preparaba en casa, por ello surgieron argumentos como la mayor higiene, la facilidad de la preparación, y cada vez con más insistencia los criterios científicos que destacaban su valor nutricional. En la imagen derecha las figuras en perspectiva sugieren los pesos relativos de cada alimento.

LA CRUZ

Valor nutritivo, en unidades, de los mejores alimentos.

Chocolate La Cruz 2.651 unidades
 Frijoles 1.807 unidades
 Huevos 1.110 unidades
 Carne 1.080 unidades

POR SOBRE TODOS

Del análisis hecho por el Dr. Enrique Ehrensperger, de los alimentos más usados en Antioquia se desprende:

Que la carne contiene 1.080 unidades alimenticias por kilogramo, 1.110 los huevos, 1.807 los frijoles y 2.551 el chocolate La Cruz.

El chocolate La Cruz según este análisis está por sobre todos, lo que da la razón a las que prefieren esta rica bebida a los demás alimentos.

Tómelo en su desayuno, no lo olvide en su medianañana, acostúmbrelo como sobremesa, no lo reemplace por nada en su algo y nunca meriende otra cosa.

Siempre sabroso

Cia. Nacional de Chocolates

26 de agosto de 1929 - El Heraldo de Antioquia

Alimentos importantes

■■■■■ CARNE - 1080
 ■■■■■ HUEVOS - 1110
 ■■■■■ FRIJOLES - 1807
 ■■■■■ QUESITO - 2085
 ■■■■■ CHOCOLATE LA CRUZ - 2551

Del análisis hecho por el Dr. Enrique Ehrensperger de los más importantes alimentos usados en Antioquia, se desprende que el chocolate La Cruz es el más rico en unidades alimenticias, pues contiene por cada kilogramo 2551 unidades, 2085 el queso, 1807 los frijoles, 1110 los huevos y sólo 1080 la carne.

El Dr. Ehrensperger dice que el alimento ideal es aquel que contiene albúmina, grasa e hidratos de carbono. El chocolate La Cruz es el alimento ideal, porque en él se encuentran reunidas estas sustancias, base de la más completa alimentación.

CIA NACIONAL DE CHOCOLATES

20 de noviembre de 1928 - El Correo de Colombia



*Evolución
De Chocolate La Cruz
a
Chocolate Cruz*



Con este anuncio de Humberto Chaves se inicia la era de una de las marcas más reconocidas en Colombia: **Chocolate Cruz.**

Publicado el 30 de diciembre de 1929 en El Bateo, la nueva marca se anuncia justo cuando acababa de producirse la llamada gran crisis de 1929 que tuvo consecuencias a nivel mundial



"Un famoso ejemplo de la creación de una imagen empresarial y una memoria colectiva entorno a ella es el logotipo del Chocolate Cruz... creado en la década de 1930 por Humberto Chávez (sic) se ha mantenido como la imagen de uno de los productos más emblemáticos de la Nacional de Chocolates, haciendo parte de la memoria de la memoria popular colombiana, hasta la actualidad".

Garzón Ruiz, Elsa Lucía (2014). *Industria, sociedad y arte. La modernidad en la publicidad de la Nacional de Chocolates*. Bogotá. Pontificia Universidad Javeriana. p.33-34



Conclusiones

- Los años veinte fueron para la región antioqueña una época irrepetible por el gran dinamismo económico, el cambio de las costumbres y la llegada de la modernidad representada en la llegada de nuevos productos, que gracias a la publicidad acertada consolidaron el sector manufacturero de alimentos y bebidas.



- El Chocolate La Cruz fue el producto insignia de la Compañía Nacional de Chocolates entre 1925 y 1929, año cuando la marca se transformó en Chocolate Cruz, a su vez el producto más importante de la compañía durante un siglo.



- Ya desde los años veinte se dió un impulso a la actividad publicitaria racional y organizada como lo prueban estas campañas para el Chocolate La Cruz, con unidad temática y visual, dirigidas a segmentos de mercado diferenciados según las publicaciones. Podría decirse que tuvieron un énfasis pedagógico ya que debían dar a conocer los nuevos productos, sus características y la manera de usarlos.



- Humberto Chaves, maestro pintor, director de la Escuela de Pintura y Escultura del Instituto de Bellas Artes de Medellín, fue el diseñador del logo y autor de los anuncios publicitarios para el Chocolate La Cruz, y posteriormente el Chocolate Cruz; la presencia de su trabajo publicitario es tal que a título individual ha sido el principal publicista antioqueño de todos los tiempos.



