



LA PATRIA PORTÁTIL

100 YEARS OF MEXICAN CHROMO ART CALENDARS

Portada:
Grandeza Azteca (detalle)
Jesús de la Helguera
1965
Cromolitografía
Col. Galas de México S.A.

Cover:
Aztec Greatness (portion)
Jesús de la Helguera
1965
Chromolithograph
Galas de México S.A. Col.

P. 2:
Compañía molinera
Morelia, Michoacán
ca. 1927
Enrique Díaz-Archivo General de la Nación

Corn Dough Mill
Morelia, Michoacán
ca. 1927
Enrique Díaz-Archivo General de la Nación

P. 4:
Despacho comercial
Ciudad de México
1934
Enrique Díaz-Archivo General de la Nación

Commercial Bureau
Mexico City
1934
Enrique Díaz-Archivo General de la Nación

P. 6:
Stand de la empresa Petróleos Mexicanos
Museo Comercial, Ciudad de México
1939
Enrique Díaz-Archivo General de la Nación

Stand of Mexican Oil State Company
Commercial Museum, Mexico City
1939
Enrique Díaz-Archivo General de la Nación

P. 9:
Rumbera (detalle)
Antonio Gómez R.
1947
Óleo sobre tela
Col. Galas de México S.A.

Rumba Dancer (portion)
Antonio Gómez R.
1947
Oil on canvas
Galas de México S.A. Col.

Esta exposición fue organizada por Museo Soumaya, Ciudad de México y el Mexican Fine Arts Center Museum, Chicago.
This exhibition was organized by Museo Soumaya, Mexico City and the Mexican Fine Arts Center Museum, Chicago.



LA PATRIA PORTÁTIL



100 YEARS OF MEXICAN CHROMO ART CALENDARS





D.R. © 1999 Asociación Carso A.C.
Insurgentes Sur 3500. Col. Peña Pobre. México, D.F.
ISBN: 968-7794-08-9

Primera edición, 1999

Museo Soumaya
Plaza Loreto, Altamirano 46. Col. Tizapán, San Ángel
C.P. 01090 México, D.F.

Hecho en México
Made in Mexico

El título de patria es todavía el título bajo el que se archivan los paisajes, imágenes, sabores, ambientes e historias que habitan una geografía y conforman un conjunto de costumbres y tradiciones. Una palabra que designa a un lugar de nacimiento, pero que sobre todo se refiere al ancho mundo por el que viajan un idioma y una cultura compartidos y recreados por diversas gentes. Un sentido de pertenencia que se lleva cuerpo adentro; la casa generosa a la que siempre retornan nuestros recuerdos.

De esa entidad abstracta y cotidiana trata *La Patria Portátil*, una muestra retrospectiva sobre los oficios del calendario impreso y el arte de la pintura de almanaques en el siglo XX mexicano. Una revisión que tiene por objetivo documentar el pasado de un género de la propaganda comercial que terminó por convertirse en una modalidad de nuestro arte costumbrista y en una extrema expresión de nuestro nacionalismo.

Seductores papeles impresos, las cromolitografías de los calendarios recorrieron la república entera con sus "utopías a domicilio", como ha descrito las obras de Jesús de la Helguera el escritor Carlos Monsiváis. Los héroes y los símbolos, la tradición y el espíritu de progreso, la sensualidad de las fiestas y los cortejos, la fe popular, se plasmaron y se volvieron estereotipo en estas obras multiplicadas en miles de ejemplares. Como parte del intercambio cultural entre dos países vecinos, se entreveraron a la estética y las imágenes procedentes de los Estados Unidos y acompañaron el éxodo de los mexicanos que hicieron de esta nación su segundo hogar.

La exposición *La Patria Portátil* es un álbum de las escenas idílicas que en esta centuria decoraron casas, oficinas, expendios comerciales, a la vez como registro del transcurso de los días y como prueba de la permanencia del tiempo mexicano.

A partir de la valiosa colección de pinturas e impresos que conserva Galas de México, S. A., –la compañía litográfica que fuera la más importante fábrica de cromos en el siglo XX– y con la colaboración especial de la imprenta Lito Offset Latina y de otros coleccionistas particulares, el Mexican Fine Arts Center Museum y Museo Soumaya han organizado esta serie de exposiciones itinerantes por Estados Unidos y México, en las que se muestran obras originales que jamás habían traspuesto los límites de los talleres donde fueron realizadas por sus autores.

Nuestra intención es recuperar y comprender el sostenido coloquio que, por décadas, han sostenido los mexicanos de cualquier lugar con estas imágenes; cromos calendáricos que sobrevivieron a la desaparición de su oficio y fueron más allá de las modas o productos de las que fueron anuncio.

Quiero reconocer y agradecer el entusiasmo, el trabajo y el talento de quienes han hecho posible y han dado forma a este proyecto, así como a todos aquellos que de distintas maneras lo han apoyado. Exposición peregrina, la próxima estación de *La Patria Portátil* es el lugar al que, a través de sus miradas o recuerdos la quieran llevar sus visitantes.

Soumaya Slim Domit
Directora
Museo Soumaya
Ciudad de México

Motherland is the term under which landscapes, images, flavors, environments and stories, which inhabit a particular geography, shape a group of customs and traditions. It's a word which defines a place of birth, but most of all it refers to the wide world throughout which a language and a culture travel, shared and recreated by diverse peoples. It's a sense of belonging that dwells within the body and a generous home to which our memories always return.

La Patria Portátil is about this abstract and daily entity, a retrospective exhibition regarding the different uses of the printed calendar and the artwork of almanac paintings during the Mexican 20th Century. The objective of this re-examination is to document the past of a genre of commercial advertising that became a feature of our folk art and an extreme expression of our nationalism.

As captivating printed papers, the chromolithographies of the calendars traveled all around Mexico with their "home delivered utopias," just like writer Carlos Monsiváis has described the art of Jesús de la Helguera. Heroes and symbols, the tradition and the spirit of progress, the sensuality of the festivities and the courtship, and the popular faith were depicted and became a stereotypes in these works reproduced by thousands. As part of the cultural exchange between two neighboring countries, these images were interwoven with the aesthetics and original images from the United States, and accompanied the exodus of Mexicans who made this nation their second home.

The exhibition *La Patria Portátil* is an album of the idyllic scenes that decorated homes, offices, and small businesses throughout this century, not only as a record of the passing of the days, but also as a testimony to the permanence of the Mexican time.

This temporary exhibition, which will be shown in the United States and Mexico, comes from the valuable collection of paintings and prints preserved by the lithograph company Galas de México, S.A., once the most important factory of chromes during this century, and from the printing company Lito Offset Latina and other private collectors. The Mexican Fine Arts Center Museum and Museo Soumaya have organized this exhibition, which shows original art works that had never before escaped the walls of the workshops where they were created by their authors.

Our intention is to recover and understand the continuing conversations that for decades, have sustained Mexicans everywhere with these images. These calendar chromes have survived the disappearance of their own purpose and went far beyond the fashions or products which they announced.

I want to recognize and am grateful for the enthusiasm, work and talent of those who have made possible and have given form to this project, and I also thank all those who, in one way or another, have supported it. The next destination of *La Patria Portátil*, a traveling exhibit, is the place that its visitors, through their gazes or memories, will want to carry with them.

Soumaya Slim Domit
Directora
Museo Soumaya
Ciudad de México



Una de las mejores cosas en relación a la muestra *La Patria Portátil* es que ilustra claramente la filosofía artística del Mexican Fine Arts Center Museum (MFACM), la cual considera que la cultura mexicana es una cultura "sin fronteras". Continuamente, muchos de los líderes políticos y culturales de México tratan a los mexicanos de Estados Unidos como seres extraños e inferiores, en lugar de mirarnos como hermanos y hermanas que viven al cruzar una frontera política. Al mismo tiempo, muchos de los líderes políticos y culturales de Estados Unidos tratan a los mexicanos de México de la misma manera. Esta exposición muestra verdaderamente lo absurdo de estos llamados líderes en ambos lados de la frontera. ¡Todos somos mexicanos! Si, somos diferentes. ¿Pero acaso no lo son los mexicanos que viven en la ciudad de México de los de Veracruz, Tijuana o Tepic? Claro que lo son. Entonces, ¿por qué no pueden ser diferentes los mexicanos de Estados Unidos de los mexicanos de México? Sin embargo, aunque aún existan diferencias entre todos los mexicanos, estamos relacionados culturalmente. La Mexicanidad no termina una vez que un mexicano cruza la frontera.

EL MFACM tuvo el privilegio de ser el co-organizador y primer anfitrión de *La Patria Portátil*, en la que pudimos ver de primera mano la magia cultural de esta muestra. Disfrutamos las escenas de los padres y los abuelos enseñando un calendario en particular a los miembros más jóvenes de sus familias y relatando un hermoso recuerdo relacionado con esa imagen.

Las extraordinarias obras de arte que se incluyen en esta exposición son imágenes que han ayudado a crear la psique cultural de todos los mexicanos. Ningún mexicano puede ver estos maravillosos calendarios sin sentirse transportado a algún lugar de su vida, al revivir una experiencia en especial.

Al entrar al nuevo milenio, ¿no sería fantástico que esta exposición, en su muy sencilla manera, mostrara a los mexicanos en ambos lados de la frontera que tenemos una conciencia cultural colectiva? Piensen en lo que los mexicanos de ambos lados podrían lograr a favor de todos los mexicanos, si todos trabajamos juntos para promover y honrar nuestra única y rica herencia cultural.

No puedo dejar de agradecer a toda las personas que hicieron posible *La Patria Portátil*. Fue un gran placer colaborar con Museo Soumaya. Bajo el dinámico liderazgo de Soumaya Slim Domit, Museo Soumaya está probando ser un museo único. El curador de la muestra Alfonso Morales, es verdaderamente una de las figuras culturales de México más sorprendentes. Ana Elena Mallet, el perfecto enlace para la exposición en Museo Soumaya es una maravillosa organizadora. En el MFACM, los miembros clave del personal que trabajaron en el proyecto, Cesáreo Moreno, Raquel Aguiñaga y Rebecca D. Meyers hicieron, como de costumbre, un fantástico trabajo.

Carlos Tortolero
Director Ejecutivo
Mexican Fine Arts Center Museum
Chicago, Illinois

One of the best things about *La Patria Portátil* exhibition is that it clearly illustrates the Mexican Fine Arts Center Museum's (MFACM) artistic philosophy that the Mexican culture is a culture "Sin Fronteras." Too often, many of Mexico's cultural and political leaders treat Mexicans in the U. S. as inferiors and as strangers instead of looking at us as brothers and sisters who live across a political border. At the same time, too many Mexican cultural and political leaders in the U.S. treat Mexicans in Mexico in the same manner. This exhibition truly shows the foolishness of these so-called leaders on both sides. We are all Mexicans! Yes, we are different. But aren't Mexicans who live in Mexico City or Veracruz or Tijuana or Tepic different from one another? Of course, they are. So why should the Mexicans in the U.S. not be different from Mexicans in Mexico? Yet, while there are differences among all Mexicans, we are culturally bound. Mexicanidad does not end once a Mexican crosses the border.

The MFACM was privileged to be the co-organizer and first venue for *La Patria Portátil*, and we saw first hand the cultural magic of this exhibition. We enjoyed scene after scene of parents or grandparents pointing to a particular *calendario* and relating to younger members of their families a beautiful memory based on that icon. The wonderful works of art in this exhibition are images that have helped form the cultural psyche of all Mexicans. No Mexican can see these marvelous *calendarios* without being transported back to some place in his/her life and remembering a special experience.

As we enter a new millennium, wouldn't it be fantastic if this exhibition, in its own small way, could show Mexicans on both sides of the border that we have a collective cultural consciousness? Think of what Mexicans on both sides of the border could accomplish for all Mexicans, if we all worked together to promote and honor our unique and rich cultural heritage and created a Mexican political and social agenda.

I would be remiss if I didn't thank all of the people who made *La Patria Portátil* possible. It was a real pleasure collaborating with Museo Soumaya. Under Soumaya Slim Domit's dynamic leadership, Museo Soumaya is proving to be a unique museum. The curator of the exhibition, Alfonso Morales, is truly one of Mexico's most amazing cultural figures. Ana Elena Mallet, the point person for the exhibition at the Museo Soumaya, is a marvelous organizer. At the MFACM, the key staff members who worked on the project, Cesáreo Moreno, Raquel Aguiñaga and Rebecca D. Meyers did their usual fantastic job.

Carlos Tortolero
Executive Director
Mexican Fine Arts Center Museum
Chicago, Illinois



Latino Museum of History, Art and Culture (TLM) se encuentra en la ciudad de Los Ángeles, hogar de la más grande concentración de mexicanos que viven fuera de México. Con esta exposición TLM refuerza su misión de presentar exposiciones y programas que celebran las aportaciones artísticas, históricas y culturales de los latinos en América, aumentando el conocimiento y la apreciación del público sobre el legado cultural latinoamericano. *La Patria Portátil* tiene especial importancia para mí porque despierta mis memorias de la infancia, intimamente relacionadas con muchas de estas imágenes de calendario. Sin duda, también estimulará a los angelinos y al gran público del sur de California que visitará esta exposición.

Los antepasados de los mexicanos y chicanos que viven en los Estados Unidos provienen de una fuerte tradición museística. La población general de México vive en armonía con el mundo moderno, las antiguas pirámides, los sitios históricos nacionales, las instituciones culturales y una amplia variedad de museos, en tanto que en los Estados Unidos existen pocos museos latino/mexicanos que promuevan esta cultura. Por lo mismo, estos calendarios de época fueron la conexión cultural más asequible y tangible de México en los Estados Unidos. A la fecha, una vez que los chicanos y mexicanos colocan el *Guerrero Azteca* de Jesús Helguera o el calendario de *¡Oh! Patria mía* en la recámara o en la cocina, el uso de las paredes se modifica para dar lugar a un pequeño museo hogareño. En los restaurantes, salones de belleza, panaderías y mercados de *East Los* (Este de Los Ángeles), es frecuente encontrar calendarios impresos colgados en la pared, a la vista de los clientes. Estos calendarios se encuentran normalmente cerca de la caja registradora, mostrando el fulgor del Guerrero Azteca, evocación del Apolo helénico de una escultura antigua.

De niña, recuerdo haber visto muchos de estos calendarios con tema indígena en los altares que las mujeres tenían en su casa. Al parecer les traían buena suerte a las curanderas del Este de Los Ángeles.

Al inicio de los años sesenta los chicanos tomaron y reciclaron estas imágenes prehispánicas y coloniales, del Guerrero Azteca a la Virgen de Guadalupe, en murales pintados en espacios públicos, en el atuendo y en los *Low Raiders* (los automóviles arreglados y decorados). Este movimiento de arte popular se desarrolló simultáneamente en los movimientos relacionados con el Chicano Muralist Fine Arts Collaborative de ese tiempo.

De manera general, los chicanos y mexicanos que viven en los Estados Unidos han creado conciencia de la necesidad de acceder a los foros principales de la cultura americana, sin dejar de lado el esfuerzo por conservar su legado cultural mexicano. Por lo tanto, estos calendarios los proveyerán con imágenes congeladas de los nativos mexicas en Tenochtitlan, las fiestas, bailes y jaripeos que aún viven y se celebran en nuestros muros, coches, camisetas, murales y tatuajes, e incluso en las pantallas y los *mousse pads* de nuestras computadoras.

Como directora de Latino Museum of History, Art and Culture, es para mí un gran placer presentar *La Patria Portátil—The Portable Motherland*. Deseo agradecer al Mexican Fine Arts Center Museum y a Museo Soumaya, de la ciudad de México, así como a Galas de México, S.A., por haber hecho realidad este proyecto. La muestra se hizo posible gracias al generoso apoyo del Department of Education for the Latino Heritage Resource Center del estado de California. Asimismo, expresamos nuestro reconocimiento al Bank of America.

Denise Lugo
Directora y Curadora en jefe
Latino Museum of History, Art and Culture
Los Ángeles, California

The Latino Museum of History, Art and Culture (TLM) is located in the City of Los Angeles home to the largest concentration of Mexicans living outside of Mexico. With this exhibition, TLM supports its mission of presenting exhibitions and programs that celebrate the historical, artistic and cultural contributions of Latinos in America, enhancing the public's knowledge and understanding of the Latin American cultural legacy. *La Patria Portátil* has particular importance to me because it awakens childhood memories that are interlaced with many of these calendar images. It will undoubtedly also stimulate *Angelenos* and the greater Southern California public who view this exhibition.

Forefathers of the Mexicans, Mexican-Americans and Chicanos/as, living in the United States, come from a strong Mexican museum tradition. The general populace in Mexico lives in harmony with the modern world, the ancient pyramids, national historical sites, cultural institutions and a wide range of museums, whereas in the United States, there are few Mexican/Latino museums that promote this culture. Moreover, these vintage Mexican calendars were the most obtainable and tangible cultural connection to Mexico in the United States. Even today, once Chicanos/as and Mexicans place a Jesús de la Helguera Neoclassical styled *Aztec Warrior* or *Oh! Patria Mía* calendar, on a simple kitchen or bedroom wall, the wall's usage changes and evolves into a *home museum space*. It is not unusual to go to *East Los* (East Los Angeles) restaurants, beauty shops, bakeries and *Mercados* and find several vintage calendars taped to the wall, to be easily viewed by the customers. These calendars are usually found near the cash register, depicting Aztec Warriors that recall a Hellenistic Apollo sculpture of the past.

As a child, I remember seeing many of the indigenous themed vintage calendars on "Women's Home Altars." It appears that they brought good luck to the *Curanderas* of East Los Angeles.

Starting in the late 60's, the Chicanos/as borrowed and recycled these Pre-Columbian and Colonial images from the Warrior to the Virgin of Guadalupe, on public arts murals, clothing and "Low Riders" (Show Cars). This popular art movement developed simultaneously with the Chicano Muralist Fine Arts Collaborative movements of this time period.

Generally speaking, Chicanos/as and Mexicans who live in the United States have a marked awareness of the need to fit within mainstream American culture, yet make a conscious effort to retain their Mexican cultural legacy. Hence, these Calendars provide them with frozen images of native *Mexicas* in Tenochtitlan, the fiestas, dances and rodeos that still live and are celebrated on our walls, cars, T-shirts, murals, tattoos, computer screens and mouse pads.

As Director of the Latino Museum of History, Art and Culture (TLM), it gives me great pleasure to present *La Patria Portátil—The Portable Motherland*. I wish to thank the Mexican Fine Arts Center Museum in Chicago and Museo Soumaya in Mexico City, as well as Galas de México, S.A. for making this exhibition a reality. This exhibition is made possible by the generous support of the State of California Department of Education for the Latino Heritage Resource Center. In addition, we gratefully acknowledge Bank of America.

Denise Lugo
Museum Director and Chief Curator
Latino Museum of History, Art and Culture
Los Angeles, California

Agradecimientos

Los organizadores de esta exposición agradecemos la colaboración de las siguientes personas, instituciones, empresas y patrocinadores, sin la cual este proyecto no hubiese sido posible.

Lic. Susana Alduncin
Sr. Juan Antonio Alduncin
Lic. Carlos Hajj, director de Galas de México, S. A.
Ing. Javier Macouzet, gerente de planta de Galas de México, S. A.
Gerardo Pérez
Juan Ayala
Alejandro Chávez Martínez
Luis Montes de Oca
José Luis García Rosales
Rosario Chávez
Mónica Gómez
Tomás Ybarra Frausto
Carmen Tostado
Isabel Quiñónez
Antonio Saborit
Nuria Sadurní
Jesús Sadurní
Armando Bartra
Luis Amendolla
Benito Zamora Arreola
Ignacio Ramírez
Elodia Portal
Ana María Vives
Ing. Marcel González Camarena
Lic. Miguel Velasco Márquez
Felipe de la Torre
Lic. Héctor Cordera
Sr. Juan de Dios Peña Ganot
Emeterio Gómez
Luis López
Javier Rosado
Catherine Milsom
Jorge Lozano
Hugo Bernal
Lilia Martínez Serna
Prof. Ricardo Torres Martínez
Arq. Carlos Velázquez
Ma. Carmen Meléndez
Roberto Valdés

Acknowledgments

The organizers of this exhibition would like to thank the following people, institutions, companies and sponsors, without whose support this project would not have been possible.

Lito Offset Latina
The Rockefeller Foundation
Archivo General de la Nación-Secretaría de Gobernación
Instituto de Investigaciones Estéticas-Universidad Nacional Autónoma de México
Fototeca del Instituto Nacional de Antropología e Historia

Exhibition Funders in Chicago

International Sponsor

TELMEX/ Sprint

Corporate Sponsor

Libby's Kern's All Nectar

Transportation Provided by

American Airlines

The Rockefeller Foundation
Chicago Park District
Chicago Department of Cultural Affairs
Illinois Arts Council
Univision 66
Jewel Osco
A Project Millenium Exhibition

Exhibition Funders in Los Angeles

International Sponsor

TELMEX

Department of Education for the Latino Heritage Resource Center, California.
Bank of America

Exhibition Funder in San Francisco

International Sponsor

TELMEX

THE PORTABLE MOTHERLAND

100 AÑOS DE CALENDARIOS MEXICANOS





La Patria Portátil:
100 años de calendarios mexicanos
The Portable Motherland:
100 years of Mexican Chromo Art Calendars

En siglos anteriores al presente, los calendarios mexicanos fueron una piedra solar o unos cuadernillos impresos compuestos por pronósticos, efemérides, caricaturas y entretenimiento literario. En el siglo XX, época obsesionada con el progreso tecnológico y material, los calendarios se convirtieron en recurso de la publicidad moderna para promover marcas y productos: junto a la cuenta de los meses y días, resplandeció el adorno de los cromos, estampas impresas con técnicas derivadas de la cromolitografía que a lo largo de un año colgaban de las paredes de casas y oficinas.

Con el paso de los años, este popular medio propagandístico se transformó en una corriente subalterna de las artes pictóricas y gráficas mexicanas. Entre los años veinte y setenta de este siglo, cientos de autores y decenas de imprentas se conjugaron para producir las millones de coloridas reproducciones que, regaladas por cortesía de los grandes y pequeños comercios, integraron una suerte de museo ambulante y una entrañable galería del hogar. Por todos los rincones de México circularon las reproducciones impresas de pinturas originales hechas por encargo, en las que la inspiración artística estaba subordinada a las exigencias publicitarias. A través de estos impresos, sin embargo, no sólo se

vendieron cigarros, cervezas, neumáticos, tequilas o electrodomésticos; también se difundió el sueño de un México arcádico e idealizado, la fantástica ilustración de sus mitos, leyendas y deseos.

