

# CALENDARIOS MEXICANOS

MUSEO Soumaya
FUNDACIÓN Carlos Slim

BOLETÍN DE PRENSA




[1]

# CALENDARIOS MEXICANOS

**Museo Soumaya-Plaza Loreto**
**Exposición permanente**

*Símbolos populares más presentes u omnipresentes,*
*a los que acompañan los flashes de la memoria.*

Carlos Monsiváis, librepensador mexicano (1938-2010)

## LA FÁBRICA GALAS DE MÉXICO

La técnica de la cromolitografía se cultivó en México desde los inicios del siglo XX. La industria tabacalera fue el primer escenario de los resplandecientes cromos que dieron lugar a una impresión de gran calidad y pureza en el colorido. Esta modalidad se extendió más tarde a otros negocios como el llantero, el cervecero, las embotelladoras y los alimentos.

La publicidad del calendario, como fenómeno de carácter internacional, se manifestó simultáneamente en diferentes latitudes del planeta –desde Asia o Europa hasta Latinoamérica– con la incorporación de elementos costumbristas y tradicionales de cada lugar.

[1] **Humberto Limón** | ***Gusta...?*** (detalle) | c 1970 | Óleo sobre lienzo

Con antecedentes comerciales de la gráfica mexicana del siglo XIX en las obras de Casimiro Castro y Hesiquio Iriarte, a comienzos de 1930 sobrevino un fenómeno de reproducción de cromos publicitarios gracias a la empresa líder que fundara el inmigrante santanderino Santiago Galas Arce: Galas de México.

La coyuntura de la mirada empresarial de su propietario y los adelantos técnicos en la maquinaria rotativa del *offset*, generó una amplia difusión de la cultura del calendario que se posicionaría en nuestro entorno cotidiano por más de cuatro décadas.

Jorge González Camarena se sumó a una generación de pintores como Jesús de la Helguera, Eduardo Cataño, Ángel Martín, José Bribiesca, Humberto Limón y Aurora Gil, entre muchos otros, quienes de la mano de técnicos, trabajadores, diseñadores y vendedores poblaron los hogares mexicanos con aquellas *imágenes de ensueño*.

Temas patrios, históricos, familiares, costumbristas, deportivos, infantiles, humorísticos o evocadores de la belleza femenina se imprimieron de forma permanente en calendarios especiales y de línea entre 1933 y 1970, año de la muerte de Santiago Galas. Frente a los nuevos conceptos de imagen que trajo consigo la fotografía en la década de los sesenta –niños, mascotas, frutas y vistas panorámicas con paisajes–, el otrora pujante negocio del calendario estaba por concluir.

En el marco del 18° aniversario de Museo Soumaya.Fundación Carlos Slim, ofrecemos una muestra inédita de mil quinientas obras que dan cuenta de los procesos industriales del cromo: óleos, fotografías, vidrios, acetatos, láminas de impresión, maquinaria, impresos; amén de los entrañables testimonios orales recogidos entre los artistas y trabajadores de la que fuera la gran *Época de calendarios* del siglo XX.



## El proceso de impresión en *offset* en Galas de México

1. **Dibujo:** Se realiza por encargo un óleo, acuarela o pastel basado en una fotografía o motivo real.
2. **Fotomecánica:** Se retrata la imagen para obtener positivos y negativos en color.
3. **Fotolito:** Se emplea un soporte sensible a la luz como el cristal, que más tarde será sustituido por un acetato. La imagen se traslada a láminas de zinc o aluminio con una emulsión grasa para fijarla.
4. **Diseño:** Se arma la caja de texto con el logotipo y leyenda solicitada por el cliente.
5. **Litografía:** Se entintan las láminas en la máquina rotativa con los colores básicos de impresión (rojo o magenta, azul o cian, amarillo y negro).
6. ***Offset*:** Se transfiere la tinta a un cilindro de caucho que imprime directamente en el papel. Este proceso se conoce como ***offset*** o impresión indirecta.
7. **Pre-prensa:** Se borra la imagen de las láminas metálicas con graneado de arena, para su reutilización alrededor de diez veces más.
8. **Envarillado:** Se doblan, cortan y colocan las varillas metálicas en los extremos del calendario para darle firmeza.
9. **Santoral:** Se agregan los doce meses del año en el calendario impreso, con empleo de cola y más adelante con engrapado.
10. **Empacado:** Se embala el volumen de calendarios de acuerdo con la solicitud del cliente.
11. **Bodega:** Se almacena y organiza la distribución de los calendarios empacados.
12. **Reparto:** Se entregan los calendarios en camionetas repartidoras por los distintos puntos de la ciudad y del país.