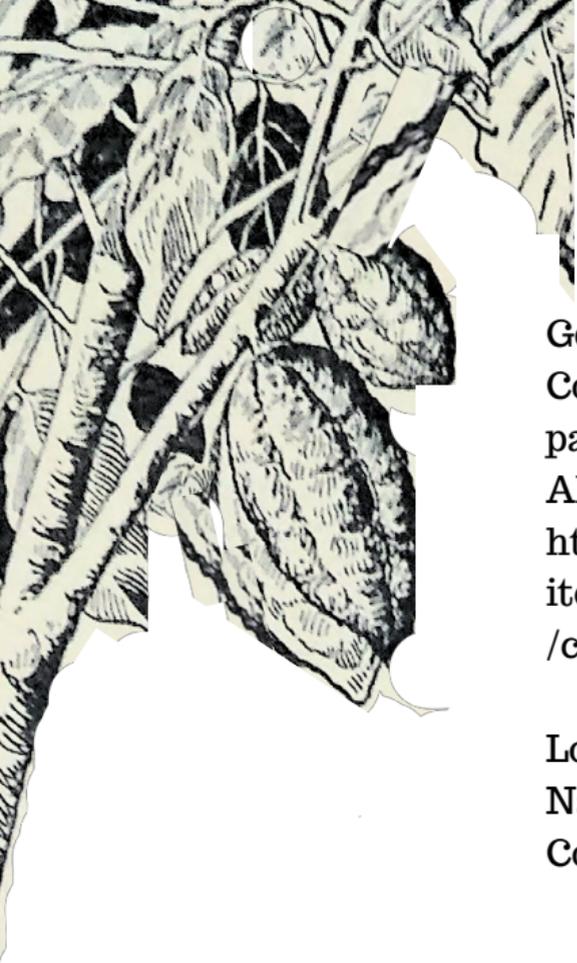
Bibliografía

Aristizábal, L. H. (1988). Las tres tazas ; "De Santafé a Bogotá, a través del cuadro de costumbres".

Boletín Cultural Y Bibliográfico, 25(16), 61-79. En:
https://publicaciones.banrepcultural.org/index.php/boletin_cultural/article/view/2794

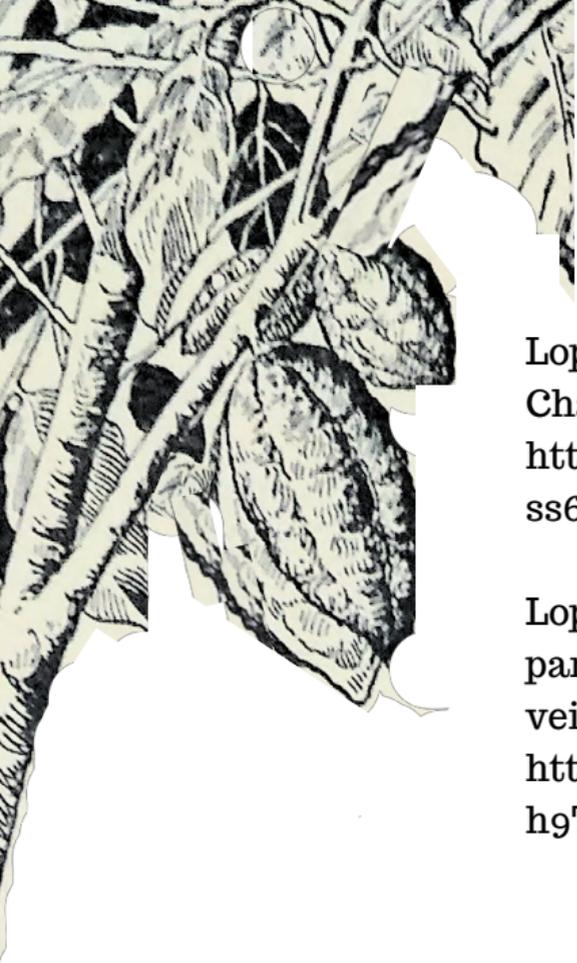
Garzón Ruiz, Elsa Lucía (2014). Industria, sociedad y arte. La modernidad en la publicidad de la Nacional de Chocolates. Bogotá. Pontificia Universidad Javeriana. En:

<https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/18662?locale-attribute=it>



Gómez P.,Rodrigo; Porras M., Julian David (2007) Compañía de Chocolates Cruz Roja Un caso particular de una costumbre santafereña Bogotá. Alcaldía Mayor. En:
https://archivobogota.secretariageneral.gov.co/sites/default/files/documentos_secretaria_general/chocolates.pdf

Londoño, Santiago (2002) El arte en la publicidad: Nacional de Chocolates, 1920 - 1960. Medellín. Compañía Nacional de Chocolates.



Lopera Chaves, María Teresa (2020) Humberto Chaves y la imagen identitaria 1920 - 1935. En: <https://drive.google.com/file/d/1bmivCZC5W--ss6mxc-pvY-BRDWJWbhcu/view>

Lopera Chaves, María Teresa (2023) Las mujeres: ser, parecer y aparecer según la publicidad en los años veinte. En: <https://drive.google.com/file/d/1p4orNdVzpGRldNleDhgT2J8uPQwew7qX/view>



Chaves Vive!

Pintor - Diseñador Gráfico - Publicista



Humberto Chaves Cuervo In Memoriam www.chaves-pintor.com