Herederos del arte costumbrista del siglo pasado, aliados del nacionalismo cultural que desató la revolución y del cine de la época de oro, los cromos calendáricos contienen un amplio catálogo de los juegos y representaciones que los mexicanos del siglo XX realizamos en torno a nuestra identidad nacional. Son, asimismo, un testimonio de nuestros hábitos, poses, novedades y consumos.

La presente exposición organizada por el Mexican Fine Arts Center Museum, de la ciudad de Chicago, y Museo Soumaya, de la ciudad de México, con el valioso apoyo de Galas de México, S. A., tiene el propósito de revisar y documentar la tradición perdida de nuestros pintores de almanques. En esta muestra por primera vez se ofrecen al público pinturas, impresos y fotografías que permitirán sacar del anonimato la obra de autores que han acompañado la intimidad de varias generaciones de mexicanos. Un viaje retrospectivo por la patria dulce y portátil de los cromos.



2

In previous centuries Mexican calendars consisted of a solar stone or small printed booklets with predictions, news, current events, caricatures and literary entertainment. During the twentieth century, an era obsessed with technological and material progress, calendars became a vehicle for modern publicity to promote brands and products. Along with the count of days and months, the decorative display of the chromos began to shine; color prints created with techniques derived from cromolithography would hang for a year on the walls of houses and offices.

As the years went by, this popular means of propaganda became a secondary current of Mexican pictorial and graphic arts. Between the 1920's and the 1970's, hundreds of authors and dozens of print shops came together in order to produce the millions of colorful reproductions which, given as courtesy gifts by both large and small businesses, came to form a certain kind of ambulatory museum and a cherished home gallery. The printed copies of original

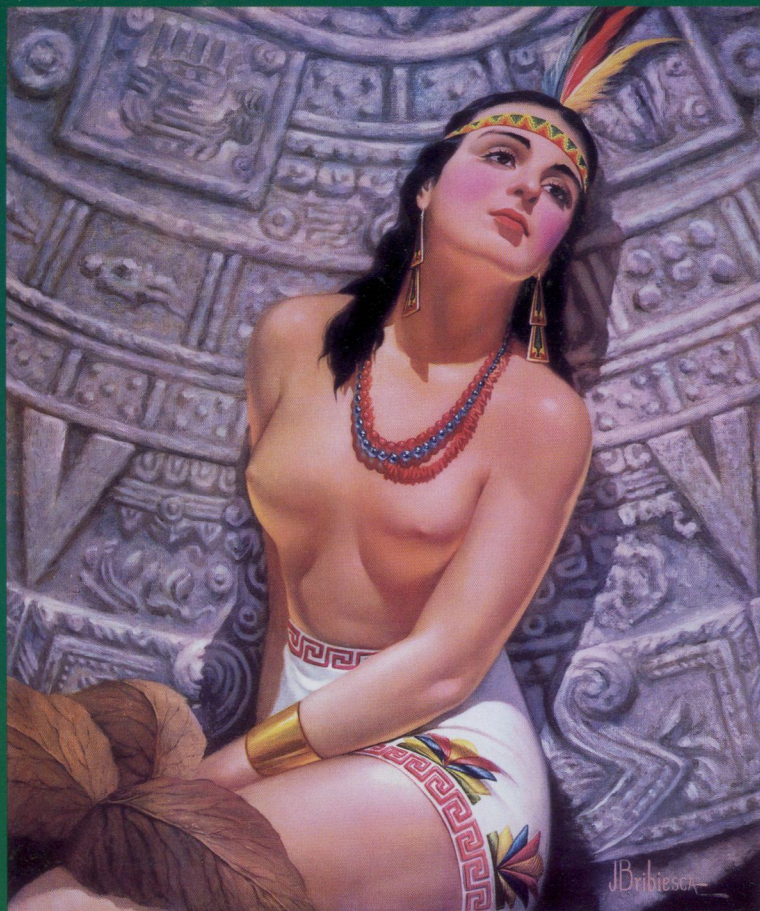
commissioned paintings, in which artistic inspiration was subordinated to the needs and requirements of publicity, circulated throughout all of Mexico. By way of these prints, however, not only cigarettes, beers, tires, tequila and appliances were sold, but also the dream of an idealized and utopian Mexico, a fantasy-filled illustration of its myths, legends and desires.

Heirs to the *costumbrista* art of the previous century, allied to the movement of cultural nationalism which was unleashed by the revolution and films from the Golden Age, the calendar chromos are an extensive catalogue of the variations and representations that 20th Century Mexicans conceived of regarding our national identity. Likewise, the chromos testify to our tastes and poses, our novelties and our consumption.

The present exhibit organized by the Mexican Fine Arts Center Museum and Museo Soumaya, with the valuable support of Galas de México, S.A., has the purpose of reviewing and reevaluating a form of our popular culture which has not received the attention it deserves despite its widespread influence. This sample offers the public a first-time view of the paintings, prints and graphic documents which will bring out of anonymity the work of authors which have shared the intimacy of several generations of Mexicans. It is a journey back in time through the portable motherland of the chromos.



3



La piedra del sol The Aztec Calendar

El calendario azteca, también conocido como La piedra del sol, fue tallado 52 años antes de la caída del imperio mexica. La escultura de 3.60 metros de diámetro, 20 centímetros de canto y 24 toneladas de peso se fabricó sobre un monolito arrancado a la falda de “la sierra grande de Cuyuacan”, que requirió del arrastre de 50 mil hombres de los pueblos vecinos para ser trasladado a Tenochtitlan. Su primer asiento fue el patio encalado y liso de un recinto ceremonial llamado Cuauhxicalko, donde recibió el incienso, la música y los cantos de los indígenas que leyeron en el monolito las medidas, memorias y profecías de sus tiempos cosmogónicos. En él estaban descritos los movimientos de los astros y los ciclos en los que se anudaban los meses que duraban veinte días, los años que se componían de dieciocho meses y los siglos que se renovaban cada cincuenta y dos años. Según sus cuentas, cuatro grandes eras solares antecedieron a la que ahora vivimos, la correspondiente al quinto sol, la cual se inició el día Omey Acatl y habrá de terminar sepultada por la devastación de un gran terremoto.

En tiempos de la colonia española, el calendario azteca fue parte de la memoria pagana que los evangelizadores cristianos intentaron desaparecer. En 1559, por órdenes del arzobispo de México, fray Alonso de Montúfar, el Calendario fue arrojado al fondo de una acequia. Durante los siguientes 231 años estuvo cubierto por los escombros de Tenochtitlan, utilizados como basamento de los flamantes edificios de la capital de la Nueva España. En 1790 fue desenterrada, al encontrarse a ras de tierra, mientras se llevaban a cabo unos trabajos de drenaje en la Plaza Mayor. A partir de entonces dejó de ser una amenazante reliquia idolátrica, comenzó a considerarse como “un apreciable monumento de la antigüedad indiana” y quedó expuesta durante más de cien años a un costado de la torre poniente de la Catedral Metropolitana. Luego de que el precursor de la arqueología en México, Antonio de León y Gama, la reprodujera por primera vez en papel, durante el siglo XIX su imagen se multiplica y evoluciona, pasa de ser un detalle ornamental en el paisaje de la Ciudad de los Palacios a convertirse en emblema de la nación entera: rastro del pasado glorioso que reclama un naciente país en busca de su identidad e independencia. Su consagración definitiva como símbolo patrio sucede en 1885, cuando se muestra como la pieza central de la Sala de los Monolitos del Museo Nacional, lugar preponderante que mantiene en su siguiente recinto museográfico, el Museo Nacional de Antropología, donde se ubica desde 1964.

A lo largo de los siglos y hasta nuestros días, La piedra del sol nunca ha dejado de ser testigo de lo que sucedió con los nuevos Méxicos de la vieja Tenochtitlan. En los años profanos del siglo que termina ya no se atendió a sus cálculos y anticipaciones sino a la belleza y misterio de sus formas. En la aparente quietud de su sol pétreo, el tiempo mexicano ha seguido siendo su materia: por la vía de los cromos, estampas, etiquetas y fotografías, a través de los más variados usos turísticos, artesanales y publicitarios, su imagen nos cubre y nos acompaña. Sigue aquí para recordarnos que, como dice el poema náhuatl, a la tierra hemos venido a soñar, a recorrer el breve tramo de un vida prestada.

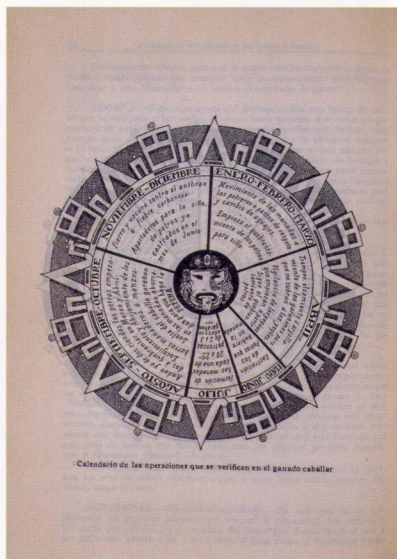
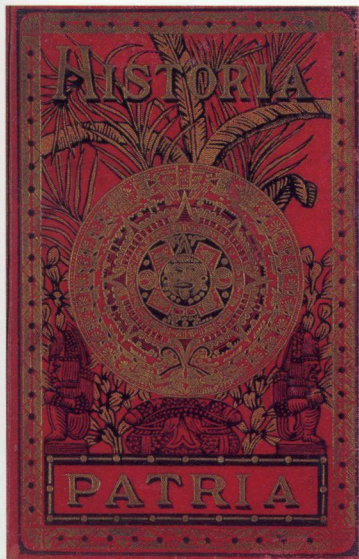


5

The Aztec calendar, also known as the Piedra del Sol (The Sun's Stone), was carved 52 years before the fall of the Mexican empire. This sculpture is 3.60 meters in diameter, 20 centimeters thick and weighs 24 tons. It was created upon a monolith gouged from the lower slopes of the Sierra Grande de Cuyuacan and had to be dragged by fifty thousand men from neighboring towns to be transported to Tenochtitlan. Its first setting was the white, smooth patio of a ceremonial area called Cuauhxiccalco, where it received the incense, music and songs of the Indians who read in it the measures, memories and prophecies of their cosmogonic times. Upon the surface of the Piedra del Sol were described the movements of the heavens and the cycle which counted twenty-day months, eighteen-month years and centuries which renewed themselves every fifty two years. According to its measures, four great solar eras took place prior to the era we live in today. Our era, which corresponds to the fifth sun, began the day called Omei Acatl and will end buried by the devastation caused by a great earthquake.

In the days of the Spanish colony, the Aztec calendar was part of the pagan memory which the Christian missionaries tried to eradicate. In 1559, at the orders of the Archbishop of Mexico Fray Alonso de Montúfar, the calendar was thrown to the bottom of a creek. During the next 231 years the sculpture was covered by the remains of Tenochtitlan which were used as the foundation of the brand-new buildings of New Spain's capital. In 1790 it was found practically at the surface, becoming unburied due to sewer work which was taking place in the Plaza Mayor. No longer a threatening relic of idolatry from that time on, it began to be considered as "a valuable monument of Indian antiquity" and remained exhibited for over one hundred years to the side of the western tower of the city's Cathedral. After it was reproduced on paper during the 19th Century for the first time by the forerunner of Mexican archaeology Antonio de León y Gama, its image multiplied and evolved. From being an ornamental detail in the landscape of the City of Palaces it became the emblem of an entire nation: the trace of a glorious and idyllic past which was claimed by a land in struggle, in search of its identity and independence. Its definitive consecration as the homeland's symbol took place in 1885, when it was shown as the central piece in the Monolith Hall of the National Museum, a place of honor which it has maintained since 1964 when it entered its next museum space, the National Museum of Anthropology.

Across the centuries and until our times, the Piedra del Sol has always been a witness to what happened to the new Mexicos of the old Tenochtitlan. In the secular years of the century which is now ending no one paid attention to its measures and prophecies but rather to the beauty and mystery of its forms. In the apparent quiet of its stony sun, it continues to form Mexican time. Via the chromos, stamps, labels and photographs, through the most varied touristic, artisan and publicity uses, its image covers us and accompanies us. It is still here, with us, to remind us as the Nahuatl poem says, that we have come to earth to dream, to traverse the brief expanse of a life which we have on loan.



7



Imágenes celestiales Celestial Images

La conquista de México por el imperio español es una prueba indudable del poder de las imágenes. Sin las estampas que antes de descubrirla y nombrarla, ya habían inventado la apariencia de América como un mundo exótico, pródigo y canibal; sin las que fueron protección de los navegantes e inspiración de los conquistadores; sin las que educaron en la nueva fe e impusieron los nuevos valores a los pueblos sometidos; sin esas y otras estampas colonizadoras, no hubiera sido posible levantar el reino de la Nueva España.

Los cromos religiosos, el más antiguo género de la stampa mexicana e ilustración permanente de sus modernos calendarios, son un resabio de aquellas antiguas batallas iconográficas; un testimonio de los finales acuerdos a los que llegaron vencedores y vencidos. Los indígenas cristianizados aceptaron el mandato de la nueva religión pero no dieron por liquidados a sus dioses. Como lo señala el título del conocido libro de Anita Brenner, los ídolos se mantuvieron detrás de los altares. La Virgen de Guadalupe era también la diosa Tonantzin y, unos siglos después, iba a ser el estandarte bajo el que combatirían los ejércitos insurgentes; la imagen en torno a la cual se sigue congregando un pueblo entero.

La imagerie impresa de vírgenes, santos, ángeles y crucificados ha estado más a favor de esa religiosidad sincrética que al servicio del catolicismo oficial. Como lo muestra el cuadro de Alfredo González que aquí se expone, una pintura para almanaque que retoma un tema ya desarrollado por los grabadores de los siglos XVIII y XIX, el cromo no es un simple trozo de papel colgado en la pared. En esa estampa se reflejan las luces de la devoción y la divinidad. Con su ayuda, al menos con la solaridad de su presencia, se hacen menores los infiernos de esta tierra.





10

The conquest of Mexico by the Spanish empire is unequivocal proof of the power of images. Without the images that had invented America's likeness— an exotic, prodigal and cannibalistic world— before it was discovered and named, without the images that protected the sailors and inspired the conquistadors, without the images that educated the conquered peoples in the new faith and imposed new values upon them, without these and other images, it would not have been possible to construct the kingdom of New Spain.

The religious chromos, the oldest genre of Mexican prints and the constant illustration of its modern calendars, document those ancient iconographic battles and testify to the final agreements arrived at by the conquerors and the conquered. The christianized indigenous peoples accepted the mandate of the new religion but did not renounce their own gods. As noted in the title of the well-known book by Anita Brenner, the idols were behind the altars. The Virgin of Guadalupe was also the goddess Tonantzin whom a few centuries later would become the banner under which revolutionary forces would battle and today is the image around which an entire people and land continue to congregate.

The printed imagery of virgins, saints, angels and crucified Christs have been more on the side of that early syncretic religion than at the service of official Catholicism. The piece by Alfredo González shown here is an almanac painting which revisits a theme already developed by the engravers of the XVIII and XIX centuries. As seen in this print, the chromo is not a simple piece of paper hung on the wall. This print reflects the glimmers of devotion and divinity, and with its aid, or at least with the solidarity of its presence, the hells of this earth are diminished.



11



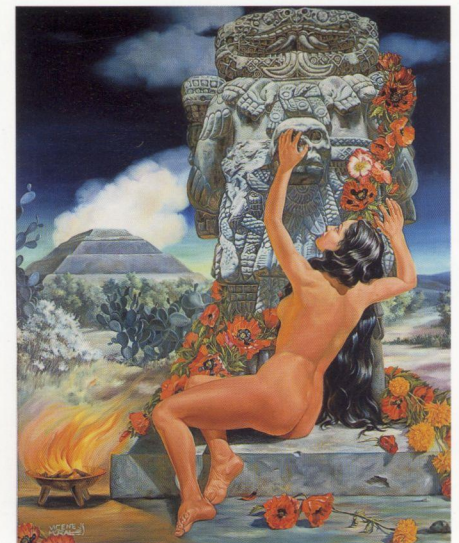
El olimpo mexicano The Mexican Olympus

Según las creencias del mundo grecolatino, en el Olimpo residían los dioses y en la Arcadia moraban los seres perfectos y arquetípicos. En los siglos XIX y XX, los mexicanos ubicaron esos retiros mitológicos en un periodo específico de su historia: el pasado que había concluido, abruptamente, con la conquista española y cuyo inicio se perdía en sus lejanos orígenes. Los gloriosos tiempos, afirmaba la leyenda, en que los primeros mexicanos fueron los habitantes de un jardín de las delicias.

La invención de la gloriosa raza de bronce puede remontarse a los días en que la intelectualidad criolla tuvo el sueño de un país independiente y buscó en su linaje prehispánico materiales útiles para la construcción de su espíritu nacional. Al triunfo de la guerra de liberación, la nueva patria no sólo requirió ser construida en sus leyes e instituciones, también necesitó dotarse de símbolos unificadores y de una identidad histórica. Los literatos, poetas, pintores y dibujantes del siglo XIX dedicaron buena parte de sus esfuerzos a realizar el inventario de esencias, costumbres, sabores, paisajes, gestas y héroes, en los que se fundaba el carácter de un pueblo nacido del combate y la fusión de dos culturas.

De aquel viaje retrospectivo surgió la visión del México Antiguo como una época dorada, el mítico lugar al que debemos voltear para recordar que, aunque vencidos, fuimos un pueblo consentido por los dioses. Una raza cósmica que, sin embargo, no se corresponde a la realidad de los pueblos indígenas, a quienes se elogia como piezas de museo pero se les hace víctimas de la discriminación social.

Los cromos del siglo XX son la expresión extrema de ese retorno al mundo de los bravos guerreros, las doncellas sensuales y los glifos misteriosos. Su galería de estatuas y sus épicas escenografías son la prueba de que la peregrinación de Aztlán o la caída de Tenochtitlan no desmerecen ante la más cara superproducción de Hollywood.





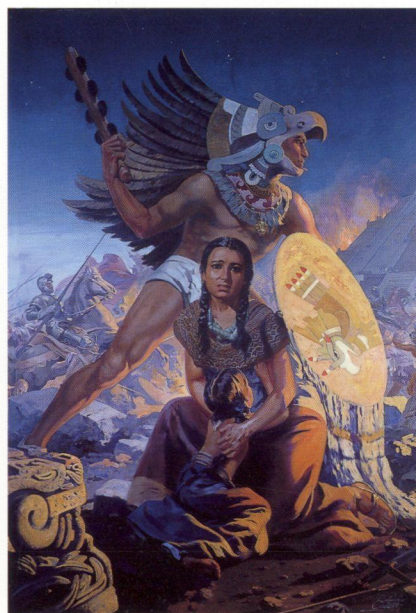
15

According to the beliefs of the ancient Greeks and Romans, the gods resided in Olympus and perfect, archetypal beings inhabited Arcadia. In the 19th and 20th centuries, Mexicans placed these mythological sanctuaries in a specific period of the country's history: the past which had ended abruptly with the Spanish conquest and whose beginning was lost in its distant origins. In glorious times, the legend affirmed that the first Mexicans were the inhabitants of a garden of paradise.

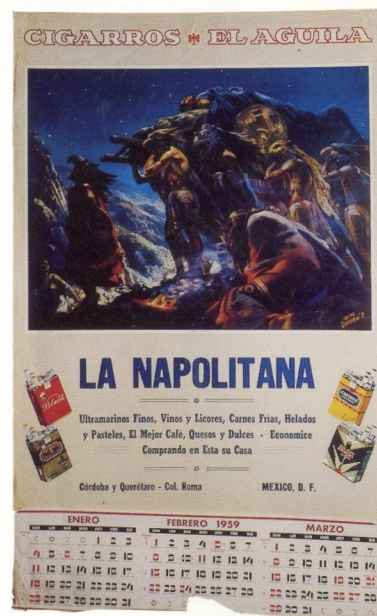
The invention of the glorious bronze race can be traced back to the days in which the *criollo* intellectual elite dreamt of an independent land and searched in its prehispanic lineage for useful materials to construct a national spirit. At the triumph of the war of liberation, the new homeland needed not only to be constructed in terms of laws and institutions; it also needed to endow itself with unifying symbols and a historical identity. The literati, poets, painters and artists of the 20th Century devoted a good part of their efforts to create an inventory of essences, customs, flavors, landscapes, epics and heroes, which served to found the character of a people and a land born from the combat and the fusion of two cultures.

From that retrospective journey emerged the vision of Ancient Mexico as a Golden Age, the mythic place to which we must turn to remember that, although defeated, we were the favored people of the gods-- a cosmic race which, nevertheless, hardly corresponds to the reality of the land's indigenous peoples, who are admired as if museum pieces but are the victims of social discrimination.

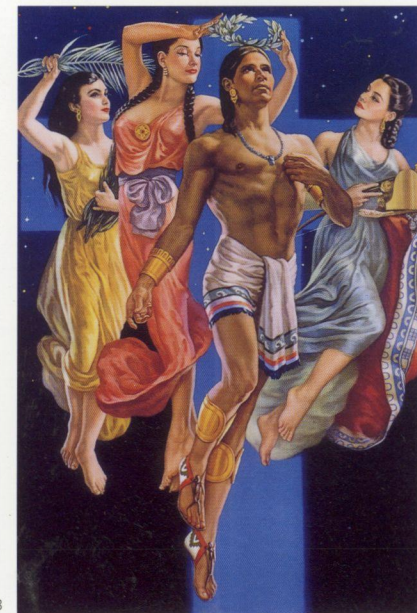
The chromos of the 20th Century are the extreme expression of the return to the world of brave warriors, sensual maidens and mysterious glyphs. Its galleries of statues and epic scenery prove that the pilgrimage from Aztlán or the fall of Tenochtitlan are not unworthy of the most expensive Hollywood super production.