[2]

## NÚCLEOS TEMÁTICOS

### I. GRANDEZA MEXICANA

El *Olimpo mexicano* –como apuntaba el investigador Alfonso Morales– presentó el universo de héroes, heroínas, dioses y diosas que configuraron algunas de las imágenes más entrañables de la identidad nacional. Estereotipos de guerreros de torso musculoso y lánguidas doncellas protagonizan los episodios de nuestra historia mesoamericana en franca idealización –sobre todo en la publicidad de neumáticos y productos alimenticios– donde sobresalen, en particular, los óleos de Jesús de la Helguera, Eduardo Cataño y José Bribiesca Casillas.

GRANDES CAUDILLOS

La Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos fue creada en 1959 por el entonces secretario de Educación Pública, Jaime Torres Bodet. La vocación pedagógica del gobierno de Adolfo López Mateos echó mano de los impresos de La Enseñanza Objetiva, de Lito Offset Latina y, por supuesto, de Galas de México para exaltar a los personajes fundamentales de la historia nacional. Así se forjaron modelos por seguir de los niños y jóvenes mexicanos. Las imágenes patrióticas se trasladaron del lienzo a las relucientes monografías de papelería –como las del maestro Humberto Limón–, que ilustraron durante décadas aquellos trabajos escolares.

LA PATRIA

Durante los años del *Milagro mexicano* (1946-1964), que marcaron el auge de la industria, el comercio y la inversión extranjera, la gráfica de Galas de México apostó por el impulso de los cromos patrios. El modelo educativo de José Vasconcelos fue

[2] **Jesús de la Helguera** | ***Hidalgo*** (detalle) | 1959 | Óleo sobre lienzo | © Fernando y María Luisa de la Helguera



[3]

retomado 40 años más tarde en un nuevo proyecto nacional posrevolucionario. Jesús de la Helguera, Rodolfo de la Torre y Jorge González Camarena, entre muchos artistas, realizaron óleos de figuras femeninas ataviadas con el lábaro como portavoces de nuestra identidad. Abundancia y bienestar en cromos que, además del calendario, poblaron las carátulas de los libros de texto gratuitos.

**II. EN FAMILIA**

Al término de la Segunda Guerra Mundial (1939-1945), en los Estados Unidos de Norteamérica nació un modelo social que buscaba el regreso a los valores de la vida doméstica. El fenómeno conocido como *De vuelta a la cocina* [*Back to the Kitchen*] exaltó el rol de la mujer como madre y esposa quien, acompañada de los últimos adelantos tecnológicos en electrodomésticos, dejaba atrás su activa participación laboral como enfermera, secretaria y profesionista. Sobrevinieron entonces movimientos feministas que convivieron con una galería de instantes cotidianos, la vida en pareja, padres e hijos... obras donde por primera vez se retrataron las clases medias y su entorno inmediato familiar.

**III. DEVOCIONALES**

El más antiguo género de la estampa desde la era virreinal fueron las imágenes devocionales. Desde la década de los años treinta, Galas de México reprodujo de forma ininterrumpida un mosaico de imágenes religiosas que año con año eran ampliamente solicitadas por la clientela del calendario. Figuras sacras que se resguardaron en billeteras, oratorios domésticos, el espejo del automóvil o la pared de los talleres.