16



17



18



La suave patria
The Gentle Motherland

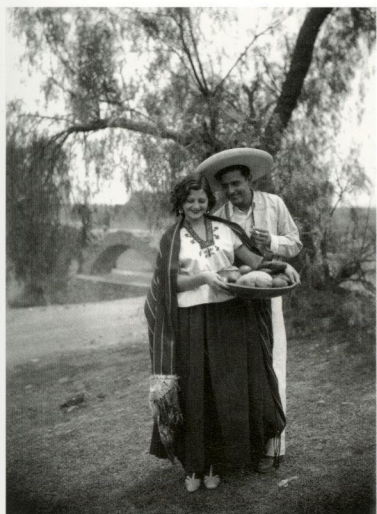
La revolución mexicana, el movimiento popular y campesino que en 1910 derrocó al dictador Porfirio Díaz, no sólo fue una convulsión política y social, significó también un vuelco en los terrenos de la cultura. En correspondencia con su ideología y su programa político, los gobiernos revolucionarios promovieron el desarrollo de un arte nacionalista fundado en la revisión y actualización de las antiguas tradiciones y los valores propios. En los años veinte, sobre todo durante el mandato del presidente Álvaro Obregón, cuando fue ministro de Educación José Vasconcelos, México se descubrió a sí mismo y se convirtió en el principal tema de sus artistas, pensadores y literatos. La musa a la que el poeta Ramón López Velarde llamó *Suave Patria* produjo uno de los más influyentes movimientos culturales de México en el siglo XX.

El nacionalismo cultural del que formaron parte los muralistas y los pintores de las escuelas al aire, que permitió el encuentro de las vanguardias artísticas con la cultura popular, fue una moda que permeó todas las actividades y escenarios de la sociedad post-revolucionaria: eventos sociales, ritmos musicales, desfiles con-

memorativos, obras de teatro, anuncios publicitarios y portadas de revistas. En ese contexto, propenso a la mexicanización de cualquier materia, fue que surgió la escuela mexicana de pintores de almanaques y calendarios, en torno a la compañía litográfica La Enseñanza Objetiva, una empresa fundada en 1922 que tenía por lema "enseñar trabajando".

A principios de los años treinta La Enseñanza Objetiva, que era encabezada por Salvador García Guerrero y Francisco González de la Vega, inició la reproducción en offset de cuadros originales que se producían en sus propios talleres. A petición de sus clientes de las compañías tabacaleras y cerveceras comenzó a imprimir los primeros calendarios murales con temas vernáculos. Las empresas orgullosamente mexicanas requerían de escenas típicas para hacer la publicidad de sus productos. En vez de los cromos importados de Estados Unidos y Europa, las tiendas y comercios comenzaron a regalar imágenes de Antonio Gómez R. o Pedro Guzmán León, dos de los primeros autores de esta naciente galería del hogar.





21



22



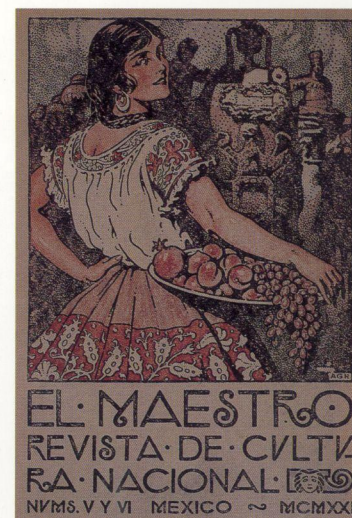
23

The Mexican revolution, the popular and rural movement which in 1910 initiated the fall of the dictator Porfirio Díaz, was not only a political and social convulsion, but also resulted in a drastic change in the cultural realm. In accord with its ideology and its political program, the revolutionary governments promoted the development of a nationalist art founded in revising and bringing up to date both ancient traditions and one's own values. In the twenties, especially during the reign of President Álvaro Obregón at the time when the Minister of Education was José Vasconcelos, Mexico engaged in a process of self-discovery and became the main theme of its artists, thinkers, and literary figures. The muse that the poet Ramón López Velarde called *Suave Patria* produced one of the most influential cultural movements in 20th Century Mexico.

The movement of cultural nationalism which included the muralists and painters of open-air schools permitted the encounter of the artistic vanguard with popular culture and permeated all the activities and scenarios of post-revolutionary society: social events, musical

rhythms, commemorative parades, theater pieces, publicity announcements and magazine covers. In this context, with a marked tendency to Mexicanize any material, the Mexican school of almanac and calendar painters emerged in relationship to the development of the lithographic company La Enseñanza Objetiva, which was founded in 1922 and whose slogan was "teaching while working."

At the beginning of the 1930's, La Enseñanza Objetiva, headed by Salvador García Guerrero and Francisco González de la Vega, began to reproduce in offset printing the original pieces which had been produced in their own workshops. At the request of their clients from the tobacco and beer companies they began to print the first mural calendars with everyday and vernacular themes. Proudly Mexican businesses required scenes which were typically Mexican to create publicity for their products. Instead of the chromos imported from the United States and Europe, the stores and businesses began to give away images by Antonio Gómez R. or Pedro Guzmán León, two of the earliest artists of this budding home gallery.



24



El estilo Drechsler The Drechsler Style

Al parecer veterano de la Primera Guerra Mundial, el pintor alemán Armando Drechsler llegó a la ciudad de México a mediados de los años veinte. En poco tiempo adquirió prestigio como ilustrador y retratista; su estilo, audaz y moderno, delataba la influencia del diseño gráfico europeo. Benito Zamora, quien fue jefe de Talleres en Galas de México, S.A., de 1924 a 1952, lo recuerda como un *bon vivant* y un pintor bohemio. Para el patio colonial del Foreign Club, lujoso casino que se construyó en las afueras de la ciudad de México y se inauguró en 1934, realizó unas decoraciones murales en las que aparecen una pareja de chinacos a caballo, dos evocaciones de la época virreinal y un grupo de huicholes ataviados con sus trajes típicos. A la decoración del cine Alameda, notorio ejemplo del estilo colonial californiano que se puso de moda en los años treinta y cuarenta, contribuyó con estilizados cuadros de damas, caballeros y galgos.

Armando Drechsler trabajó para casi todas las compañías litográficas y patrocinadores comerciales que, entre los años treinta y sesenta, hicieron del calendario una forma de arte popular y una apreciable fuente de trabajo para un ejército de pintores e ilustradores, tanto de quienes tenían formación académica como de los autodidactas e improvisados.

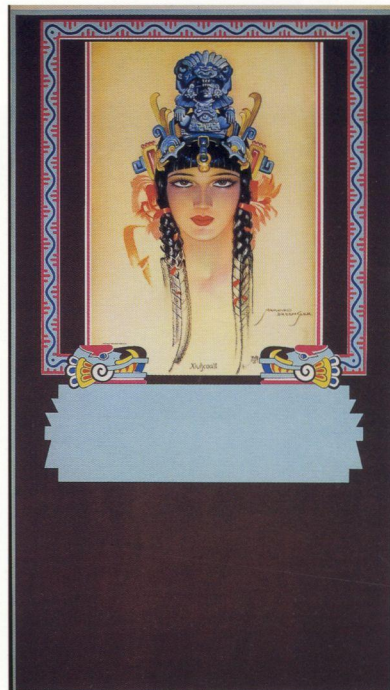
En razón de esa competencia y disputa por los contratos, Drechsler, quien ya era una firma reconocida en el medio de los hacendados de cromos, fue el protagonista de un caso policiaco que quedó sin resolver: en la primera semana de julio de 1939, al regresar a su estudio ubicado en el número 37 de la Avenida del Ejido, se encontró con que varias de sus obras en proceso habían sido mutiladas, entre ellas la copia de un Velázquez y un cuadro en el que aparecía el entonces presidente Lázaro Cárdenas al lado de unos campesinos —los hombres del campo le entregaban sus rifles y recibían a cambio, de parte del general, unos arados. Nunca se supo si el asalto fue por razones políticas o por causa de las envidias de un colega que, harto del éxito de Drechsler, de ese modo quiso impedir que sus pinturas llegaran a convertirse en cromos.

A mediados de los años cincuenta, Drechsler abandona el trabajo de pintor de almanques para concentrarse en sus encargos de retratista. Durante el mandato del presidente Miguel Alemán (1946-1952), de quien recibió apoyo y protección, fue moda de la burguesía mexicana y los artistas del espectáculo tener en sus salas un retrato con la firma de Drechsler, el artista de calendarios que, décadas atrás, había impuesto la moda de las "caritas": los rostros de Theda Bara-Francesca Bertini-Mary Pickford-Marion Davis en el México de las leyendas coloniales y prehispánicas.





27



28

Apparently a World War I veteran, the German painter Armando Drechsler went to Mexico City in the mid 1920's. In a short period of time he acquired prestige as a portrait painter and illustrator whose daring and modern style revealed the influence of European graphic design. Benito Zamora, who was the Workshop Director in Galas de México, S.A. from 1924 to 1952, remembers him as a *bon vivant* and a bohemian painter. For the colonial style patio in the Foreign Club, a luxurious casino which was constructed in the outskirts of Mexico City and inaugurated in 1934, he created mural decorations which included a pair of chinacos shown on a horse, two scenes which evoked colonial times and a group of Huichol indians dressed in typical garb. To the decoration of the Alameda movie theater, a noted example of Californian Colonial style which was popular during the thirties and forties, Drechsler contributed the stylized paintings of ladies, gentlemen and greyhounds.

Armando Drechsler worked for almost all the lithographic companies and commercial patrons which between the 1930's and the 1960's made the calendar a form of popular art and created a significant source of work for an army of painters and illustrators, some who had academic training and others who were self-taught.

Because of this competition and a dispute over contracts, Drechsler, whose signature was already well-known in the medium of chromo makers, was the central character in a police case which remains unsolved: the first week of July of 1939, while returning to his studio located at Avenida del Ejido No. 37, he found that several of his works in progress had been mutilated, amongst them the copy of a Velázquez and a painting in which the president at the time Lázaro Cárdenas was alongside a group of peasants who were turning over their rifles and, in turn, receiving plows from the General. It was never known if the vandalism was politically motivated or the result of a colleague's envy, someone who fed up with Drechsler's success, wanted to prevent his paintings from becoming chromos.

In the mid-fifties, Drechsler left his work as almanac painter in order to concentrate on commissioned portraits. During the presidency of Miguel Alemán (1946-1952) from whom he received support and protection, it was popular for the Mexican bourgeoisie and artists from the entertainment world to have in their living rooms a portrait with Drechsler's signature, the very same artist who had placed the images of Theda Bara-Francesca Bertini-Mary Pickford-Marion Davis in the Colonial and Prehispanic legends from old México.



Xochimilco:
Los jardines flotantes
Xochimilco:
The Floating Gardens

El antiguo pueblo de Xochimilco, ubicado al sureste de la ciudad de México, ha sido un tópico recurrente de los calendarios del presente siglo. Atravesado por canales y caracterizado por la fertilidad de sus chinampas (un sistema de cultivo a través de islas flotantes), este paraje fue jardín y huerto de México-Tenochtitlan cuando los aztecas reinaban sobre el valle del Anáhuac. En los tiempos de la Nueva España y en la era del México independiente, además de surtidor de flores y legumbres, Xochimilco se convirtió en paseo favorito de los habitantes de la ciudad capital. Desde entonces nuestra literatura y nuestras artes visuales han elogiado la belleza de su paisaje y rendido culto al lento paso de sus trajineras, las chalupas que en el pasado sirvieron para transportar sus frutos y que ahora son las rústicas embarcaciones en las que se entretienen sus turistas.

El Xochimilco de los almanaques es una evocación y una puesta al día del que descubrie-

ron los paisajistas y dibujantes del siglo XIX: un paraíso costumbrista, la escenografía vegetal frente a la que posan y se eternizan los tipos populares. Las trajineras que se asoman en las obras del litógrafo Casimiro Castro y el pintor Saturnino Herrán, les sirvieron a los hacedores de cromos para emprender su propio viaje de regreso a esas aguas primigenias que, junto con las pirámides y los volcanes, adquirieron la categoría de reliquia nacional.

De las múltiples revisitaciones que el calendario ilustrado hizo a Xochimilco, hemos seleccionado para esta muestra una sucesión de cuadros y estampas que, bien vistos, componen un relato mitológico con remate de telenovela: la historia de Xóchitl, la sensual Diosa de las Flores que encarnó en la virginal India Bonita y en la cinematográfica *María Candelaria*, y al final tuvo que ganarse la vida vendiendo platillos típicos y refrescos de marca registrada.





31

The ancient town of Xochimilco, located southeast of Mexico City, has been a recurrent theme of the calendars of the present century. Crisscrossed by canals and characterized by the fertility of its chinampas (a system of cultivation based on floating islands) this site was both garden and orchard for Mexico-Tenochtitlan when the Aztecs reigned in the valley of Anahuac. In the times of New Spain and in the era of independent Mexico, besides being the supplier of flowers and vegetables, Xochimilco became a favorite outing for the capital city's inhabitants. From those times on, our literature and our visual arts have praised the beauty of its landscape and paid homage to the slow passage of its ferries, the chalupas (canoe-like vessels) which in the past served to transport fruit and are today rustic vessels in which tourists enjoy themselves.

The Xochimilco of the almanacs is an evocation and actualization which was discovered

by the landscape sketchers of the 19th Century: a *costumbrista* paradise, the green scenery in front of which popular figures posed and were immortalized. The ferries which one catches glimpses of in the works of the engraver Casimiro Castro and the painter Saturnino Herrán aided the chromo makers in initiating their own journey to the past to those primitive and original waters that acquired the status of national relics along with the pyramids and the volcanoes.

From the many repeated visits that the illustrated calendar made to Xochimilco, we have selected for this sample a sequence of pieces and prints which, seen carefully, constitute a mythological narrative with the finale of a soap opera: the story of Xochitl, the sensual Goddess of the Flowers who became incarnated in the virginal India Bonita (Beautiful Indian Woman) and in the cinematography of *María Candelaria*, and who finally had to make a living selling typical cuisine and name brand sodas.



32



33



Luis Márquez:
fotógrafo y coleccionista
Luis Márquez:
Photographer and Collector

El fotógrafo y folklorista Luis Márquez Romay nació en la ciudad de México el año de 1899. Su madre fue una poblana que era ahijada de Porfirio Díaz; su padre, de origen cubano, se dedicaba a la producción de obras teatrales de género chico, zarzuelas y operetas. Tras la revolución de 1910, junto con su familia se trasladó a Cuba, donde aprendió el oficio de la fotografía y se convirtió en actor de cine mudo.

A principios de los años veintes regresó a México, un país que estaba en plena efervescencia política y cultural. José Vasconcelos, quien era ministro de Educación Pública, lo contrató como fotógrafo. Fue parte de las brigadas de artistas e intelectuales que viajaron al interior de la república con el propósito de conocer y dar cuenta de su riqueza y variedad cultural; desde la primera de estas excursiones, al santuario de Chalma, se abrió ante sus ojos un México desconocido y fascinante. Desde entonces, Luis Márquez dedicó su vida a recorrer la república, a fotografiar sus gentes, costumbres y paisajes, y a reunir la que, con el tiempo, se convertiría en la más grande colección de indumentaria mexicana.

En 1934 escribió el argumento e hizo la fotografía de la película *Janitzio*, en la que actuaron Emilio "Indio" Fernández y María Teresa Orozco. Este film capturó por primera vez los rostros y ceremonias de los habitantes de aquella isla del lago de Pátzcuaro. Una década después su argumento fue retomado para realizar la película *María Candelaria*, el clásico de la época de oro del cine mexicano que dirigió el propio "Indio" Fernández y fotografió Gabriel Figueroa.

Entre los años treinta y setenta, las imágenes etnográficas y folklóricas de Luis Márquez se convirtieron en cromos de calendario, portadas de revistas, carteles turísticos, timbres y tarjetas postales. Su registro e interpretación del mundo indígena, el estilo de sus escenas y poses, inspiraron, directa o indirectamente, a los pintores de almanaques. Ya fuera como fotógrafo, coreógrafo, director de escena, etnógrafo o coleccionista, Luis Márquez fue constante referencia de las representaciones de lo mexicano en el siglo XX.

Murió el año de 1978, dejando como legado una colección de cerca de tres mil trajes regionales que está bajo la custodia de la Universidad del Claustro de Sor Juana, y un archivo fotográfico, con alrededor de 2 800 imágenes, que conserva el Instituto de Investigaciones Estéticas de la Universidad Nacional Autónoma de México.



The photographer and folklorist Luis Márquez Romay was born in Mexico City in 1899. His mother was from the city of Puebla and was Porfirio Díaz's godchild; his father, of Cuban background, made a living producing smaller genre theatrical works such as zarzuelas and operettas. After the 1910 revolution, along with his family he moved back to Cuba, where he learned the profession of photography and became an actor in silent movies.

At the beginning of the twenties he returned to Mexico, a country which was in total political and cultural effervescence. José Vasconcelos, who was the Minister of Public Education contracted him as a photographer. He formed part of the brigades of artists and intellectuals who traveled to the country's interior with the purpose of knowing and making known its cultural variety and richness. An unknown and fascinating Mexico was revealed to his eyes during the first of these excursions to the Sanctuary of Chalma. From then on Luis Márquez devoted his life to traverse the Republic, to photograph its people, customs and landscapes and to collect what would become over time the greatest archive of Mexican apparel.

In 1934 he wrote the screenplay and did the photography for the movie *Janitzio*, in which Emilio "Indio" Fernández and María Teresa Orozco acted. In this film he captured for the first time the faces and ceremonies of the inhabitants of that island in Lake Pátzcuaro. A decade later his screenplay was remade in the movie *María Candelaria*, the classic film of the Golden Age of Mexican cinema, which was directed by the same "Indio" Fernández and photographed by Gabriel Figueroa.

Between the 1930's and the 1960's, the ethnographic and folkloric images of Luis Márquez became calendar chromos, magazine covers, tourist posters, postage stamps and post cards. His documentation and interpretation of the indigenous world, the style of its scenes and poses, directly or indirectly inspired the almanac painters. As a photographer, choreographer, scene director, ethnographer or collector, in the 20th Century Luis Márquez was a constant reference of the representation of what was Mexican.

He died in 1978, leaving as a legacy a collection of nearly three thousand regional costumes, which is in the care of the University of the Claustro de Sor Juana, and a photographic archive with nearly 2,800 images, which is conserved by the Instituto de Investigaciones Estéticas de la Universidad Nacional Autónoma de México.



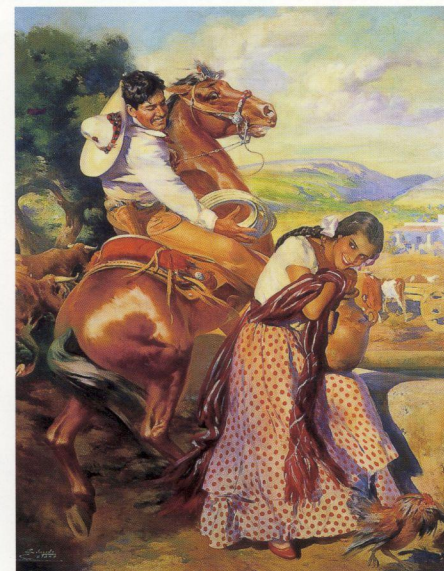
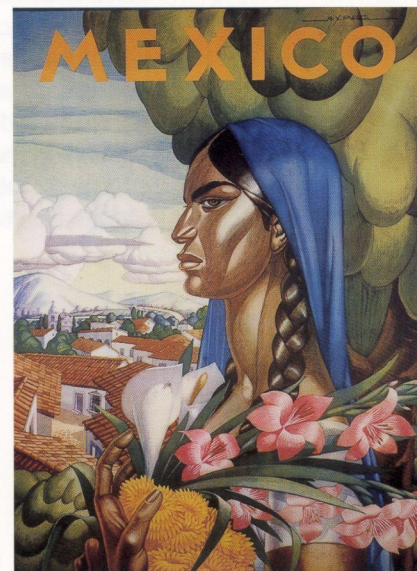


México folklórico Folkloric Mexico

La imagen de una nación no es obra exclusiva de las maneras en que la han visto y retratado sus propios habitantes; a ella contribuyeron, directa o indirectamente, los extranjeros que la han recorrido y representado desde una mirada fresca o prejuiciada, amorosa o desencantada, crítica o condescendiente. Así como el rostro del siglo XIX mexicano –la belleza de sus paisajes, la variedad de sus costumbres, el misterio de su pasado precolombino– fue, en parte, revelación de dibujantes, grabadores y pintores viajeros venidos de otros países y continentes, la apariencia oficial del México del siglo XX no es ajena a los turistas foráneos que, durante sus paseos, vacaciones y largas estancias, quisieron confirmar y reclamaron, a cambio de sus divisas y propinas, la existencia del paraíso vernáculo prometido por los carteles y folletos promocionales que invitaban a conocer el telúrico y fascinante país que quedaba *south of the border*, según lo ha documentado el crítico James Oles.

A partir de los años treinta, la industria de los cromos calendáricos y la del turismo

nacional coincidieron tanto en sus fines publicitarios como en sus recursos iconográficos. El risueño rostro de mujeres tehuanas, mayas o jarocho; la varonil apostura de charros, indígenas y pescadores; y la exultante vegetación que les servía como telón de fondo, a la vez que cumplían como adorno de productos y negocios, apuntalaron la verosimilitud del México Folklórico; una suerte de amable anfitrión que, ataviado en los trajes típicos de las distintas regiones que integraban su república, le daba la bienvenida a las visitas y las inversiones. La estética *technicolor* de los cromos fue parte sustancial de la decoración y propaganda de hoteles, bazares y restaurantes. La ruta que se abrió, a mediados de los años cincuenta, con la carretera Panamericana, y que unía a Monterrey con Tuxtla Gutiérrez, pasaba por las tierras del agave y el barro negro, y se detenía frente a las danzas emplumadas y las serenatas románticas, también conducía a un país imaginario del que sólo daban testimonio las obras de los pintores de almanques y los artefactos del *Mexican Curios*.





“LA NORTEÑA”

Panadería y Pastelería

PAN CALIENTE TRES VECES AL DÍA

ELABORADO HIGIENICAMENTE CON MATERIAS PRIMAS
DE LA MEJOR CALIDAD. SERVICIO A DOMICILIO

PROPS. FLORENTINO ELIZONDO Y HNOS.

A sus Ordenes en:
SALAZAR OTE. 1301 Edo. con Plátón Sánchez
TELEFONO 2-63-82 MONTERREY, N. L.

41

A nation is seen, actually portrayed and perceived, not only by its own citizenry but, perhaps and even more acutely, by those others-- the foreigners who have wandered or delved into this the wonderful mystery of a nation not theirs by birthright,-- with a view as fresh as it is prejudiced, as loving as it could be disenchanted, as critical as it is condescending. Thus the image of 19th Century Mexico-- the beauty of its landscape, the enormous diversity of its customs, the fascination of its precolumbian past-- emerged in great measure from the sketchbooks, the engravings or paintings, of travelers from afar. Their vision, perhaps romanticized, definitely fanciful and usually generous, became somehow the official picture of the “real Mexico” until the 20th Century product seemed closer to the reality interpreted or demanded by those foreign tourists, who during their meanderings, vacations or prolonged residence, decreed the veracity of the worldly paradise illustrated in travel brochures and promotional posters.

Beginning in the thirties, flourished an industry that was devoted to the production of brightly colored illustrated calendars that seemed to coincide with the stereotypical tourist picture.

Smiling women of glowing demeanor, dressed as *Tehuanas*, Mayas or Gulf Coast *Jarocho*s, complemented the manly and dashing young *Charro*, the innocent fisherman or dignified country peasant with the downcast eyes. As well the exuberant vegetation that was incorporated into the paintings became synonymous with a tropical background to better produce and market a folkloric vernacular Mexico. Similarly the figure of an amiable host, sporting the typical dress of one or another of his country's regions, presented a picture of stability and confidence to better invite tourism and foreign investment.

This technicolor aesthetic in calendar art served as the decoration and propaganda for hotels, bazaars, shops and restaurants marking the route that, by the fifties, was clearly defined in the Pan-American Highway. Monterrey in the north was joined to Tuxtla Gutiérrez in the south by passing through the land of maguey, prickly-pear, and pots of black clay, and stopping before dances full of feathered garments and romantic serenades, all part of an imaginary land and now consecrated in the almanac pictures or the artefacts that came to be known as *Mexican Curios*.



42



Josep Renau:

El cartel moderno

Josep Renau :

The Modern Poster

La guerra de España (1936-1939), el conflicto europeo que antecedió a la segunda Guerra Mundial, culminó con la derrota del gobierno de la República y el ascenso al poder de un aliado del nazifascismo, el general Francisco Franco. Los partidarios del bando republicano tuvieron que emigrar y exiliarse para poner sus vidas a salvo. México, entonces bajo el gobierno del presidente Lázaro Cárdenas, fue uno de los países que les brindó asilo. De esta manera, un importante grupo de españoles se incorporó a las actividades sociales, económicas, políticas y culturales de los mexicanos, a las que contribuyeron con sus oficios y conocimientos.

Entre los notables artistas e intelectuales que hicieron de México su segundo hogar, se contaba el pintor Josep Renau Berenguer, nacido en Valencia, en 1907, quien en su país había sido miembro del partido comunista, fundador de la Unión de Escritores y Artistas Proletarios, y destacado funcionario cultural. Renau llegó a la ciudad de México en 1939, interesado en trabajar con David Alfaro Siqueiros, al que lo unían las búsquedas formales y técnicas, y con quien ese mismo año fue co-autor del mural *Retrato de la Burguesía*, realizado en el local del Sindicato Mexicano de Electricistas. Por razones de sobrevivencia tuvo que aceptar encargos comerciales; más tarde estableció un despacho de diseño que llevó el nombre de Estudio Imagen Publicidad Plástica, en el que produjo infinidad de anuncios, rótulos, etiquetas, logotipos, portadas de revistas, discos y libros, carteles y calendarios, como los que produjo para la imprenta de Santiago Galas. En 1942, su trabajo titulado *La Patria mexicana defendida por sus hijos* gana el primer premio del concurso de carteles convocado por la Secretaría de Educación Pública.

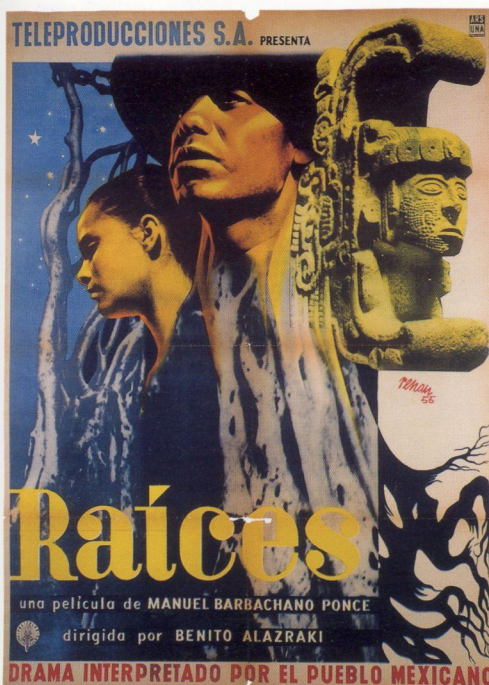
Josep Renau y su grupo de seguidores, entre quienes estaban su hermano Juan Renau y José Espert, fueron los más importantes diseñadores de la publicidad cinematográfica mexicana en los años cuarenta y cincuenta. A través de su trabajo gráfico y sus libros difundieron las técnicas del aerógrafo y el fotomontaje, y defendieron la autonomía del cartel como un medio moderno y vanguardista en el que se conjuntaban el arte y la propaganda.

En 1959 se traslada a Berlín, en la República Democrática Alemana, donde siguió ejerciendo como diseñador, cartelista, pintor, fotomontajista y muralista. En 1976 regresa a Valencia, lugar en el que se encuentra el archivo que lleva su nombre. Muere en Berlín en 1982.





45



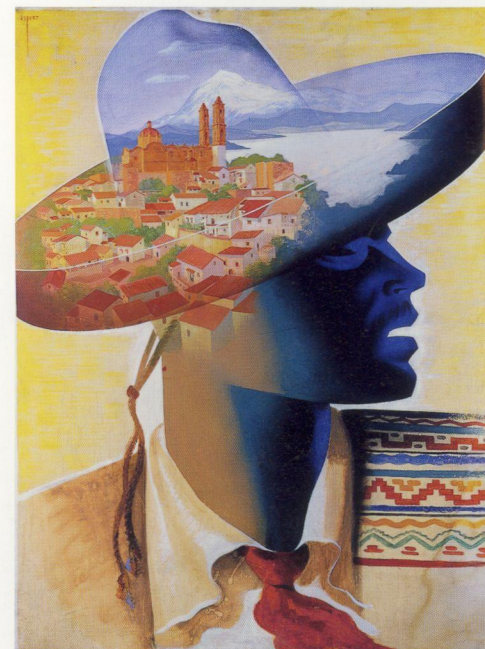
46

The Civil War in Spain (1936-1939), the European conflict which took place prior to World War II, culminated in the defeat of the Republican government and the rise to power of Francisco Franco, an ally of Fascist Nazism. Republican partisans were forced to emigrate and go into exile in order to save their lives. Mexico, at that time under the presidency of Lázaro Cárdenas, was one of the countries which offered asylum to this group of *émigrés*. As a result, an important group of Spaniards incorporated themselves into the social, economic, political and cultural activities of Mexico, activities to which they contributed with their professions and their knowledge.

The painter Josep Renau Berenguer was amongst the noted intellectual artists who made Mexico their second home. Born in Valencia in 1907, in his own country Renau had been a member of the Communist Party, founder of the Union of Proletariat Writers and Artists and an outstanding cultural emissary. Renau arrived in Mexico City in 1939 interested in working with David Alfaro Siqueiros with whom he had an affinity in terms of formal and technical concerns, and with whom he co-authored *Portrait of the Bourgeoisie* that same year, a piece created for the Mexican Union of Electricians. For the sake of economic survival he was forced to accept commercial orders; later he established a graphic design office named Estudio Imagen Publicidad Plástica where he produced a large number of signs, labels, logos, covers for magazines, records and books, posters and calendars. Shown here are some of those created by Renau for the printing company Galas. In 1942, his piece titled *The Mexican Homeland Defended by Its Children* won first place in a poster contest sponsored by the Ministry of Public Education.

Josep Renau and his followers, which included his brother Juan Renau and José Spert, were the most important designers of Mexican cinematographic publicity during the 1940's and 1950's. His graphic design work and books promoted aerographic and photomontage techniques and advanced the independence of the poster as a modern and vanguard means of communication which united art and propaganda.

In 1959 he moved to Berlin in the German Democratic Republic where he continued to work as a designer, poster creator, painter, photomontage artist and muralist. In 1976 he returned to Valencia, where his archive is located. Renau died in Berlin in 1982.



47



Mexicanos al grito de guerra War and National Unity

Por presiones diplomáticas de su vecino del norte, por razones geopolíticas y porque unos submarinos alemanes le hundieron dos buques petroleros en las aguas de su golfo, el 22 de mayo de 1944 México le declaró la guerra a las potencias del Eje y se incorporó al bando aliado. Además de enviar un escuadrón —el 201— a combatir a las lejanas Filipinas, intervención militar más bien simbólica, los mexicanos contribuyeron de otros muchos modos, con trabajo y con recursos, al triunfo de las democracias y a la derrota del nazifascismo.

A través del “programa bracero”, cientos de trabajadores mexicanos laboraron en los campos y fábricas de Estados Unidos en sustitución de los norteamericanos que habían partido a combatir al frente. De la misma manera, desde los campos y fábricas mexicanas se abasteció a la economía de guerra que comandaban los presidentes Roosevelt y Truman. Con la promesa de que se les regularizaría su estancia en tierras americanas o de que mejorarían sus condiciones de vida, muchos hombres de origen mexicano se enrolaron en las fuerzas armadas del Tío Sam.

La Segunda Guerra Mundial (1939-1945) cambió el perfil de México. La coyuntura le fue favorable para su desarrollo económico; un impulso modernizador que repercutió en todas las esferas y actividades del país, incluidos los hábitos de consumo, las formas de entretenimiento y los medios de comunicación.

Bajo el programa político de la “Unidad nacional” y sus consignas que exacerbaban el patriotismo, en los días en que se estableció el servicio militar obligatorio y en los cines proyectaban los noticieros bélicos, los jóvenes mexicanos aprendieron a bailar *swing*, mascar chicle, tomar Coca-cola y soñar con las *pin-ups*. A la par que las películas, las revistas y los programas de radio, los calendarios de ese periodo se pusieron al servicio de la propaganda oficial: llamaron a la productividad, alentaron el panamericanismo y lanzaron a San Jorge a combatir contra los dragones de Adolfo Hitler y los pulpos del emperador Hirohito.





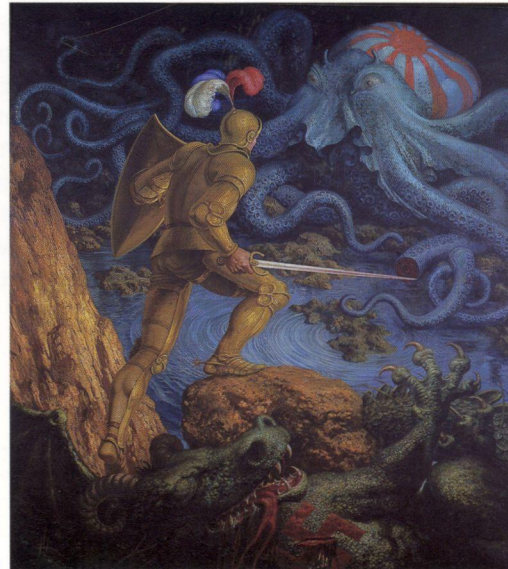
50

Due to diplomatic pressures from its neighbor to the north as well as geographic and political reasons and the fact that German submarines had sunk two of its petroleum ships in the waters of its Gulf on May 22, 1944, Mexico declared war upon the Axis powers and incorporated itself into the war on the Allies' side. Besides sending a squadron –the 201– to combat in the far-away lands of the Philippines (a military intervention of a mostly symbolic nature) Mexicans contributed in many other ways, such as with labor and resources, to the triumph of democracy and the defeat of fascism.

Through the *Programa bracero*, hundreds of Mexican workers labored in the fields and factories of the United States taking the place of North Americans who had left to fight on the warfront. In the same way, Mexican fields and factories supplied the war economy headed by presidents Roosevelt and Truman. Following the promise that their residency status in the United States would be normalized or that their standard of living would be improved, many men of Mexican background joined Uncle Sam's armed forces.

The Second World War (1939-1945) changed Mexico's profile. This crossroads was favorable for the country's economic development, providing a modernizing impulse which affected all of the country's spheres and activities including its habits of consumption, forms of entertainment and means of communication.

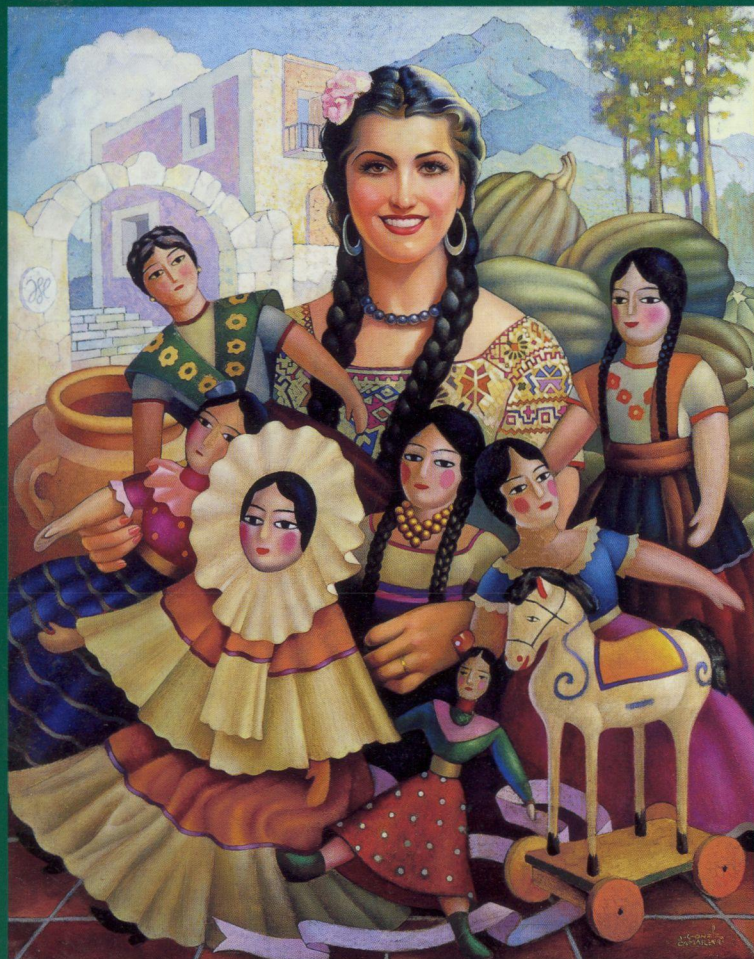
Under the political program of *Unidad Nacional* and its mandates which intensified patriotism, in the days in which obligatory military service was established and movie theaters showed war newsreels, Mexican youth learned to dance swing, chew gum, drink Coca-Cola and dream of pin-up girls. On a par with movies, magazines and radio programs, the calendars of those times placed themselves at the service of official propaganda: they made a call for productivity, encouraged Panamericanism and sent St. George to combat the dragons of Adolf Hitler and the octopuses of the Emperor Hirohito.



51



52



Jorge González Camarena:

Los calendarios de un muralista

Jorge Gonzalez Camarena:

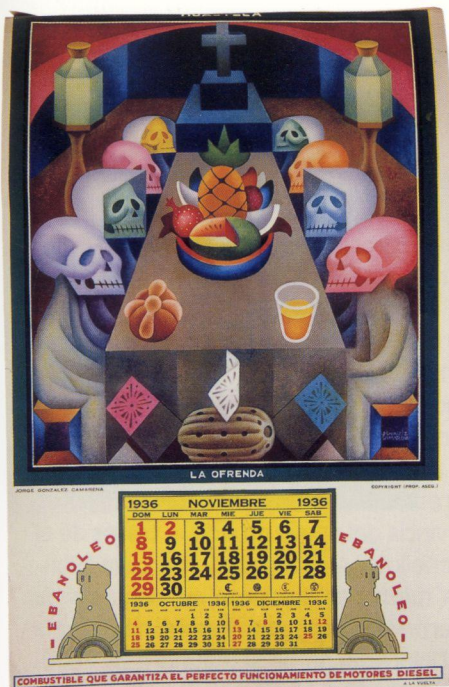
The Chromo Arts Calendars of a Muralist

El pintor y muralista Jorge González Camarena nació en 1908, en Guadalajara, Jalisco. A los diez años se trasladó con su familia a la ciudad de México. Estudió en la Academia de San Carlos y fue miembro de la Escuela al Aire Libre de Tlalpan. Participó en el movimiento estudiantil que en 1928 llevó a la dirección de esa escuela a Diego Rivera y desde esa época mantuvo una estrecha relación con Gerardo Murillo (Dr. Atl). Obtuvo el segundo y tercer lugares en el legendario concurso artístico que en 1931 organizara la cementera La Tolteca; el segundo lo compartió con Rufino Tamayo y el tercero con María Izquierdo, debajo de Juan O'Gorman, ganador del primer lugar. Al año siguiente se hizo cargo de la restauración de los frescos del siglo XVI que recién se habían descubierto en el ex-convento de Huejotzingo, Puebla; por entonces desarrolló una técnica para pintar que llamó "cuadratismo", la cual consistía en dividir el espacio en mitades, después en cuartos y en octavos, con el fin de facilitar la composición del cuadro. A su regreso, en 1934, contrajo matrimonio con Jeannie Barre Saint, con la que tuvo cuatro hijos.

A partir de 1940 inicia su carrera de muralista y autor de obras monumentales. Entre estos trabajos se pueden mencionar las esculturas *El trabajo* y *La maternidad* (1950) que se ubican en la sede principal del Seguro Social, en la ciudad de México; el *Monumento a la Independencia* (1960) de Dolores Hidalgo, Guanajuato; el mural *La erupción del Xitle* del Museo Cuicuilco (1948); *La humanidad se libera de la miseria* (1964), en el Palacio de Bellas Artes; *La antropología del hombre y su cultura* (1964) que se encuentra en el Museo Nacional de Antropología; y *Presencia de América Latina*, un mural elaborado para la Universidad de Concepción, en Chile (1965). Tres años antes González Camarena había pintado *La patria*, un cuadro que la Comisión Nacional de los Libros de Texto Gratuitos convirtió en portada de todos los libros de educación primaria (la modelo que posó para este cuadro, convertido en emblema de la cultura oficial, se llamaba Victoria Dorenlas, originaria de Tlaxco, Tlaxcala). En 1970 obtuvo el Premio Nacional de las Artes. Muere diez años después, el 24 de mayo de 1980.

A la par que desarrollaba la obra que le ganaría un lugar dentro de la corriente más ortodoxa de la Escuela Mexicana de Pintura, entre fines de los años veinte y cincuenta, Jorge González Camarena realizó múltiples trabajos publicitarios: ilustraciones, carteles y calendarios, que a veces sólo firmaba con un anagrama o con el seudónimo de Lego. En ese periodo conoció a Francisco Cornejo, publicista formado en los Estados Unidos, quien lo contrató para ilustrar –junto con Miguel Covarrubias, Roberto Montenegro y Andrés Biffaré– los calendarios de la Huasteca Petroleum Co. y con quien estableció un despacho de diseño comercial en la calle de Tacuba. Mientras existió el Rancho del Artista (1937-1959), un hollywoodesco retiro para bohemios y turistas que fundara el propio Cornejo, fue asiduo asistente a sus tertulias y exhibiciones.

En Galas de México, S.A. se conservan alrededor de 65 imágenes suyas, entre pinturas originales, impresos y matrices de vidrio.



54



55

The painter and muralist Jorge González Camarena was born in 1908 in Guadalajara, Jalisco, but at 10 years of age he moved with his family to Mexico City. He studied in the Academia de San Carlos and was a member of the Escuela al Aire Libre of Tlalpan. He obtained second and third places in a legendary artistic contest organized in 1931 by the cement company La Tolteca; a second place which he shared with Rufino Tamayo and a third place which he shared with María Izquierdo, behind Juan O'Gorman's first place. The following year he took charge of the restoration of the 16th Century frescoes which had just been discovered in the ex-convent of Huejotzingo, Puebla. Around that time he invented a painting technique called cuadratismo which consisted of dividing the space in half, then in fourths and eighths, with the purpose of facilitating the composition of the piece. When he returned in 1934, he married Jeannie Barre Saint by whom he had four children.

In 1940 he began his career as a muralist and artist of monumental works. Amongst these can be mentioned the sculptures *Work* and *Maternity* (1950), located in the Seguro Social headquarters in Mexico City; the *Monument to Independence* (1960) in Dolores Hidalgo, Guanajuato; *Xitle's Eruption*, a mural in the Museo Cuicuilco; *Humanity Frees itself from Misery* (1964) in the Palacio de Bellas Artes; *Anthropology of Man and his Culture* (1964) found in the National Museum of Anthropology; and the *Presence of Latin America*, a mural created for the Universidad de Concepción, in Chile (1965). Three years earlier González Camarena had painted *The Homeland* a piece which the National Commission of Free Textbooks placed on the cover of all its grade school textbooks. (The model who posed for this painting, which became an emblem of official culture, was a woman from Tlaxco, Tlaxcala named Victoria Dorenlas.) In 1970 he obtained the National Art Award. He died 10 years later on May 24, 1980.

Between the 1920's and the 1950's, during the same period in time in which he was creating the works of art that place him firmly within the most orthodox current of the Mexican School of painting, Jorge González Camarena completed several publicity pieces such as illustrations, posters and calendars, which he occasionally signed only with an anagram of the pseudonym "Lego." In that period of time he met and became the partner of Francisco Cornejo, a publicist trained in the United States, with whom he established a commercial design office located on Tacuba Street. Cornejo hired him to illustrate the calendars of the Huasteca Petroleum Company, along with Miguel Covarrubias, Roberto Montenegro and Andrés Baudiffred. During the existence of the Rancho del Artista (1937-1959), a Hollywood like retreat for bohemians and tourists which Cornejo himself founded, González Camarena regularly attended its social reunions and exhibits.