**IV. FOLCLOR NACIONAL**

El complejo y fascinante mosaico cultural mexicano ocupó la atención del calendario desde la primera etapa de producción de Galas. Antonio Gómez y Rodríguez, Héctor

Ladrón de Guevara y Alfredo González registraron en sus pinturas un meticuloso estudio sobre indumentaria, fiestas, música, gastronomía y folclor. En la construcción de un país que había vivido largos años de lucha, se apostó por exaltar los valores de cada región de México, con sus usos y costumbres, para mostrar la imagen de una nación moderna. Al unísono del mariachi, el jarabe tapatío y la serenata, el calendario es portavoz de identidad dentro y allende nuestras fronteras.

LA FIESTA BRAVA

Una importante generación de artistas llegó a México ante el estallido de la Guerra Civil Española (1936-1939). En súbita partida, sin recursos y con familias por mantener, el gobierno del general Lázaro Cárdenas (1934-1940) les dio la oportunidad de avecindarse en nuestro país con la esperanza de salir adelante. Santiago Galas, en fraternal apoyo a sus compatriotas, recibió en la fábrica a un buen número de españoles que se integraron a las áreas administrativa, de ventas y, por supuesto, al taller de pintura de calendarios. Demetrio Llordén, José Espert, los hermanos Josep y Juan Renau, Ángel Martín, Manuela Ballester, Conchita Pesqueira y Aurora Gil, entre los más destacados, evocaron su patria en imágenes de toreros, majas, gitanas y faenas con escenarios sevillanos y granadinos.

AMOR DE GALA

El tema de la pareja fue multirreproducido en los calendarios mexicanos. Inspirados por la cinematografía de la *época de oro* –bajo la batuta de Roberto Gavaldón, Ismael Rodríguez, Fernando de Fuentes y Emilio *Indio* Fernández, entre muchos otros–, los cromos se nutrieron de amor arrebatado. Una galería de personajes que evocan los grandes filmes de María Félix, Dolores Del Rio, Pedro Armendáriz, Jorge Negrete y Pedro Infante. Desde el sencillo contexto pueblerino hasta las



fiestas y bailes de la capital, los artistas retrataron aquellas escenas que permanecerían durante un año en franco cortejo y seducción.

**V. DESTINO: MÉXICO**

El auge turístico de México coincidió con el impulso económico del régimen del primer presidente civilista: Miguel Alemán (1946-1952). De la mano de una fuerte inversión extranjera y de la consolidación de las clases medias, se fomentaron carteles publicitarios de los distintos estados de la República que atrajeran la mirada de otros países. El puerto de Acapulco tuvo un rol protagónico en la industria fílmica nacional y en la del Hollywood de aquellos años de glamour.

La cámara de Luis Osorno Barona, entre otros grandes fotógrafos, dio cuenta del paisaje y tradiciones de México que lo colocarían entre los principales destinos turísticos del orbe.

**VI. HUMOR**

El *gag* es un modelo que transmite imágenes humorísticas sin el empleo necesario de palabras. El género nació con *El regador regado* (*L'Arroseur arrosé*), primera película cómica de la historia del cine, filmada en 1895 durante un minuto por los Hermanos Lumière. Los calendarios de Galas de México –en particular los cromos de Luis Améndolla y Humberto Limón– parodian la vida cotidiana de la clase media siempre bajo una ocurrente mirada.

**VII. NIÑOS**

Desde la década de los 50, la industria del calendario incluyó la presencia de los niños en el umbral del arte comercial. En el contexto rural y urbano, los infantes fueron retratados para la publicidad de refrescos, dulces, juguetes y prendas de vestir.





[5]

Al calor de hogar, la escuela, la fiesta o la devoción religiosa, sus conmovedoras representaciones los mostraron en varias ocasiones ataviados como adultos pequeños.

**VIII. DEPORTES**

Parte fundamental de la historia de la publicidad son las escenas deportivas. Con intrépidos jugadores, pelotas y estadios multitudinarios, se anunciaban cerveceras y embotelladoras con la calidez de una reunión familiar frente al televisor o en la euforia del juego.