Galas de México, S.A. preserves approximately 65 images created by González Camarena, including paintings, prints and glass masters.



56



La bandera tricolor The Tri-Color Flag

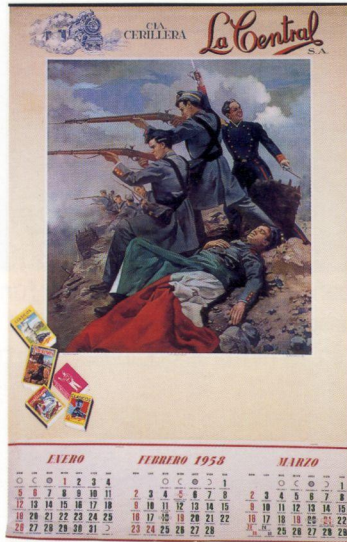
En el principio fue la profecía cumplida de un pueblo peregrino, una tribu venida de las lejanas tierras de Aztlán para radicarse en el valle del Anáhuac. Su dios Hutzilopochtli había señalado que la aparición de un águila sobre un nopal y devorando una serpiente sería la señal de que los mexicas habían llegado al lugar elegido como su hogar perenne: Tenochtitlan, la ciudad que, asentada sobre aguas lacustres, fundaron en 1325 y que al paso de los años se convertiría en la majestuosa sede del imperio azteca.

Este símbolo mesoamericano que perpetuaba el combate entre un ave predadora y un reptil acuático –a su vez representación de la lucha cosmogónica entre los poderes del sol y el agua, el cielo y la tierra, el día y la noche–, sobrevivió a la destrucción de los dioses, palacios y pirámides teotihuacanas que trajo aparejada la conquista de los súbditos de la corona española que comandaba Hernán Cortés, los nuevos dueños de México-Tenochtitlan a partir de 1521.

Durante los trescientos años de la era colonial, con la ciudad convertida en capital del virreinato de la Nueva España, aquel icono fundacional mantuvo su vigencia adecuándose a las circunstancias de un país cristianizado y en proceso de mestizaje. Artistas académicos y populares esculpieron, grabaron y pintaron su imagen en edificios civiles y religiosos, retablos y objetos de uso diario, libros y planos, como signo distintivo de la mayor y más hermosa provincia del nuevo mundo. A través de él hablaba el pasado indígena, una herencia de grandeza que los criollos y mestizos hicieron suya cuando, hartos de los privilegios que favorecían a los hijos de la metrópoli, iniciaron su lucha por la independencia. Al lado de la Virgen de Guadalupe, el águila, la serpiente y el nopal alentaron la guerra de los ejércitos insurgentes. Miguel Hidalgo, al dar el grito de Dolores el 16 de septiembre de 1810, ostentaba sobre su pecho un águila mexicana en combate contra un león español. El generalísimo José María Morelos hizo de la conjunción de los tres elementos el sello oficial y el escudo de la bandera de sus tropas. Agustín de Iturbide, jefe del ejército que en 1821 consumó la liberación, decretó que el símbolo genésico de México-Tenochtitlan sería el emblema de la nación mexicana, el motivo central de un lábaro tricolor: verde, blanco y encarnado.

Desde entonces existe la devoción patriótica por esos tres colores y un escudo que compartió la ínfulas imperiales y resistió los reacomodos republicanos, y a fin de cuentas se dio el lujo, como dice la canción popular, de retratarse en el dinero. La memoria de nuestros héroes y batallas es obligada tributaria de esta sincrética heráldica nacionalista en cuya hechura, según ha escrito el historiador Enrique Florescano, participaron tres diferentes tradiciones: “la indígena, la herencia religiosa hispana, y la tradición liberal que propuso fundar estados autónomos y soberanos”. De su imaginaria abrevan nuestra educación cívica, el gobierno cuando convoca a la unidad nacional en tiempos de crisis y nuestra debilidad por los arrebatos patrioterros, que nos permiten empeñar el honor del país en un partido de fútbol, una pelea de box o un altercado de cantina.

Los cromos calendáricos mexicanos del siglo XX fueron ilustración puntual, y a veces delirante, del nacionalismo que la Secretaría de Educación Pública enseñaba en las escuelas primarias, que las autoridades festejaban en los desfiles y ceremonias oficiales, y del cual participaron los comercios y la industria del espectáculo. En el papel impreso, entre refrescos y acumuladores eléctricos, jabones y atunes enlatados, la patria muda de los monumentos se tornó ligera, grácil y hasta frívola en los almanques; una mujer polifacética que se daba tiempo para encaminar a los niños a la escuela, bordar pendones, preparar antojitos típicos, combatir al enemigo desde la trinchera de sus metates y cumplir con sus compromisos como reina de la fiesta ranchera.



In the beginning there was the fulfilled prophecy of a pilgrim people, a tribe that came from distant Aztlán and settled in the Valle del Anáhuac. Their god Huitzilopochtli had predicted that the apparation of an eagle, seated on a prickly-pear, a serpent in its beak, was the sign that *Mexicas* had arrived to the chosen place which was to be their eternal home: Tenochtitlan. The city, built over the lake waters, was founded in 1325 A. D. and, with the passing of the years, grew ever grander and more majestic until it was worthy of regard as the very heart and center of the Aztec empire.

This Mesoamerican emblem that perpetuated the combat between a bird of prey and an aquatic reptile, in turn, symbolized the cosmogonic struggle between the powers of the sun and the water, heaven and earth, night and day. It survived the destruction of the gods, palaces, and pyramids which had lured the subjects of the Spanish crown, commanded by Hernán Cortés, to conquer México-Tenochtitlan and establish ownership in 1521.

During the three hundred years of colonial rule, with great Tenochtitlan now dissolved into the Viceroy's capital in New Spain, the emblem maintained its validity while adjusting to the circumstances of a land converted to Christianity and the mixing of races that led to a new nationality. Artists and artisans sculpted, engraved, painted and inlaid the image on constructions both secular and religious, on altars and on objects for everyday use, in books and on maps: the distinctive sing of the grandest and loveliest of all the provinces in the new world. All in all, the indigenous past was synthesized with a heritage of grandeur in a symbol taken up by the native-born against domination by the Spanish metropolis. Along with the Virgen of Guadalupe, the eagle, the serpent and the prickly-pear guided the *insurgentes* in their war for independence. When Miguel Hidalgo gave the cry for freedom in the town of Dolores on September 16, 1810, he wore the Mexican eagle proudly across his chest in defiance of the Spanish Lion. General José Maria Morelos conjoined those symbols into the official seal and the shield in the flag to guide his troops. Agustin Iturbide, head of the army that in 1821 consummated the liberation of the former colony, finally decreed that the same emblem brought to México-Tenochtitlan would also serve to identify the new Mexican homeland, and would forever remain at the center of the tricolor flag of green, white and red.

Since then, a patriotic devotion persists, inspired in those three colors and their heraldic emblem that divided the pretentious Imperials and that has resisted the Republican reforms and even appears on paper currency, coinage and in the official seal. The memory of our heroes and battles is an obligatory tribute to this sincretic nationalist herald, to whose confection, as historian Enrique Florescano writes, three different traditions contributed: "the indigenous, our Hispanic religious legacy, and the liberal heritage that dared to propose the founding of autonomous and sovereign states." This imagery abbreviates our civic education and serves as a call to unity in times of national crisis and, given our weakness for nationalistic burlesque, allows us to wager the nation's honor on a football game, a boxing match, or a barroom brawl.

Mexican calendar illustrations of the 20th Century represented, to the point of the sublime, the nationalism otherwise promulgated in elementary schools by the Ministry of Public Education, or flaunted in parades and official ceremonies by civil authorities. They distilled the essence of a nationalism that became part of every business operation and was caricatured by the entertainment industry. On paper and in print, above advertising for soft drinks or automobile parts, soap or canned tuna fish, the motherland seemed less solemn, less wed to historical monuments; she became lighter, more graceful, more charming, even frivolous-- a multifaceted woman, for example, in the prime of her life, who would take the time to pick up and deliver her children at their school and, in the meantime, manage to knit and embroider, prepare typical recipes in her traditional kitchen, fight the enemy from the trenches or from her grinding stone and still reign, braided and bashful, at the ranch festival, surrounded by swooning swains.



Galas:
Fábrica de cromos
Galas:
The Chromo Art Factory

Galas de México, S. A., la más grande fábrica de calendarios que hubo en México en este siglo, lleva en su nombre el primer apellido de su fundador: Santiago Galas Arce, un inmigrante nacido en Santander, España, en 1886, que llegó a México a los catorce años para trabajar en una tienda de ultramarinos. La historia de la empresa se remonta hasta 1913, cuando Galas Arce adquiere una pequeña imprenta al costo de mil quinientos pesos. Desde entonces y hasta la fecha, ahora como parte de Grupo Carso, la imprenta Galas ha sido un activo protagonista de las industrias gráficas mexicanas, un lugar en el que los más variados productos que han circulado en nuestro país –cigarros, cerillos, refrescos, cervezas, electrodomésticos, tractores–, encontraron empaque e imagen publicitaria.

A partir de los años treinta, cuando publicistas e impresores descubren la eficacia comercial de los calendarios murales y las posibilidades que ofrece la tecnología del *offset*, Galas se incorpora al negocio de los cromos. Al igual que La Enseñanza Objetiva, empresa pionera en ese ramo, y Lito Latina, la más antigua compañía litográfica de México, fundada en 1886, la imprenta de Santiago Galas estableció en sus instalaciones un estudio para que un grupo de pintores, contratados por tiempo o por obra, produjeran las pinturas originales a partir de las cuales se procesarían las estampas de los calendarios; tanto de aquellos llamados “especiales”, que eran los contratados en exclusiva por una empresa, como los “de línea”, que eran los que la imprenta ofrecía en sus catálogos al público en general.

Las pinturas para calendario, coloridas y de gran formato, realizadas con la ayuda de modelos y a partir de documentación fotográfica, se hacían al gusto del cliente o del impresor. Eran el primer paso de una larga cadena de producción y distribución. Del taller de los artistas las obras eran llevadas al departamento de fotomecánica, donde se retrataban con filtros para obtener las selecciones a color: un negativo por cada una de las tintas, normalmente seis, en las que se descomponía la imagen. Con estos negativos, luego de pasar por el departamento de retoque, se grababan las láminas de *offset*. Finalmente, se procedía a la impresión, color por color, hasta restituir en cientos de copias los valores cromáticos del cuadro original.

Este método de producción, tan artesanal como industrial, se completaba con un sistema de venta y distribución que recogía y entregaba pedidos en todos los rincones de la república. Agentes de la imprenta Galas viajaban por todos los medios conocidos, visitaban ciudad por ciudad y pueblo por pueblo, ofreciendo a todos los pequeños comercios esos bonitos impresos que –les prometían a sus clientes– iban a ser un buen regalo y un signo de distinción.

De esa manera, entre los años treinta y setenta, Santiago Galas adornó miles de salas, recámaras y oficinas mexicanas con hermosas mujeres, bellos paisajes, épicas y románticas escenas que tenían duración anual y que eran cortesía de la ferretería, cremería, papelería y estanco de la esquina. El éxito comercial de estos impresos publicitarios le permitió expandirse a Centroamérica, Cuba, Colombia, Venezuela y los Estados Unidos.

Además de magnate de las artes gráficas, Santiago Galas Arce fue un reconocido filántropo. Murió en la ciudad de México el 4 de diciembre de 1970.



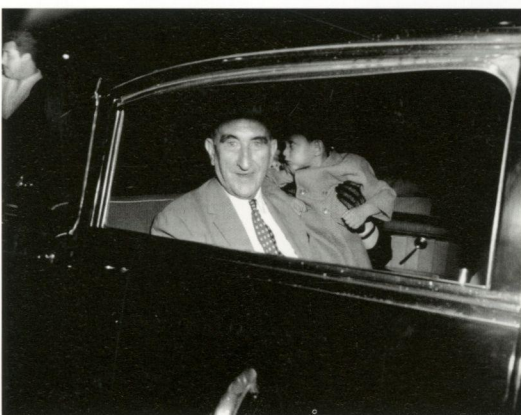
63



64



65



The largest calendar factory in Mexico in this century, Galas de México, S.A., is named after its founder Santiago Galas Arce, an immigrant born in 1886 in Santander, Spain, who arrived in Mexico at fourteen years of age in order to work in an imports store. The history of the Galas company goes back to 1913, when Galas Arce acquired a small print shop at the cost of 1500 pesos. From that time until today, currently as part of the Grupo Carso, the Galas printing company has been an active leader in the industry of Mexican graphics, an industry in which the most varied products which have circulated in our land –cigarettes, matches, soft drinks, beers, appliances, tractors– found publicity image and packaging.

Galas became involved in the chromos business as of the 1930's, when publicists and printers discovered the effectiveness of mural calendars and the possibilities offered by the technology of offset printing. In the same way as La Enseñanza Objetiva, a pioneer in the field, and Lito Latina, the oldest lithographic company in Mexico which was founded in 1886, Santiago Galas' printing company established a studio in its facilities for a group of painters, contracted either by the hour or by the piece, who produced original paintings from which color prints for calendars would be developed. These artists produced not only the so-called "special" pieces which were exclusively commissioned by businesses, but also the "factory-line" pieces which the printing company offered in its catalogues to the public at large.

The large format, colorful paintings for calendars, created with the help of models and based on photographic documentation, were created to the client's or the printer's taste. They were the first step in a long chain of production and distribution. The paintings were taken from the artists' workshops to the photography department, where they were photographed with filters in order to obtain the color selections –a negative for each of the six ink colors in which the image was usually deconstructed. Using these negatives, after they had passed through the touch-up department, the offset plates were engraved. Finally, one could proceed to printing color by color, until hundreds of copies recovered the original's color values.

This method of production, both industrial and artisan, was supplemented by a sales and distribution system which gathered and delivered orders throughout the entire country. Sales agents of Galas would travel by every means of known transport to visit city after city and town after town, offering small businesses those lovely prints which they promised would be a good courtesy gift and a sign of the businesses' distinction.

In this manner, between the 1930's and the 1970's, Santiago Galas decorated thousands of Mexican living rooms, bedrooms and offices with lovely women, beautiful landscapes, and epic and romantic scenes which lasted for a year and came courtesy of the corner hardware store, pharmacy or butcher shop. The commercial success of these publicity prints allowed the company to expand to Central America, Cuba, Colombia, Venezuela and the United States.

In addition to being a graphic arts magnate, Santiago Galas Arce was a well-known philanthropist. He died in Mexico City on December 4, 1970.



Jesús Helguera:

El maestro del calendario mexicano

Jesús Helguera:

The Master of the Mexican Art Calendar

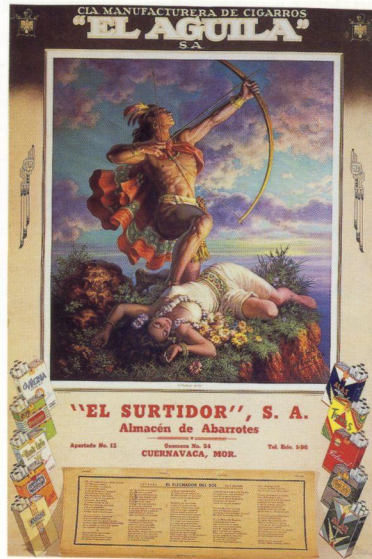
El más popular pintor de calendarios mexicanos, Jesús Enrique Emilio de la Helguera Espinoza, nació en la capital del estado de Chihuahua, el 28 de mayo de 1910. De acuerdo con su biógrafo Ismael Popoca Salas, el artista tuvo una infancia itinerante. Primero viajó a la ciudad de México, después a Córdoba, Veracruz, y finalmente a Ciudad Real, España, donde terminó sus estudios primarios. Luego de haber mostrado notables aptitudes para el dibujo, se trasladó a Madrid con sus abuelos paternos para poder estudiar en la Escuela de Artes y Oficios. A los catorce años ingresó a la Academia de Bellas Artes de San Fernando, en donde fue alumno de los famosos pintores José Moreno Carbonero y Julio Romero de Torres. Obtuvo una beca como pintor paisajista en la residencia del gobierno español en la provincia de Segovia y después otro subsidio para una estancia en la isla de Mallorca. A su regreso a Madrid ganó un premio en la exposición "Obras del Año", que consistía en el otorgamiento de una pensión para estudiar en la residencia de Granada en la Alhambra, al tiempo que ganaba prestigio como ilustrador de libros, revistas y cuentos. A los dieciocho años se fue a Bilbao donde ejerció la cátedra de profesor de Artes Plásticas. Ya casado con una joven madrileña, al estallar la Guerra Civil Española, regresó a México.

En la capital de su país natal encontró trabajo como ilustrador en la editorial de Francisco Sayrols, quien editaba revistas de información y entretenimiento. A fines de 1937 aparecen sus primeras colaboraciones en *Sucesos para Todos*, publicación para la que seguirá haciendo viñetas y portadas hasta 1940. En 1939 se da a conocer como pintor de almanaques y calendarios: sus cuadros *La fiesta del Istmo* y *Poco a poquito* son reproducidos por la compañía litográfica La Enseñanza Objetiva. Al año siguiente pinta su legendario cuadro *La leyenda de los volcanes*, con el que inicia su revisión de la mitología prehispánica, imagen que desde entonces no se ha dejado de reproducir.

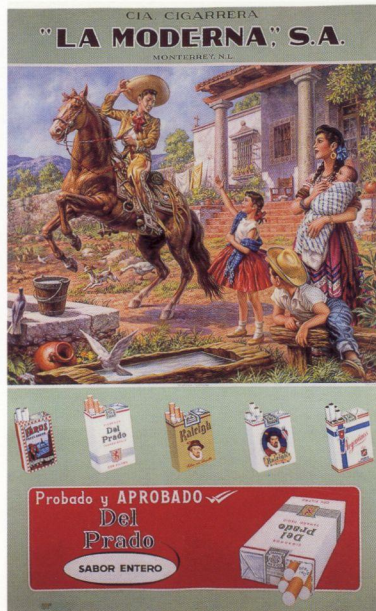
Entre 1941 y 1953 Jesús de la Helguera trabajó para La Enseñanza Objetiva, ilustrando los calendarios de las compañías Ilanteras General Popo y Goodrich-Euzkadi, de la Compañía Manufacturera de Cigarros El Águila S. A. y de la Lotería Nacional. Al desaparecer aquella fábrica litográfica, a mediados de los años cincuenta, se incorporó a la planta de pintores de la imprenta Galas, para la cual trabajó, intermitentemente, en los siguientes tres lustros. En los años sesenta fue contratado como artista exclusivo de la cigarrera La Moderna.

Murió en la ciudad de México el 4 de diciembre de 1971. Esperó en vida, inútilmente, el reconocimiento de la crítica académica y los museos de artes plásticas, para quienes siempre fue un simple pintor de almanaques. Tuvo, sin embargo, el mejor y más perdurable de los homenajes: sus utopías se convirtieron en signos de identidad.





69



71

Jesús Enrique Emilio de la Helguera Espinoza, the most popular of Mexican calendar painters, was born in the capital of the state of Chihuahua on May 28, 1910. According to his biographer Ismael Popoca Salas, the artist had a itinerant childhood. He moved first to Mexico City, later to Córdoba, Veracruz, and finally to Ciudad Real, Spain, where he completed his grade school studies. Having shown remarkable aptitude for drawing, he traveled to Madrid with his paternal grandparents in order to study art at the Escuela de Artes y Oficios. At the age of 14 he entered the Academia de Bellas Artes de San Fernando, where he studied under famous painters such as José Moreno Carbo-nero and Julio Romero de Torres. He obtained a Spanish government grant as a landscape painter in the province of Segovia and then another subsidy for a stay in the island of Mallorca. When he returned to Madrid he won a prize in the exhibit *Obras del Año* which consisted of a pension in order to study at the Granada residence in the Alhambra. During the same period of time he gained prestige as an illustrator of books, magazines and short stories. When he was 18 years old he went to Bilbao where he taught as a professor of Visual Arts. He returned to Mexico when the Spanish Civil War broke out, already married to a young woman from Madrid.

In the capital of his homeland he found work as an illustrator in the editorial house of Francisco Sayrols, who edited information and entertainment magazines. At the end of 1937 his earliest collaborations appeared in *Events for Everybody*, a publication for which he would continue to create sketches and covers until 1940. In 1939 he began to be known as a painter of almanacs and calendars; his pieces *Isthmus Holiday* and *Little by Little* were reproduced by the lithographic company La Ense-ñanza Objetiva. The next year he painted his legendary piece *The Legend of the Volcanoes* with which he began to revise pre-Colombian mythology, an image which has not ceased being reproduced since those times.

Between 1941 and 1953 he worked for La Enseñanza Objetiva, making calendars for the tire companies General Popo and Goodrich-Euzkadi, the cigarette manufacturing company El Águila, S.A. and la Lotería Nacional. When that print factory closed in the mid-1950's, he began to work for the printing company Galas de México, S.A. for which he worked intermittently over the following 15 years. In the 1960's he was contracted as an exclusive artist with the cigarette manufacturing company La Moderna.

He died in Mexico City on December 4, 1971. He waited all his life, fruitlessly, for the recognition of academic critics and visual arts museums, for whom he always remained a mere almanac painter. Nevertheless Jesús de la Helguera obtained the finest and most enduring of tributes: his utopies became signs of identity.



Muñequitas:

Del campo a la luna

Pin-Up Girls:

From the Fields to the Moon

Excepción hecha de algunas autoras como Aurora Gil o Manuela Ballester, las mujeres no tuvieron una participación destacada en la manufactura de los calendarios mexicanos del siglo XX. En cambio, como tema, personaje, fantasía y señuelo de los cromos, nunca tuvieron un momento de reposo. Pintadas y fotografiadas de frente y de perfil, revisadas en todas sus facciones y volúmenes, sublimadas hasta el punto de la belleza imposible, estas mujeres de papel y con duración anual, eran las modosas, sumisas, seductoras y maliciosas representantes del eterno femenino. Ya colgadas de los muros, sus encantos tuvieron como principal objetivo satisfacer los anhelos masculinos y promover las marcas de sus patrocinadores.

Más que corresponder a mujeres con una vida y un misterio propios, las figuras femeninas de los cromos encarnaron el catálogo de los viejos y nuevos estereotipos: de la *mater dolorosa*, piadosa o heroica, a la maja devoradora de hombres. A lo largo de esta centuria, en el espejo de su vanidad se reflejaron las modas del peinar y el vestir, los modelos que instituyeron los *magazines* y la cinematografía, el cambio en los maquillajes y los accesorios íntimos, la evolución que las transformó de rústicas pastorcillas en viajeras interplanetarias. Pudibundas o atrevidas, en realidad nunca se movieron del mismo lugar, de la vitrina o repisa en donde fueron objetos de ornato, piezas intercambiables como los refrescos o las llantas que anunciaban.



74



With the exception of a few artists such as Aurora Gil or Manuela Ballester, women did not play a significant role in the manufacturing of Mexican calendars during the 20th Century. On the other hand, as topics, characters, fantasies, and lures of the *chromos*, women never had a moment of rest. Painted and photographed from the front and from the side, with every feature and form modified, sublimated to the point of an impossible beauty, these paper women who lasted for a year were the stylish, submissive, seductive and malicious representatives of the eternal feminine. Hanging on walls, their charms had the primary purpose of satisfying masculine desires and promoting the brands of their sponsors.

Rather than corresponding to women with their own mystery and life, the feminine figures of the *chromos* incarnated a litany of old and new stereotypes: from the pious or heroic *mater dolorosa* to the man-eating *femme fatale*. Throughout the century, the vanity of these women made of paper reflected changing styles in hair, clothing, makeup and intimate apparel, ideals created by magazines and films, an evolution from rustic shepherdesses to interplanetary travelers. Whether modest or daring, however, in reality they never left the same place: the counters or shelves where they were never more than decorative objects as interchangeable as the soft drinks or tires which they were selling.

75



76





Jaime Sadurní:
Los cromos del tequila
Jaime Sadurní:
The Tequila Chromos

Jaime Sadurní Pernía nació el 19 de octubre de 1915, en el puerto de Veracruz. Dibujante y pintor autodidacta, en 1933 obtuvo el premio Pro Bellas Artes Goya que otorgaba el gobierno de la república a los artistas jóvenes más destacados. Como hijo mayor y responsable de sus seis hermanos, que quedaron huérfanos al morir su padre, Sadurní tuvo que mudarse a la ciudad de México en busca de trabajo. Su primer dinero lo ganó haciendo retratos taurinos.

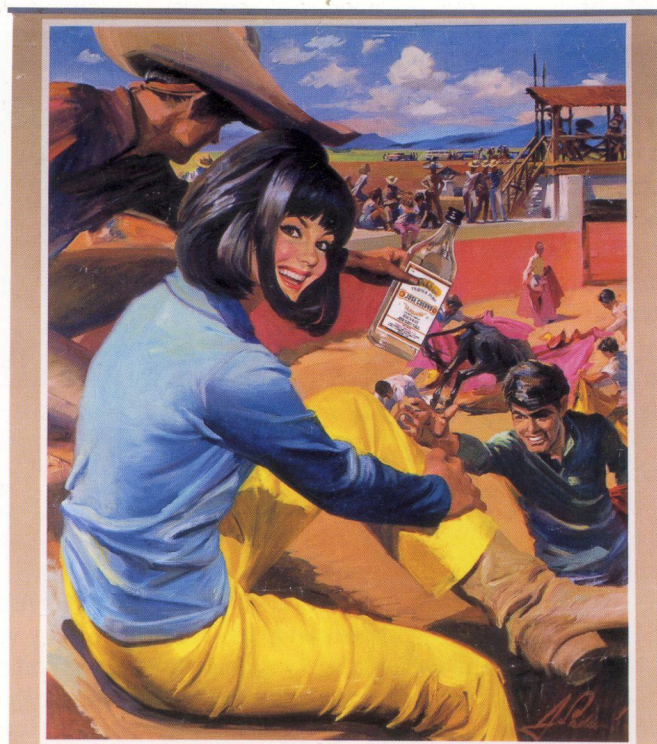
A mediados de los años treinta se inicia como pintor publicitario, al incorporarse a la planta de artistas que laboraban para la compañía litográfica de Santiago Galas. En 1940 se contrata con la empresa Litógrafos Mexicanos y poco después se traslada a La Enseñanza Objetiva. Al mismo tiempo es eventual ilustrador de semanarios y periódicos. Durante la época de la Segunda Guerra Mundial trabajó para la revista *Hazañas de guerra*, un órgano propagandístico del Comité Aliado. Más tarde fue el encargado de decorar las paredes del centro nocturno El Bohemio.

Hacia 1951 pinta el cuadro que se convertirá en su cromo más reproducido y famoso: *La Sirena*, que es muestra de su gusto y dominio de los temas marinos.

A fines de los años cincuenta, trabajando ya para la compañía Lito Latina, Jaime Sadurní es contratado por la compañía Cuervo como su artista exclusivo. Los cromos tequileros que Sadurní realizó en la siguiente década ilustraron los cambios en la imagen mercadotécnica de un producto que se había convertido en símbolo nacional: de los ambientes campiranos y del pasado de nuestra revolución, el agave embotellado pasó a ser parte de la alegría de los jóvenes modernos. Fue entonces cuando, al decir del empresario Juan Beckman, "el tequila se bajó del caballo".

A partir de 1972, Jaime Sadurní dejó de hacer pinturas para calendario y se dedicó a realizar retratos, paisajes y escenas taurinas para coleccionistas particulares. Murió en agosto de 1988, a causa de un paro cardíaco, en la ciudad de México.





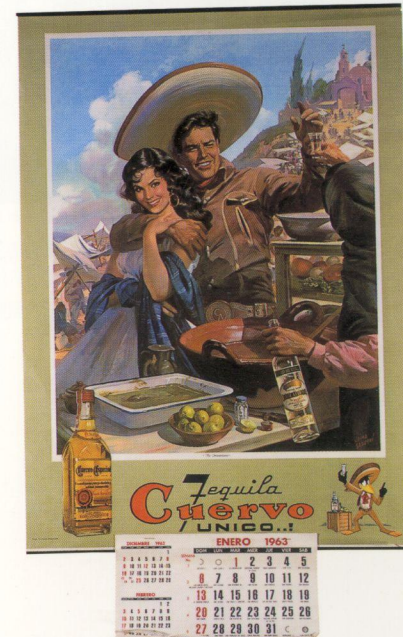
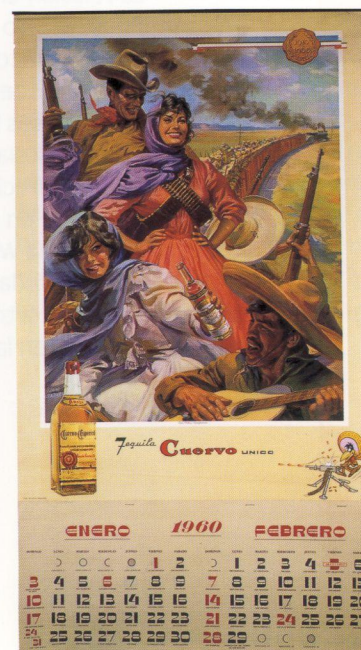
Jaime Sadurni Pernia was born on October 19, 1915 in the port of Veracruz. A self-taught painter and sketch artist, in 1933 he was awarded the Pro Bellas Artes Goya prize, conferred by the country's government on its most outstanding young artists. As the eldest son who was responsible for his six siblings orphaned when their father died, Sadurni had to move to Mexico City to look for work. He made his first money drawing sketches of bullfights.

In the mid 1930's he started to work as a publicity painter, incorporating himself to the group of artists who worked for Santiago Galas' lithographic company. In 1940 he signed a contract with the Litógrafos Mexicanos company and shortly thereafter transferred to La Enseñanza Objetiva. At the same time he became an occasional illustrator of weeklies and newspapers. During World War II he worked for the magazine *Hazañas de la Guerra*, a propaganda tool for the Allies. Around 1951 he painted *The Mermaid*, a

piece which would become his most famous and reproduced chromo and which evidenced both his taste and his mastery of marine themes.

At the end of the 1950's, when Sadurni was already working for Lito Latina company, José Cuervo contracted him as an exclusive artist. In the end, the tequila chromos that Sadurni created during the following decade constituted a chronicle of the tastes and styles of that period, illustrating the changes in the marketing image of a product that had become a national symbol: arising from rural environments and from the past of the revolution, bottled agave came to form part of modern youth's celebrations. At that point in time, in the words of the businessman Juan Beckman, "tequila got off its horse."

As of 1972, Jaime Sadurni ceased to make calendar paintings and devoted himself to creating sketches, landscapes and bullfight scenes for private collectors. He died of a cardiac arrest in Mexico City in August, 1988.





El cine de los cromos The Cinema of Calendar Images

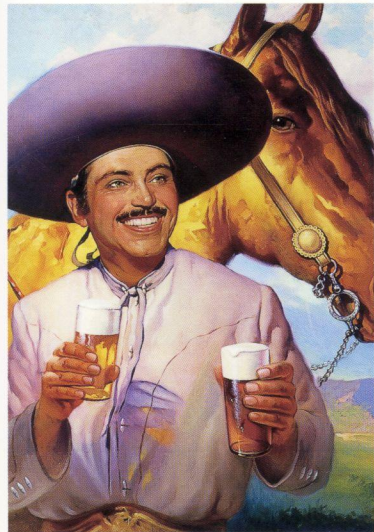
A los espectáculos de la era moderna –el teatro musical, la radio, los discos y sobre todo la cinematografía– se les debe un nuevo tipo de fama de la que carecieron los artistas y héroes de la antigüedad; un culto pródigo en brillos y *glamour* pero tan evanescente como la espuma. Bajo la luz de las candilejas, los reflectores y los *flashes*, los cantantes y actores, los apuestos caballeros de la escena y las seductoras damas de la pantalla, se convirtieron en ídolos, modelos a imitar y auténticos iconos: imágenes merecedoras de la laica devoción de sus espectadores.

Al milagro de la mitificación de las estrellas del espectáculo, las artes gráficas contribuyeron con el poder replicante de sus estampas, portadas y carteles. A través del papel impreso, ofrecido en una gran variedad de formatos y presentaciones, como parte de la información periodística o los materiales publicitarios, los rostros y cuerpos inalcanzables de las luminarias del *showbiz* entraron a la modesta cotidianidad de sus admiradores, quienes les construyeron nichos –las paredes de su recámara, el álbum de recortes, el cuaderno escolar– próximos a su corazón y cercanos a sus ojos.

De esta pasión fetichista, romance entre un público anónimo y unas estampas encantadoras, da testimonio el cromo calendárico mexicano del siglo XX. De los grandes personajes de la zarzuela y el teatro de revista local a las glorias del cine hollywoodense, de Celia Montalván a Gloria Trevi, los principales protagonistas de nuestra industria del espectáculo desfilaron por el foro de los cromos, ilustrando con su presencia las transformaciones en las diversiones y los gustos, y fechando el reinado de su belleza o galanura. 1927: Esperanza Iris. 1937: Esther Fernández. 1962: Marilyn Monroe.

La relación entre el cine y los cromos calendáricos mexicanos fue intensa, de ida y vuelta. Los segundos no sólo fueron la copia colorida de carteles y *stills*; funcionaron asimismo como elementos escenográficos de las películas cuyas historias, cómicas o melodramáticas, se ubicaban en hogares pobres o de clase media baja. Desde su condición de objeto ambientador del *set*, los almanaques impresos fueron partícipes de la algarabía de Tito Guizar en *Allá en el rancho grande* y del llanto de Blanca Estela Pavón en *Ustedes los ricos*.

Ya desaparecida la tradición de los cromos, convertida en nostalgia su ensoñación vernácula, la televisión buscó en sus príncipes y doncellas aztecas la inspiración para el videoclip de algún cantante de moda. Pola Weiss, en el video *Sol o águila* (1980), retomó una imagen de Jesús de la Helguera para realizar una cruda reflexión sobre la pobreza mexicana: la distancia, cada vez más grande, que separaba a los ancestros constructores de las pirámides de la descendencia indígena que en la gran ciudad sobrevivía en la mendicidad y el subempleo.



Entertainment in the modern era—musical theater, radio, recordings and especially films—is the product of a phenomenon unimaginable in a more innocent and less media-bound past. Yet the shimmer and glamour, only as frothy as foam, barely disguised the dismay behind the limelight and icons no more substantial than a camera flash.

The graphic arts formed the essence of this miracle of mythmaking. Postcards, posters and magazine covers, easily reproduced, multiplied like a machine out of control. Thus the face and figure of the stars became part of our everyday world, and fans could easily plaster their bedroom walls or fashion a scrapbook with images dearer to them, more real and inspiring, than anything outside that fantasy of fulfillment.

This passion, a romance between an anonymous public and some charming prints, is characterized in the classics among the Mexican calendar images of the twentieth century. Yet the legendary headliners of the Spanish musical tradition known as *zarzuela*, or the local musicals, were eventually replaced by the celebrities of Hollywood or by performers like Celia Montalván or Gloria Trevi. The leading protagonists of Mexican films, long paraded before our eyes in calendar and poster art, only underlined the transformation in taste and the market penetration of the international image. If 1927 was characterized by Esperanza Iris and 1937 by Esther Fernández, by 1962 our idol was Marilyn Monroe.

The relation between films and Mexican calendar art was intense, both coming and going. The calendars not only illustrated the advertising or scenes from the film's action, they also validated background settings that became more real than the world we lived in, until our lives were a projection of comedy or melodrama which, whether in a country hut or urban squalor, was a scathing denunciation of social inequality or the seductive grandeur of a mansion-- Tito Guízar, joyful in *Allá en rancho grande* or Blanca Estela Pavón, desolate in *Ustedes los ricos*.

Once calendar art, as narrative and illustration, had passed to an inconsequential role in our visual memory, television took over, searching vainly among those now passé Aztec princes and maidens for a valid and tangible imagery and, instead, came up with a videoclip cult figure *cum* popular songster. Pola Weiss on the video *Tails or Heads* (1980) took up the icon of Jesús de la Helguera's calendar classics in an attempt to criticize Mexican poverty, only to show the ever-greater distance between those pyramid-builders of the past and their disenfranchised urban descendents, begging on city streets.



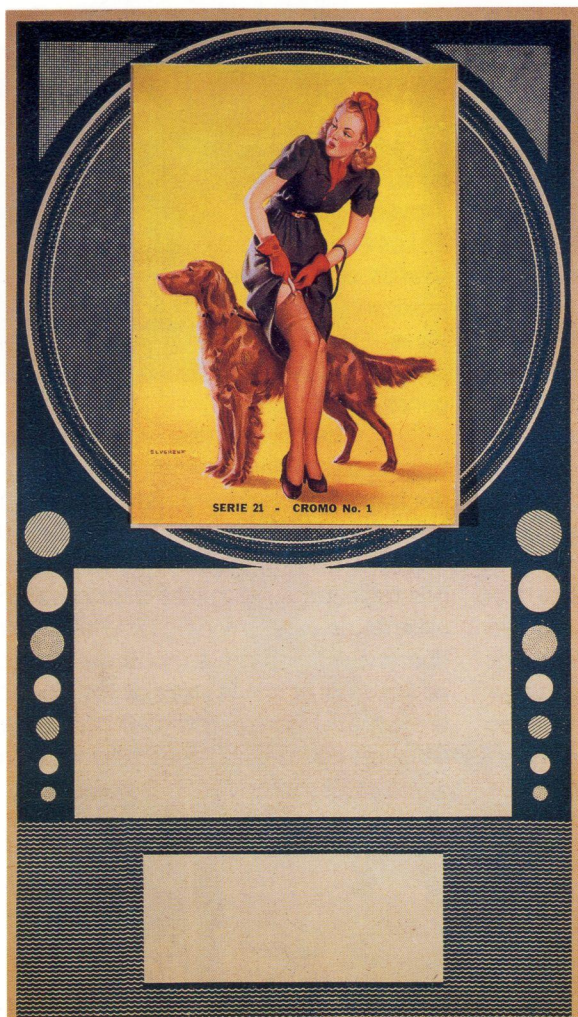
Imitaciones y copias Imitations and Copies

El calendario ilustrado, un medio publicitario y una expresión del "arte en la era de la reproductibilidad mecánica" a la que se refiere el filósofo Walter Benjamin, fue y sigue siendo un producto de consumo internacional. Desde fines del siglo XIX, en las principales ciudades del mundo, se extendió el uso de las técnicas de la cromolitografía y, más tarde, las del *offset*. Al igual que en el cine, a través de estas miles y miles de estampas se difundió la imagen de Occidente, los ideales de felicidad y belleza que impusieron Europa y los Estados Unidos. En contraparte, los demás países intentaron adaptar este género de las artes gráficas a sus gustos y requerimientos particulares.

Entre la homogeneidad de los modelos y la búsqueda de un perfil propio, entre la imita-

ción y la recreación, transcurrió la historia contemporánea de los calendarios mexicanos. A partir de los años veinte, los *magazines*, cromos y *hangers* que producía el vecino del norte, donde el desarrollo económico aceleró la evolución del diseño y la publicidad, fueron puntos de referencia de nuestros pintores de almanaques. Incluso en el periodo en que el color local dominó las imágenes de los calendarios nacionales, se perciben formas y composiciones inspiradas en las estampas norteamericanas. De esta manera, y por caminos que iban de la simple trasposición a la reinención desafortunada, las obras y el estilo de grandes ilustradores como Norman Rockwell, Alberto Varga, Gil Elvgren y otros más, se incorporaron al catálogo de la imprenta Galas y a los de las otras compañías litográficas.





88

The illustrated calendar, a means of publicity and what philosopher Walter Benjamin refers to as an expression of "art in the era of mechanical reproduction," was and continues to be a product for international consumption. From the ends of the 19th Century, in the world's main cities, the use of chromolithography techniques and later, those of offset printing became widespread. The movies and likewise thousands and thousands of color prints spread images of the West, the ideals of happiness and beauty imposed by Europe and the United States. As a defense, other countries tried to adapt this genre of graphic arts to their tastes and particular requirements.

The contemporary history of Mexican calendars developed between acts of imitation

and acts of creation, between models of homogeneity and the search for one's own profile. As of the 1920's, the reference points for our almanac painters were the magazines, chromos and hangers produced by the neighbor to the north, where economic development accelerated the evolution of design and publicity. Even in the period in which local color dominated the images of national calendars, one is able to perceive forms and compositions inspired in North American prints. Through this process and using simple transposition all the way to uncontrolled reinvention, the work and styles of great illustrators such as Norman Rockwell, Alberto Varga, Gil Elvgren and others were incorporated into the catalogues of Galas de México, S.A. and other printing companies.



89



La tradición perdida del pintor de calendarios The Lost Tradition of Calendar Painters

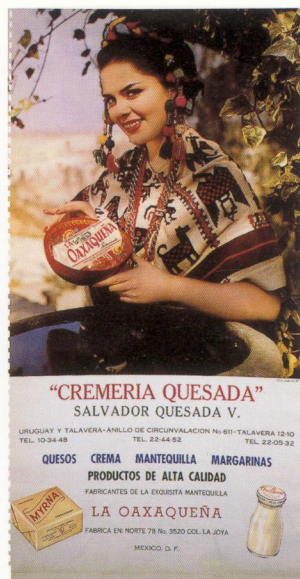
Con el fin de sustituir la importación de cromos extranjeros se desarrolló, a mediados de este siglo, una escuela mexicana de pintores de almanaques. Por cuatro décadas, de principios de los años treinta a fines de los años sesenta, estos autores se hicieron cargo de una parte de nuestras representaciones nacionalistas; una iconografía en la que coincidieron los intereses comerciales, la retórica dominante y el gusto popular. Cuando la publicidad se modernizó con la llegada de la televisión y las modas cosmopolitas desplazaron o arrinconaron a la temática nacionalista, el pintor de calendarios inició su retirada. Las compañías litográficas y sus clientes lo sustituyeron por sistemas más rápidos y menos costosos: la fotografía y la contratación de servicios gráficos.

La fotografía había estado presente desde siempre en la industria del calendario, no sólo por el uso que se hacía de ella en los procesos fotomecánicos. Las fotos de modelos, paisajes y objetos, producidas especialmente o tomadas de libros y revistas, constituyeron la principal documentación visual de los pintores. Algunos de ellos

llegaron a producir cromos con fotos iluminadas o a experimentar con el fotomontaje.

A principios de los años cincuenta, inicia su carrera ascendente el calendario fotográfico, en su mayor parte sustentado en las placas que provenían de agencias internacionales ubicadas en Los Ángeles o Nueva York. Aunque hubo fotógrafos que intentaron recuperar un estilo mexicano en sus tomas y montajes –Francisco Vives, Elodia Portal, Osorno Barona–, a fin de cuentas se impuso la estandarización de las imágenes importadas.

Dos décadas después, en los años setenta, se seguían reimprimiendo las imágenes clásicas de Jesús de la Helguera, Eduardo Cataño, José Bribiesca, Jaime Sadurni y Maurice Devaux, pero la galería del hogar estaba dominada por los niños rubicundos, las rubias despampanantes, las escenas de cacería y de pesca, las mascotas juguetonas y la eterna armonía del *american way of life*. Al igual que la nieve de los Alpes cayó sobre los paisajes ahora fotográficos, el polvo cubrió las obras de los pintores de almanaques. El oficio se acabó. Le sobrevivieron las imágenes.



The Mexican school of almanac painters developed in mid-century in order to substitute the importation of foreign chromos. For three decades, from the beginnings of the 1930's to the end of the 1960's, these artists were in charge of our nationalist representations; an iconography in which commercial interests, the dominant rhetoric and popular taste coincided. When publicity became modernized due to television's appearance and cosmopolitan styles displaced or cornered nationalist themes, the calendar painter began his retreat. Lithographic companies and their clients replaced the painter for quicker and less expensive systems such as photography and contracts for graphic services.