Fútbol, atletismo y béisbol ocuparon el calendario como señero de identidad cultural. Fiesta y deporte que obligan a levantar el tarro de cerveza al son de un emblemático *¡Gooooooool!*

**IX. DE MARCA**

La Fábrica de Galas de México se sumó al universo de la publicidad en la década de 1930. Con grata aceptación, las empresas de todos los ramos optaron por invertir en el calendario para promocionar su marca en los atractivos cromos y posicionarse en el mercado. Santiago Galas ofreció dos registros: el calendario especial y el de línea. Para el primero, un cliente pagaba la exclusividad de la pintura que anunciaba su producto. Por su parte, el calendario de línea acompañaba a los agentes en gruesas carpetas engargoladas con un nutrido abanico de imágenes. Así, un mismo cromo podía ser empleado para anunciar refrescos, cigarros, llantas, galletas o medicamentos.

**X. DIOSAS DE PAPEL**

Sensuales y bellas, las muñequitas o *pin up girls* rápidamente se convirtieron en protagonistas del universo de los cromos. Jóvenes atrevidas –cuyas modelos originales



[6]

fueron actrices norteamericanas– se anclaron en el imaginario masculino con poses cargadas de erotismo y fascinación. El impacto del cine, la radio y la televisión, sumado al mercado de consumo, dio lugar a estas célebres diosas terrenales que incluso se convirtieron en viajeras interplanetarias. Objeto y sujeto del deseo, por su lucha social, hoy la mujer tiene un rol diferente. Estas imágenes ya son memoria...

## XI. LA FÁBRICA GALAS DE MÉXICO

Los pequeños almanaques que circularon en el siglo XIX incluían caricaturas, juegos, oraciones religiosas y una somera información sobre el pronóstico del tiempo y las efemérides.

Sita en el Centro Histórico de la Ciudad de México, en la calle 16 de Septiembre, La Helvetia fue el primer negocio de los hermanos Santiago y Miguel Galas, dedicado a la impresión de tarjetas postales.

La Fábrica Galas de México, primero en la calle Isabel la Católica y después en su emblemática sede de ladrillo en San Antonio Abad, fue líder en el ramo de la gráfica latinoamericana. Con el empleo de la litografía y el *offset* se reprodujeron imágenes de forma masiva dirigidas a todos los sectores de la población. La empresa las reunió y difundió como regalo de los mercados, vinaterías, cremerías, misceláneas o farmacias por más de cuatro décadas.

Una muestra donde la arqueología industrial, la historia gráfica y los cromos rinden homenaje a todos los hombres y las mujeres que dejaron su huella en Galas de México. Miradas que transitan de generación en generación, y que hoy quedan impresas *a cuatro tintas* en nuestra memoria de calendario...

## PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL SOUMAYA

Compartimos historias, emociones, ideas y anhelos a través del arte para descifrar y aprender lo que hay en cada obra de la colección del museo. Todos los programas incluyen actividades gratuitas de sensibilización para los diferentes tipos de público con y sin discapacidad aparente y de atención especializada para los grupos mediante visitas guiadas, talleres, charlas y ejercicios que exploran habilidades narrativas y de expresión corporal.

***Arte para todos***
Atención a grupos vulnerables o de escasos recursos: transportación + visita + taller + refrigerio. Sin costo.

**La guarida de los niños**
Atención a casas hogar, albergues e instituciones de asistencia social para niños y jóvenes en situación de calle y de orfandad total o parcial.

***La Edad de bronce***
Atención para agrupaciones e instituciones de adultos mayores.

***El perfil del tiempo***
Atención a personas con Alzheimer o demencia, sus familias y cuidadores.

***Remontando el vuelo***
Atención especializada a grupos con disparidad física, sensorial e intelectual.

***La eterna primavera***
Fomento a la educación ambiental y el desarrollo sustentable.



**Mediación e interpretación**
Con ejercicios de observación, análisis, reflexión y diálogo promovemos el desarrollo de competencias como la imaginación, el pensamiento crítico, la convivencia, la creatividad, la expresión oral y escrita, el trabajo en equipo y el respeto...