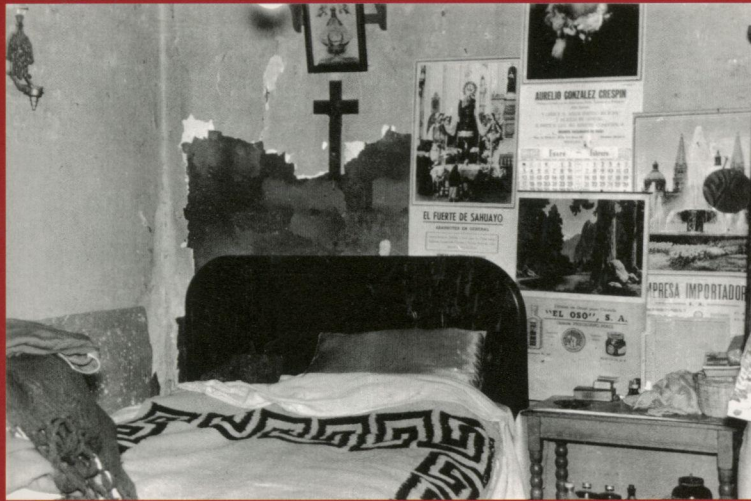
From the beginning, photography had always been present in the industry of the calendar, not only because of the use of photomechanic processes. Photos of models, landscapes and objects, whether specifically produced or taken from books and magazines, constituted the painters' primary visual documentation. Some of them came to produce

chromos with colored photos or experiment with photomontage.

At the beginning of the 1950's, the photographic calendar's ascent began, primarily sustained by plates which came from international agencies located in Los Angeles or New York. Even though there were photographers who tried to recover a Mexican style in their shots and montages –Francisco Vives, Elodia Portal, Osorno Barona– in the end the standardization of the imported images imposed itself.

Two decades later, in the 70's, the classic images of Jesús de la Helguera, Eduardo Cataño, José Bribiesca, Jaime Sadurní and Maurice Devaux continued to be reprinted, but the household gallery began to be dominated by ruddy-skinned children, striking blondes, fishing and hunting scenes, playful pets and the eternal harmony of the American Way of Life. Like the snow from the Alps which began to fall on the photographic landscapes, dust covered the pieces created by almanac painters. The profession ended. Its images survived.



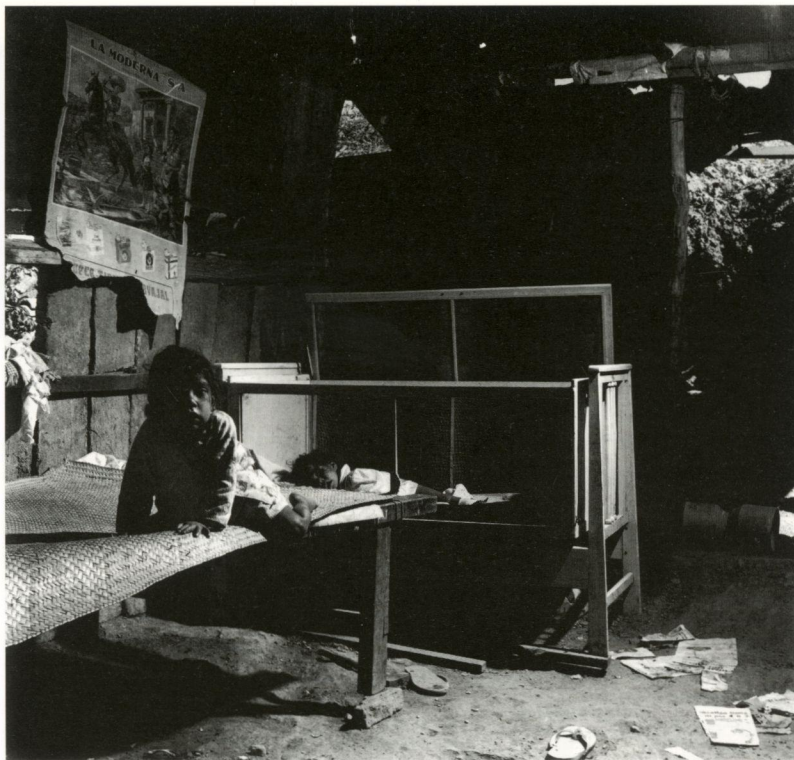


Galería del hogar The Gallery at Home

Los calendarios ilustrados del siglo XX fueron una obra colectiva, lo mismo en su producción que en su consumo. Diferentes oficios e intereses se conjuntaban en la transformación de un original pictórico o fotográfico en un tiraje de estampas viajeras. Otras manos y otros ojos se atravesaban en el imprevisible camino que tomaban esas imágenes impresas luego de que salían de los talleres de las compañías litográficas y eran repartidas por sus clientes mayoristas y sus agentes vendedores.

El público, que al finalizar el año compraba o recibía los calendarios como regalo, transformaba estos productos propagandísticos en objetos personales, haciéndolos parte de su intimidad y su vida doméstica. Colgados a los muros, los almanaques fueron testigos de las alegrías y las penas de los miles de hogares en donde fueron modesto adorno. A lo largo de tres generaciones, los mexicanos de clases medias y bajas, las familias de obreros, campesinos y burócratas, solicitaron la compañía de los cromos y aceptaron el embrujo de sus formas y colores. Más allá de los años y los meses para los que fueron concebidas como ilustración, algunas de estas estampas perduraron como iconos nacionales y transfronterizos: la patria portátil que viajó con los migrantes hacia el Norte y se desprendió del calendario para convertirse en tatuaje, *graffiti*, vitral, artesanía o mural callejero. Un *stock* de símbolos, mitos y personajes al que se ha regresado una y otra vez, en los dos lados del Río Bravo, para decir: esto es México, esta es su leyenda, hasta acá llega el influjo de su antiguo esplendor.

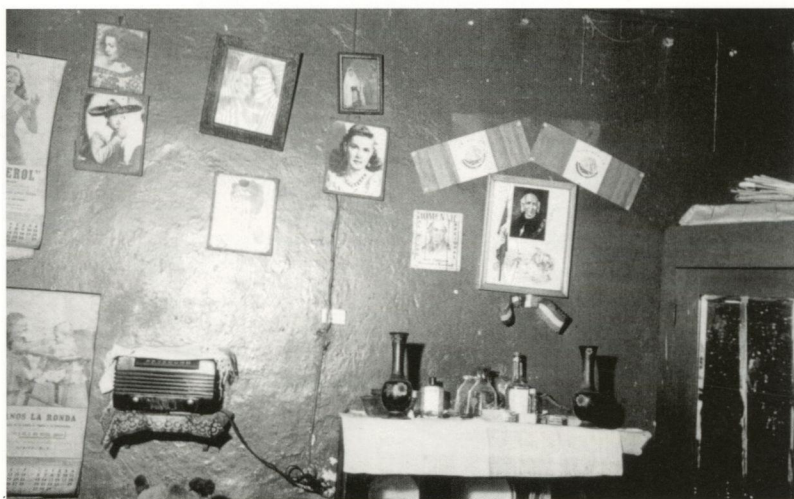




96

The illustrated calendars of the 20th Century were a collective work, both in terms of their production as well as in consumption. Different professions and interests came together to transform an original drawing or photograph into an edition of traveling prints. Other hands and other eyes would meet along the unpredictable path that these printed images took after leaving the lithographic workshops and were delivered to the companies wholesale clients and their sales agents.

The public that bought the calendars or received them as courtesy gifts at the end of the year transformed these propagandistic products into personal objects, making them a part of their intimacy and domestic life. Hanging on the walls, almanacs witnessed the joys and sorrows of thousands of homes where they provided modest decoration. For three generations, middle and lower class Mexicans, families of workers, peasants and bureaucrats, solicited the company of the chromos and accepted the enchantment of their forms and colors. Far beyond the months and years for whose illustration they were conceived, some of these prints endured as national icons which crossed borders: a portable homeland which traveled to the north with migrants and, freed from calendars, became tattoos, graffiti, stained glass, arts and crafts decorations and street murals. They became a stock of symbols, myths and characters to return to over and over on both sides of the Rio Grande in order to say: this is Mexico, this is its legend, this far extends the reach and influence of its ancient splendor.



97



98



Imágenes peregrinas Pilgrim Images

Con la firma del Tratado de Guadalupe Hidalgo en 1848 surgieron los mexicoamericanos, los habitantes de territorios que eran de México y a partir de entonces pertenecieron a los Estados Unidos. A pesar de las fuerzas de asimilación, esos mexicanos y sus descendientes han logrado conservar el lenguaje y las tradiciones que muchos otros grupos étnicos perdieron en su esfuerzo por convertirse en "verdaderos americanos". Debido a los lazos familiares, la cercanía geográfica, el flujo continuo de sus paisanos hacia el Norte y la conservación de su herencia cultural, los mexicoamericanos mantienen viva su relación con México.

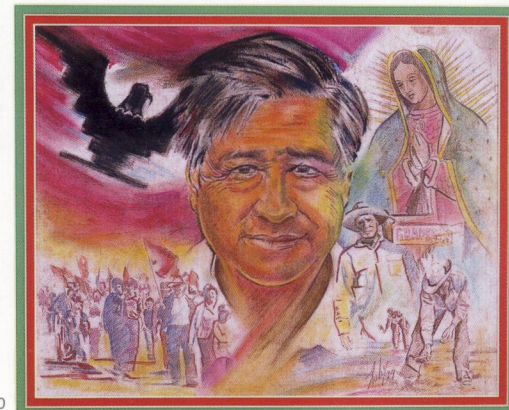
A lo largo de este siglo, los calendarios han estado presentes en la vida cotidiana de los mexicanos que radican en los Estados Unidos. Estos impresos se obtenían, en un principio, a través de los familiares que vivían en México. Posteriormente, con el establecimiento de negocios mexico-americanos se inició su producción y distribución local. En 1954, la imprenta Galas realizó la primera serie de calendarios para el público latino de Norteamérica.

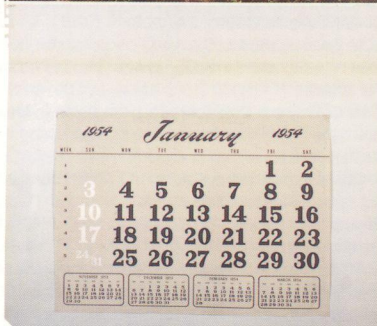
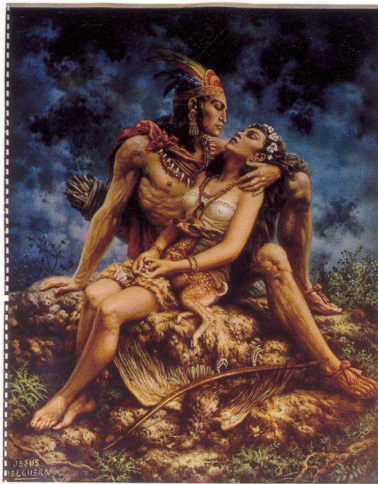
Ligeros y portátiles, fueron y siguen siendo parte de los objetos que acompañan a las familias campesinas a las pizcas, durante el intenso periodo de cosechas en el que se mantienen alejados de sus hogares, y cuelgan como adorno de las paredes de los campamentos y barracas que les sirven de casa temporal. En ellos, los campesinos apuntan las horas trabajadas en cada jornada y hacen la cuenta del número de días que les restan para regresar a casa.

A fines de los sesenta y en los setenta, el movimiento chicano por los derechos civiles y la autodeterminación utilizó el arte para informar y movilizar a los mexicoamericanos sobre asuntos relacionados con la discriminación, la desigualdad educativa, el desarrollo económico y la conquista del poder político. Los artistas chicanos se inspiraron en la historia de México y recurrieron a sus fuentes gráficas, entre ellas las cromolitografías de los calendarios, para crear las obras artísticas que dieran expresión a su programa ideológico.

Los calendarios impresos, al igual que las estampas religiosas, la gráfica de José Guadalupe Posada, los grabados del Taller de la Gráfica Popular y las películas mexicanas, con sus respectivos carteles publicitarios, contribuyeron a formar el banco colectivo de imágenes que han iluminado la incomparable experiencia bicultural de los mexicanos en los Estados Unidos. Algunos de sus cromos se convirtieron en iconos del arte chicano y están presentes en carteles, murales, pinturas, esculturas, en la gráfica de los *Low Riders*, los tatuajes, el *graffiti* y las ilustraciones comerciales.

La imagen idealizada de la mexicanidad, que difundieron los calendarios con propósitos comerciales, es continuamente reprocesada a través de la nostalgia y la añoranza de los mexicanos en los Estados Unidos, convirtiéndose en un estándar de autenticidad. Mediante estos iconos culturales, que son el elemento más poderoso de los calendarios, los mexico-americanos han mantenido su identidad y sus ligas con el México de sus ancestros, además de reafirmar su lugar en los dos lados de la frontera geográfica, política y cultural.





The signing of the Treaty of Guadalupe Hidalgo in 1848 created the Mexican-American people-- those living on land that had been Mexico but now belonging to the United States. Although the forces of assimilation are ever present, Mexicans have largely retained language and cultural traditions that many other ethnic Americans lost in their struggle to become "real Americans." Mexican-Americans have always kept ties to Mexico because of familial connections, the geographic proximity and continual influx of Mexicans to the USA, and our shared heritage.

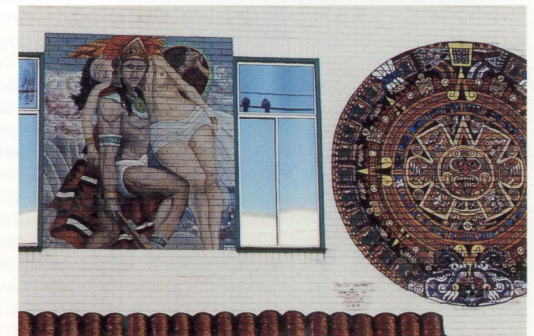
Mexican calendars have historically played a very important role in the lives of Mexicans living in the United States. Originally, household *calendarios* had to be obtained from relatives in Mexico. Later, with the establishment of Mexican-American businesses such as restaurants, bakeries, grocery stores, auto shops, and *cantinas* (bars), one could obtain local calendars. The first calendar made especially for the Latin-American market was created in 1954 by Santiago Galas factory. The calendars, printed in Mexico and sporting recognizable, ideal images of *La patria* (the motherland), served as visual identifiers of Mexicanidad and nostalgically connected Mexican-Americans to Mexican culture.

Calendarios were and continue to be essential items for farmworker families to take on the *pizcas*, the intense periods of harvesting work done far from home base. Since *calendarios* are lightweight and portable, they can easily be rolled up and packed with other necessary household objects. These ubiquitous items of Mexican graphic art adorn the walls of whatever shelter serves as a temporary home --a labor camp, a makeshift tent, or an empty shed. Labourers record the hours worked each day and keep track of the remaining number of days they have to work before returning home to relatives, friends and school.

The Chicano Movement for civil rights and self-determination of the late 1960's-70's used art to inform and mobilize Mexican-Americans around historical issues of discrimination, lack of equity in education, economic development, and political empowerment. Chicano artists drew inspiration from Mexican history and Mexican graphic sources to create work that served the ideology of the Movement by expounding themes of indigenism, nationalism, and a closeness to the land.

Calendarios, along with inexpensive religious images printed on paper, graphic arts by José Guadalupe Posada and the Taller de la Gráfica Popular, and Mexican films and related film posters contributed to the collective bank of cultural images that brought to light the unique bi-cultural experience of the Mexican people in the United States. Mexican calendars, because of their wide dissemination and accessibility, were important integral sources for Chicano visual arts: posters, public art murals, art prints, paintings, sculpture, Low Rider art, tattoo art, graffiti, and commercial illustration. They continue to influence Mexican-American artists today.

The original purpose for the popular art calendar, to perpetuate an idealistic paragon of *Mexicanidad* for commercial purposes -- continually reprocessed through the nostalgia and yearning for homeland by *Mexicanos* in the USA-- became the standard for "authenticity." These cultural icons are the element of power of the *calendarios*. They have helped define and continue to maintain the Mexican identity, eternally linking Mexican-Americans to Mexico via heritage and kinship, yet able to stride on both sides of the geographical, political, and cultural border.



Lista de ilustraciones

Nota:

Las fechas de los impresos corresponden al año de su publicación como calendario y no al año en que se realizó la pintura.

1. Rodolfo de la Torre. Sin título. Óleo sobre tela. Col. Galas de México, S.A.
2. Jesús de la Helguera, *Progreso*. Cromolitografía. Col. Lito Offset Latina.
3. Jorge González Camarena, *Vendimia Nacional* (1946). Óleo sobre tela. Col. Galas de México, S.A.
4. José Bribiesca, *Doncella Azteca* (1946). Cromolitografía. Col. Galas de México, S.A.
5. José Bribiesca. Sin título (1946). Cromolitografía. Col. Galas de México, S.A.
6. Anónimo. Portada de *Historia Patria. Nueva edición de México a través de los siglos* de Luis González Obregón.
7. Anónimo. Ilustraciones para *Almanaque de la Secretaría de Agricultura y Fomento*. México, 1932.
8. Jorge González Camarena, *Milagro del Tepeyac* (1947). Óleo sobre tela. Col. Galas de México, S.A.
9. Alfredo González. Sin título. Óleo sobre tela. Col. Galas de México, S.A.
10. Jesús de la Helguera, *Plus ultra* (1961). Cromolitografía. Col. Galas de México, S.A.
11. Jaime Sadurní, *Dios y patria* (1957). Óleo sobre tela. Col. Galas de México, S.A.
12. Jesús de la Helguera, *Gesto Azteca* (1961). Cromolitografía. Col. Galas de México, S.A.
13. José Bribiesca. Sin título. Óleo sobre tela. Col. Galas de México, S.A.
14. Vicente Morales. Sin título. Óleo sobre tela. Col. Lito Offset Latina.
15. Jesús de la Helguera, *Netzahualcōyotl, el príncipe poeta* (1956). Cromolitografía. Col. Lito Offset Latina.
16. Eduardo Cataño, *Ataque a la gran Tenochtitlan*. Óleo sobre tela. Col. Lito Offset Latina.
17. Jaime Sadurní, *Camino a la Gloria* (1959). Cromolitografía. Col. Lito Offset Latina.
18. Antonio Gómez R., *Cuauhtémoc* (1952). Cromolitografía. Col. Galas de México, S.A.
19. Ignacio Rosas, *Ofrenda india*. Óleo sobre tela. Col. Galas de México, S.A.
20. Pedro Guzmán León, *El Idilio*. Cromolitografía. Col. Mexican Fine Arts Center Museum.
21. Anónimo. Posando para *La fruterita* de Antonio Gómez R. Fotografía. Col. Lito Offset Latina.
22. Anónimo. Antonio Gómez R. pintando *La fruterita* en su estudio. Fotografía. Col. Lito Offset Latina.
23. Antonio Gómez R., *La fruterita*. Óleo sobre tela. Col. Lito Offset Latina.
24. Antonio Gómez R., Portada de *El Maestro. Revista de Cultura Nacional* (1921). Col. Alfonso Morales.
25. Armando Drechsler, *Diosa del fuego*. Gouache sobre papel. Col. Galas de México, S.A.
26. Hermanos Mayo. Retrato del pintor Armando Drechsler. Fotografía. Archivo General de la Nación.
27. Armando Drechsler, *Dama Colonial*. Cromolitografía. Col. MFACM.
28. Armando Drechsler, *Xihuacóatl*. Cromolitografía. Col. MFACM.
29. Alfonso Xavier Peña, *Xochimilco* (1941). Cromolitografía. Col. Galas de México, S.A.
30. Jesús de la Helguera, *Flor de luna* (ca. 1940). Óleo sobre tela. Col. Lito Offset Latina.
31. Mariano Miguel. Sin título. Cromolitografía. Col. MFACM.
32. Antonio Gómez R., *Fiesta en Xochimilco*. Óleo sobre tela. Col. Lito Offset Latina.
33. Anónimo. Sin título (1946). Cromolitografía. Col. Galas de México, S.A.
34. Luis Márquez, *Feria de Nueva York* (1940). Fotografía. Col. Instituto de Investigaciones Estéticas. UNAM-Galas de México, S.A.
35. Luis Márquez, *Oaxaca-Tehuana*. Fotografía. Col. Galas de México, S.A.
36. Monroy. Sin título (a partir de Luis Márquez). Óleo sobre tela. Col. Galas de México, S.A.
37. M. Fernández, *Janitzio* (a partir de Luis Márquez). Cromolitografía. Col. MFACM.
38. Antonio Gómez R., *Floración yalalteca* (1946). Óleo sobre tela. Col. Galas de México, S.A.
39. Alfonso Xavier Peña. Sin título (reproducción de una pintura de 1938). Cromolitografía. Col. Galas de México, S.A.
40. Eduardo Cataño, *El gavilán pollero* (1956). Óleo sobre tela. Col. Galas de México, S.A.
41. Jaime Sadurní, *Juan Colorado* (1955). Cromolitografía. Col. Galas de México, S.A.
42. García Arévalo. Sin título. Óleo sobre tela. Col. Galas de México, S.A.
43. Josep Renau. Sin título (1939). Técnica mixta sobre papel. Col. Galas de México, S.A.
44. Josep Renau, *Campamento* (1939). Acrílico sobre tela. Col. Galas de México, S.A.
45. Josep Renau, *Trovadores tehuanos* (1939). Acrílico sobre papel. Col. Galas de México, S.A.
46. Josep Renau, *Raíces* (1955). Cartel cinematográfico. Cromolitografía. Col. Alfonso Morales.
47. José Espert. Sin título. Técnica mixta sobre papel. Col. Galas de México, S.A.
48. Eduardo Cataño. Sin título. Óleo sobre tela. Col. Galas de México, S.A.
49. Jesús de la Helguera, *San Jorge venció al dragón* (ca. 1942). Cromolitografía. Col. Alfonso Morales.
50. Jesús de la Helguera, *Unidad, previsión, trabajo harán la grandeza de México* (ca. 1943). Cromolitografía. Col. Lito Offset Latina.
51. Jesús de la Helguera. Sin título. Óleo sobre tela. Col. Lito Offset Latina.
52. Anónimo. Sin título. Óleo sobre tela. Col. Galas de México, S.A.
53. Jorge González Camarena. Sin título. Óleo sobre tela. Col. Galas de México, S.A.
54. Jorge González Camarena, *La Ofrenda* (1936). Cromolitografía. Col. Ing. Marcel González Camarena
55. Anónimo. Jorge González Camarena en su estudio. Fotografía. Col. Ing. Marcel González Camarena
56. Jorge González Camarena, *El indio fuerte*. Cromolitografía. Col. Ing. Marcel González Camarena
57. Jesús de la Helguera, *¡Oh! Patria mía* (1963). Óleo sobre tela. Col. Galas de México, S.A.
58. Humberto Limón, *La fundación de Tenochtitlan*. Óleo sobre tela. Col. Galas de México, S.A.
59. Eduardo Cataño, *Los Niños Héroes* (1958). Cromolitografía. Col. Lito Offset Latina.
60. José Bribiesca. Sin título. Óleo sobre tela. Col. Lito Offset Latina.
61. Anónimo. Posando para *El gran Consejo* (1985). Fotografía. Col. Juan Ayala
62. Humberto Limón, *El gran Consejo* (1986). Cromolitografía. Col. Galas de México, S.A.
63. Anónimo. Pintores en su taller de la fábrica de Santiago Galas (1948). Fotografía. Col. Galas de México, S.A.
64. Anónimo. Obreros de las artes gráficas (1948). Fotografía. Col. Galas de México, S.A.
65. Anónimo. Retrato de Santiago Galas. Fotografía. Col. Galas de México, S.A.
66. Jesús de la Helguera, *La leyenda de los volcanes* (1941). Cromolitografía. Col. Archivo General de la Nación.
67. Anónimo. Retrato de Jesús de la Helguera. Fotografía. Tomado del libro *Jesús Helguera* (1989) de Ismael Popoca. Impreso por Galas de México S.A.
68. Jesús de la Helguera, *Guerrero azteca*. Óleo sobre tela. Col. Galas de México, S.A.
69. Jesús de la Helguera, *El flechador del sol* (1945). Cromolitografía. Col. Armando Bartra
70. Jesús de la Helguera, *Hidalgo* (1959). Óleo sobre tela. Col. Galas de México, S.A.
71. Jesús de la Helguera, *Despedida campestre* (1961). Cromolitografía. Col. Galas de México, S.A.
72. Angel Martín. Sin título. Óleo sobre tela. Col. Galas de México, S.A.
73. Jaime Sadurní, *La Sirena* (1958). Cromolitografía. Col. Galas de México, S.A.
74. Manuela Ballester. Sin título (1940). Óleo sobre tela. Col. Galas de México, S.A.
75. Maurice Devaux. Sin título. Óleo sobre tela. Col. Galas de México, S.A.
76. Anónimo. Sin título. Óleo sobre tela. Col. Galas de México, S.A.
77. Jaime Sadurní. Sin título (1937). Acrílico sobre papel. Col. Galas de México, S.A.
78. Anónimo. Retrato de Jaime Sadurní. Fotografía. Col. Familia Sadurní
79. Jaime Sadurní, *Fiesta campirana* (1968). Cromolitografía. Col. Lito Offset Latina.
80. Jaime Sadurní, *¡Pita, pita y triunfando!* (1960). Cromolitografía. Col. Lito Offset Latina.
81. Jaime Sadurní, *Mis consentidas* (1963). Cromolitografía. Col. Lito Offset Latina.
82. Vicente Morales, *Adiós Nicanor* (1946). Óleo sobre tela. Col. Galas de México, S.A.
83. Anónimo. Retrato de la actriz Esperanza Iris, reina de la opereta (1927). Archivo General de la Nación.
84. Anónimo, *Marilyn Monroe* (1962). Cromolitografía. Col. Galas de México, S.A.
85. José Bribiesca, *Pedro Armendáriz*. Óleo sobre tela. Col. Galas de México, S.A.
86. Chávez Marión. Sin título. Acuarela sobre cartón. Col. Galas de México, S.A.
87. Alberto Varga, *Pin-Up Girls* (1945 y 1942). Estampas coleccionables producidas por The Hearst Co. Col. Alfonso Morales.
88. Gil Elvgren, *Un jalón a tiempo*. Cromolitografía. Col. MFACM.
89. Anónimo. Sin título (a partir de *Un jalón a tiempo* de Gil Elvgren). Óleo sobre tela. Col. Galas de México, S.A.
90. Hermilo Campos, *Calientitas* (1980). Fotografía. Col. Galas de México, S.A.
91. Osorno Barona. Sin título. Fotografía. Col. Galas de México, S.A.
92. Osorno Barona. Sin título (1963). Cromolitografía. Col. Galas de México, S.A.
93. Tufik Yazbek. Calendario Coca-Cola. Fotografía. Col. Galas de México, S.A.
94. Hermanos Mayo. Sin título. Fotografía. Archivo General de la Nación
95. Hermanos Mayo. Sin título. Fotografía. Archivo General de la Nación
96. Nacho López, *Sólo los humildes van al infierno* (1961). Fotografía. Fototeca del INAH
97. Hermanos Mayo. Sin título. Fotografía. Archivo General de la Nación
98. Hermanos Mayo. Sin título. Fotografía. Archivo General de la Nación
99. Miguel Ramírez. Sin título (1998). Ilustración para la revista *Lowrider Arte*. Col. Alfonso Morales.
100. Lalo García, *César Chávez* (1995). Pastel sobre papel. Cortesía del artista.
101. Arturo Fuentes. Tijuana, Baja California. Fotografía. Cortesía del autor.
102. Jesús de la Helguera, *Amor indio* (1954). Cromolitografía. Col. Galas de México S.A.
103. Gustavo Fuentes, *Murales en el barrio Mission, Sn. Fco. California* (1996). Col. Alfonso Morales.

List of illustrations

Note:

The dates of the prints correspond to the year when the images were published as calendars, not when the paintings were produced.

1. Rodolfo de la Torre. Untitled. Oil on canvas. Galas de México, S.A. Col.
2. Jesús de la Helguera, *Progress*. Chromolithograph. Lito Offset Latina Col.
3. Jorge González Camarena, *National Harvest* (1946). Oil on canvas. Galas de México, S.A. Col.
4. José Bribiesca, *Aztec Maiden* (1946). Chromolithograph. Galas de México, S.A. Col.
5. José Bribiesca. Untitled (1946). Chromolithograph. Galas de México, S.A. Col.
6. Anonymous. Cover for *Patriotic History. New edition of México through the centuries* by Luis González Obregón.
7. Anonymous. Illustrations for *Almanac of the Ministry of Agriculture and Development*. México, 1932.
8. Jorge González Camarena, *Miracle of Tepeyac* (1947). Oil on canvas. Galas de México, S.A. Col.
9. Alfredo González. Untitled. Oil on canvas. Galas de México, S.A. Col.
10. Jesús de la Helguera, *Plus Ultra* (1961). Chromolithograph. Galas de México, S.A. Col.
11. Jaime Sadurní, *God and Motherland* (1957). Oil on canvas. Galas de México, S.A. Col.
12. Jesús de la Helguera, *Aztec Gesture* (1961). Chromolithograph. Galas de México, S.A. Col.
13. José Bribiesca. Untitled. Oil on canvas. Galas de México, S.A. Col.
14. Vicente Morales. Untitled. Oil on canvas. Lito Offset Latina Col.
15. Jesús de la Helguera, *Netzahualcōyotl, The Poet Prince* (1956). Chromolithograph. Lito Offset Latina Col.
16. Eduardo Cataño. *Attacking the Great Tenochtitlan*. Oil on canvas. Lito Offset Latina Col.
17. Jaime Sadurní, *Path to Glory* (1959). Chromolithograph. Lito Offset Latina Col.
18. Antonio Gómez R., *Cuahtémoc* (1952). Chromolithograph. Galas de México, S.A. Col.
19. Ignacio Rosas, *Indian Offering*. Oil on canvas. Galas de México, S.A. Col.
20. Pedro Guzmán León, *The Romantic Interlude*. Chromolithograph. Mexican Fine Arts Center Museum Col.
21. Anonymous. Posing for *The Fruit Vendor*. Photograph. Lito Offset Latina Col.
22. Anonymous. Portrait of Antonio Gómez R. painting *The Fruit Vendor* in his studio. Photograph. Lito Offset Latina Col.
23. Antonio Gómez R., *The Fruit Vendor*. Oleo sobre tela. Lito Offset Latina Col.
24. Antonio Gómez R. Cover for *The Teacher. Review of National Culture* (1921). Alfonso Morales Col.
25. Armando Drechsler, *Fire Goddess*. Gouache sobre papel. Galas de México, S.A. Col.
26. Hermanos Mayo. Portrait of the painter Armando Drechsler. Photograph. Archivo General de la Nación.
27. Armando Drechsler, *Colonial Lady*. Chromolithograph. MFACM Col.
28. Armando Drechsler, *Xihuacatl*. Chromolithograph. MFACM Col.
29. Alfonso Xavier Peña., *Xochimilco* (1941). Chromolithograph. Galas de México, S.A. Col.
30. Jesús de la Helguera, *Moon Flower* (ca. 1940). Oil on canvas. Lito Offset Latina Col.
31. Mariano Miguel. Untitled. Chromolithograph. Mexican Fine Arts Center Museum Col.
32. Antonio Gómez R., *Party at Xochimilco*. Oil on canvas. Lito Offset Latina Col.
33. Anonymous. Untitled (1946). Chromolithograph. Galas de México, S.A. Col.
34. Luis Márquez, *New York Fair* (1940). Photograph. Instituto de Investigaciones Estéticas.UNAM-Galas de México, S.A. Col.
35. Luis Márquez, *Woman of Tehuantepec, Oaxaca*. Photograph. Galas de México, S.A. Col.
36. Monroy. Untitled (inspired by Luis Márquez). Oil on canvas. Galas de México, S.A. Col.
37. M. Fernández, *Janitzio* (inspired by Luis Márquez). Chromolithograph. MFACM Col.
38. Antonio Gómez R., *Yalalteca Blossoming* (1946). Oil on canvas. Galas de México, S.A. Col.
39. Alfonso Xavier Peña. Untitled (reproduction from a 1938 painting). Chromolithograph. Galas de México, S.A. Col.
40. Eduardo Cataño, *The Chicken Hawk* (1956). Oil on canvas. Galas de México, S.A. Col.
41. Jaime Sadurní, *Juan Colorado* (1955). Chromolithograph. Galas de México, S.A. Col.
42. García Arévalo. Untitled. Oil on canvas. Galas de México, S.A. Col.
43. Josep Renau. Untitled (1939). Galas de México, S.A. Col.
44. Josep Renau, *Encampment* (1939). Acrylic on canvas. Galas de México, S.A. Col.
45. Josep Renau, *Tehuano Troubadours* (1939). Acrylic on paper. Galas de México, S.A. Col.
46. Josep Renau, *Roots* (1955). Film poster. Chromolithograph. Alfonso Morales Col.
47. José Espert. Untitled. Mix media on paper. Galas de México, S.A. Col.
48. Eduardo Cataño. Untitled. Oil on canvas. Galas de México, S.A. Col.
49. Jesús de la Helguera, *St. George Defeated the Dragon* (ca. 1942). Chromolithograph. Alfonso Morales Col.
50. Jesús de la Helguera, *Unity, Foresight, Work, Will Make Mexico Great* (ca. 1943). Chromolithograph. Lito Offset Latina Col.
51. Jesús de la Helguera. Untitled. Oil on canvas. Lito Offset Latina Col.
52. Anonymous. Untitled. Oil on canvas. Galas de México, S.A. Col.
53. Jorge González Camarena. Untitled. Oil on canvas. Galas de México, S.A. Col.
54. Jorge González Camarena, *The Offering* (1936). Chromolithograph. Ing. Marcel González Camarena Col.
55. Anonymous. Jorge González Camarena in his studio. Photograph. Ing. Marcel González Camarena Col.
56. Jorge González Camarena, *The Strong Indian*. Chromolithograph. Ing. Marcel González Camarena Col.
57. Jesús de la Helguera, *Oh! My Motherland*. (1963) Oil on canvas. Galas de México, S.A. Col.
58. Humberto Limón, *The Foundation of Tenochtitlan*. Oil on canvas. Galas de México, S.A. Col.
59. Eduardo Cataño, *The Infant Heroes* (1958). Chromolithograph. Lito Offset Latina Col.
60. José Bribiesca. Untitled. Oil on canvas. Lito Offset Latina Col.
61. Anonymous. Posing for *The Grand Council* (1985). Photograph. Juan Ayala. Col.
62. Humberto Limón, *The Grand Council* (1986). Chromolithograph. Galas de México, S.A. Col.
63. Anonymous. Painters in the Workshop at Santiago Galas factory (1948). Photograph. Galas de México, S.A. Col.
64. Anonymous. Graphic Arts Workers (1948). Photograph. Galas de México, S.A. Col.
65. Anonymous. Portrait of Santiago Galas. Photograph. Galas de México, S.A. Col.
66. Jesús de la Helguera, *The Legend of the Volcanoes* (1941). Chromolithograph. Archivo General de la Nación.
67. Anonymous. Portrait of Jesús de la Helguera. Photograph. From the book *Jesús Helguera* (1989) by Ismael Popoca Salas. Printed by Galas de México, S.A.
68. Jesús de la Helguera, *The Aztec Warrior*. Oil on canvas. Galas de México, S.A. Col.
69. Jesús de la Helguera, *The Archer of the Sun* (1945). Chromolithograph. Armando Bartra Col.
70. Jesús de la Helguera, *Hidalgo* (1959). Oil on canvas. Galas de México, S.A. Col.
71. Jesús de la Helguera, *Rural Farewell* (1961). Chromolithograph. Galas de México, S.A. Col.
72. Ángel Martín. Untitled. Oil on canvas. Galas de México, S.A. Col.
73. Jaime Sadurní, *The Mermaid* (1958). Chromolithograph. Galas de México, S.A. Col.
74. Manuela Ballester. Untitled (1940). Oil on canvas. Galas de México, S.A. Col.
75. Maurice Devaux. Untitled. Oil on canvas. Galas de México, S.A. Col.
76. Anonymous. Untitled. Oil on canvas. Galas de México, S.A. Col.
77. Jaime Sadurní. Untitled (1937). Acrylic on paper. Galas de México, S.A. Col.
78. Anonymous. Portrait of Jaime Sadurní. Photograph. Familia Sadurní Col.
79. Jaime Sadurní, *Peasant Party* (1968). Chromolithograph. Lito Offset Latina Col.
80. Jaime Sadurní, *Toot, Toot and Triumphant!* (1960). Chromolithograph. Lito Offset Latina Col.
81. Jaime Sadurní, *My Favorites* (1963). Chromolithograph. Lito Offset Latina Col.
82. Vicente Morales, *Goodbye Nicanor* (1946). Oil on canvas. Galas de México, S.A. Col.
83. Anonymous. Portrait of the actress Esperanza Iris, Queen of Opereta (1927). Photograph. Archivo General de la Nación.
84. Anonymous, *Marilyn Monroe* (1962). Chromolithograph. Galas de México, S.A. Col.
85. José Bribiesca, *Pedro Armendáriz*. Oil on canvas. Galas de México, S.A. Col.
86. Chávez Marión. Untitled. Watercolor on cardboard. Galas de México, S.A. Col.
87. Alberto Varga, *Pin-Up Girls* (1945 and 1942). Collectible cards by The Hearst Co. Alfonso Morales Col.
88. Gil Elvgren, *A Hitch on Time*. Chromolithograph. MFACM Col.
89. Antonino, Untitled (inspired by Gil Elvgren's *A Hitch on Time*). Oil on canvas. Galas de México, S.A. Col.
90. Hermilo Campos, *Just Made* (1980). Photograph. Galas de México, S.A. Col.
91. Osorno Barona. Untitled. Photograph. Galas de México, S.A. Col.
92. Osorno Barona. Untitled (1963). Chromolithograph Galas de México, S.A. Col.
93. Tufik Yazbek. Coca-Cola Calendar. Photograph. Galas de México, S.A. Col.
94. Hermanos Mayo. Untitled. Photograph. Archivo General de la Nación
95. Hermanos Mayo. Untitled. Photograph. Archivo General de la Nación
96. Nacho López, *Only the Humble go to Hell* (1961). Photograph. Fototeca del INAH
97. Hermanos Mayo. Untitled. Photograph. Archivo General de la Nación
98. Hermanos Mayo. Untitled. Photograph. Archivo General de la Nación
99. Miguel Ramírez. Untitled (1998). Illustration for *Lowrider Arte* magazine. Alfonso Morales Col.
100. Lalo García, *César Chávez* (1995). Pastel on paper. Lent by artist
101. Arturo Fuentes. Tijuana, Baja California. Photograph. Lent by author.
102. Jesús de la Helguera, *Indian Love* (1954). Chromolithograph Galas de México, S.A. Col.
103. Gustavo Fuentes, *Murals in Mission District, San Francisco, California* (1996). Alfonso Morales Col.

La Patria Portátil – The Portable Motherland

Curador – Exhibition curator

Alfonso Morales Carrillo

Coordinadores de las exposiciones itinerantes en Estados Unidos – Itinerant Exhibition Coordinators in USA

Raquel Aguiñaga (MFACM), Ana Elena Mallet (Museo Soumaya)

Investigación y documentación – Research and Documentation

Alfonso Morales, Gustavo Fuentes, Horacio Muñoz, Itala Schmelz Herner, Constanza Thierry, Ana Elena Mallet, Nancy Becerra, Roberto Chacón, Francisco Gamboa, Roberto Sosa, Israel Alcocer

Restauración de pinturas originales – Original paintings restoration

Clemente Dávila, Roberto Ramírez, María del Carmen Castro
Impresiones en offset – Offset Prints
Elías Moncada

Mexican Fine Arts Center Museum, Chicago

Director ejecutivo – Executive Director

Carlos Tortolero

Director administrativo – Business Director

Silvia Z. Cisneros

Director de Artes Plásticas – Visual Arts Director

Cesáreo Moreno

Asistente de la Dirección de Artes Plásticas – Visual Arts Assistant Director

Raquel Aguiñaga

Director de Educación – Education Director

Lydia Mendoza Huante

Director de Desarrollo – Development Director

María del Socorro Pesqueira

Registro • Director de Colección Permanente – Registrar • Permanent Collection Director

Rebecca D. Meyers

Asistente de la Dirección de Colección Permanente • Registro Asociado – Permanent Collection Assistant Director • Associate Registrar

Joseph Delci

Director de artes gráficas – Graphic Arts Director

María Angelina Villanueva

Director de Artes Escénicas – Performing Arts Director

Amber Da

Director de Proyectos Especiales – Special Projects Director

René H. Arceo Frutos

Director de Relaciones Públicas – Public Relations Director

David Murga

The Mexican Museum, San Francisco

Directora Ejecutiva – Executive Director

Lorraine García-Nakata

Curadora – Curator

Tere Romo

Director de Relaciones Públicas y Mercadotecnia – Public Relations and Marketing Director

Paul Aguirre

Control – Controller

Tony Sparks

Contabilidad – Senior Staff Accountant

Billy Green

Coordinadora de Educación – Education Coordinator

Olivia Y. Armas

Desarrollo – Development Associate

Sherri Nevins

Asistente de la Dirección Ejecutiva – Assistant to Executive Director

Lani Williams

Catálogo de la exposición – Exhibition catalog

Textos – Texts

Alfonso Morales Carrillo, con la colaboración de Luisa Riley (La piedra del sol), Nuria Sadurní (Jaime Sadurní: los cromos del tequila) y Lydia Mendoza Huante (Imágenes peregrinas).

Traducción – Translations

Catalina Maria Johnson, Carol Miller, Brenda Cárdenas, Lydia Mendoza Huante, René H. Arceo Frutos, Ana Elena Mallet, Alfonso Morales, Elvira Báez.

Fotografía – Photography

Javier Hinojosa, Gerardo Hellion, Katheline Culbert Aguilar, Arturo Fuentes, Gustavo Fuentes, Hermanos Mayo-Archivo General de la Nación, Enrique Díaz-Archivo General de la Nación, Nacho López-Fototeca del Instituto de Antropología e Historia, Archivo Galas de México, S. A., Archivo Lito Offset Latina, Armando Bartra, Juan Ayala.

Supervisión editorial – Editorial Supervision

Soumaya Slim Domit

Diseño gráfico – Graphic Design

Cáustica Diseño

The Latino Museum, Los Ángeles

Directora y Curadora en jefe – Director and Chief Curator

Denise Lugo

Desarrollo Multimedia • Finanzas y Recursos – Multimedia Development • Financial • Grants Liason

Jordan

Curadora, Arte Latinoamericano – Curator, Latin American Art

Margarita Medina

Asistente Curatorial • Registro • Administración de Colecciones – Assistant Curator • Registrar • Collections Management

Young Kim

Directora de Educación – Education Director

Alice Quiñones-Rodriguez

Enlace en el Programa de Educación • Gerente Administrativo – Education Program Liason • Office Manager

Alicia Marquez

Contabilidad – Accounting and Grants Administration

Ruth Chiang

Informática • Consultor Técnico – Computer • Network Technical Consultant

Jose Flores

Relaciones Públicas – Public Relations and Support Staff

Heather Saavedra

Museo Soumaya, Ciudad de México

Director – Director

Soumaya Slim Domit

Asesoría – Consultant

Gerardo Ochoa Sandy

Curaduría – Curator

Ana Elena Mallet

Investigación – Research

Mónica López Velarde Estrada, Ivan Leroy Ayala, María Teresa Espinosa

Difusión – Promotion

Andrea Salem Slim

Relaciones Públicas – Public Relations

Valeria de la Rosa

Conservación y restauración – Restoration

Clemente Dávila Ocaña, Juan Pineda Santillán

Servicios Educativos – Education Services

Juan Monterrubio Santamaría, Mariana Coronado

Administración – Administration

Miguel Angel Neri

Asistente de la Dirección – Assistant to the Director

Minerva Mogollán

La Patria Portátil

100 Years of Mexican Chromo Art Calendar

se terminó de imprimir y encuadernar en junio de 1999 en Artes Gráficas Panorama, S.A. de C.V.

En su composición se utilizaron los tipos de las familias Antique Oli T y Bodoni.

Para su impresión se utilizó papel Multiart semimate de 150 grs. en interiores y de 250 grs. en forros.

El tiro constó de 6,500 ejemplares.

D.R. © 1999 Asociación Carso A.C.
Insurgentes Sur 3500. Col. Peña Pobre. México, D.F.
ISBN: 968-7794-08-9

Primera edición, 1999

Museo Soumaya
Plaza Loreto, Altamirano 46. Col. Tizapán, San Ángel
C.P. 01090 México, D.F.

Hecho en México
Made in Mexico