***El día y la noche***
Atención a escuelas públicas y privadas de educación básica, media superior y superior.

**Las Metamorfosis**
Actividades educativas y culturales para jóvenes de 13 a 25 años.

**Aproximaciones al arte y la educación**
Curso-taller dirigido a docentes cuyo objetivo es promover el aprendizaje, el conocimiento, la crítica y la sensibilización a partir del arte.

***Confidencias de arte***
Actividad de interpretación a partir de conversaciones en salas.

**Familiarízate**
Actividades familiares de fin de semana.

## ACTIVIDADES PARALELAS A LA MUESTRA

Adicionalmente, la exposición *Calendarios mexicanos* contará con materiales didácticos y actividades educativas y académicas para toda la familia. Destaca el empleo de tecnología NFC (Near Field Communication) patrocinada por Telcel que permitirá al visitante descargar cápsulas de audio y video que profundizan sobre los temas de la exposición, y conocer el proceso de la técnica cromolitográfica. El visitante podrá



[7]

también escuchar de viva voz testimonios de artistas y trabajadores de la imprenta Galas de México. A lo largo del 2013 se realizarán ciclos de conferencias acerca de la historia de la publicidad, la mercadotecnia y el diseño gráfico en México. Para las visitas escolares y durante los fines de semana.

**actividades@soumaya.org.mx**

En el Soumaya de Plaza Carso se exhiben obras emblemáticas de Galas: *La vendimia nacional* de Jorge González Camarena, *Guerrero azteca* de Jesús de la Helguera y *Amor indio* del mismo autor con todo el proceso cromolitográfico, desde el óleo hasta su impreso. Asimismo, *La leyenda de los volcanes* con *gouache* y una alegoría prehispánica de José Bribiesca Ruvalcaba.

[3] **Antonio Gómez y Rodríguez** | **Sin título** (detalle) | c 1945 | Pastel sobre papel montado en soporte rígido

[4] **Alfonso Xavier Peña** | ***El trópico y la selva*** (detalle) | Mediados del siglo xx | Óleo sobre lienzo | Col. Luis Osorno Barona

[5] **Demetrio** | ***Campeonato Mundial 1970 en México*** | 1971 | Óleo sobre lienzo

[6] **Luis Améndolla** | **Sin título** (detalle) | 1966 | Óleo sobre lienzo

[7] **Manuel Piña Vigueras** | **Sin título** (detalle) | c 1952 | Óleo sobre lienzo | Calendario especial para Coppertone

[8] **Anónimo** | **Diseño de la Fábrica Galas de México en su sede de San Antonio Abad, Tlalpan** | c 1933 | *Gouache* sobre cartón

[9] **Anónimo** | **Tórculo para litografía** | Principios del siglo xx | Hierro forjado, rodillo y diversas piezas de metal



[8]

## PLAZA LORETO

Av. Revolución y –Eje 10 sur– Río Magdalena
Tizapán, San Ángel, C.P. 01090, México, D.F.
Tel. 5616-3731
Abierto de miércoles a lunes de 10:30 a 18:30 h
Martes cerrado
Sábados hasta las 20 h
**Entrada gratuita**

## PLAZA CARSO

Blvd. Miguel de Cervantes Saavedra 303,
Col. Ampliación Granada, Miguel Hidalgo
C.P. 11529, México, D.F.
Tel. 1103-9800
Abierto los 365 días del año
De 10:30 a 18:30 h
**Entrada gratuita**



[9]

**Relaciones institucionales: Araceli Villareal**
av.difusion@soumaya.org.mx
@ElMuseoSoumaya
Museo Soumaya



Portada: **Eduardo Cataño Wilhelmy** | ***Gracia costeña*** | 1956 | Óleo sobre lienzo
Contraportada y disco compacto: **José Bribiesca Ruvalcaba** | **Sin título** (detalle) | Mediados del siglo xx | Óleo sobre lienzo