



LAS MARQUILLAS CIGARRERAS

Expresiones gráficas de la formación de la identidad nacional cubana

The Cigarette Marquillas: Graphic Expressions of the Cuban National Identity Formation

YADIRA CALZADILLA RIVEIRA

Oficina del Historiador de La Habana, Cuba

KEY WORDS

*Cigarette Marquillas
Tobacco Lithography
Cigarette Advertising
Historical-Artistic Heritage
Transculturation
Cuban XIX Century
National Identity*

ABSTRACT

The application of lithographic technique during the 19th century in Cuba sparked a large volume of artistic chromolithographies, produced mainly for tobacco commercialization. The first printed in various colors were the «luxury packs» for cigarettes, today known as «cigarette marquillas». In the 1860s, La Honradez factory revolutionized the international cigarette industry through new technologies and commercial strategies, including the use of marquillas. With this, La Honradez set a precedent in cigarette advertising, since the wrappers not only had collectible value, but his picturesque drawings represented Cuban society at the time.

PALABRAS CLAVE

*Marquillas cigarreras
Litografía tabacalera
Publicidad cigarrera
Patrimonio histórico-artístico
Transculturación
Siglo XIX cubano
Identidad nacional*

RESUMEN

La aplicación de la técnica litográfica durante el siglo XIX en Cuba suscitó un amplio volumen de artísticas cromolitografías, producidas principalmente para la comercialización tabacalera. Los primeros impresos a varias tintas fueron las «cajetillas de lujo» para los cigarrillos, hoy conocidas como «marquillas cigarreras». En la década de 1860, la fábrica La Honradez revolucionó internacionalmente la industria cigarrera mediante nuevas tecnologías y estrategias comerciales, entre ellas, el uso de las marquillas. Con ello marcó un precedente en la publicidad cigarrera, pues los envoltorios no solo tenían valor coleccionable, sino que sus pintorescos dibujos representaban la sociedad cubana de la época.

Recibido: 15/04/2020

Aceptado: 10/05/2020

Los medios de expresión definen una época, y para el siglo XIX fue la litografía un procedimiento de impresión esencial, que abarcó desde las más sencillas producciones a una sola tinta hasta las más artísticas cromolitografías. La técnica llegó a Cuba en 1822, y se estrenó en las partituras de música, extendiéndose luego a las ilustraciones de la prensa periódica y a los álbumes de paisajes urbanos y rurales de la Isla. Sin embargo, fueron las etiquetas y embaces de productos comerciales —en especial de puros y cigarrillos— quienes dieron vida a la más amplia producción de estos impresos. De modo que «de no haber sido por los fabricantes de tabacos y cigarros, la industria litográfica no hubiera alcanzado tan amplio desarrollo y prosperidad» (Rivero, 1965, p. 265).

Así surgieron, en la década de 1860, para los cigarrillos, las llamadas «cajetillas de lujo»: envoltorios cromolitografiados en los que se enrollaban los pitillos para la venta. Conocidos hoy como «marquillas cigarreras», la más amplia producción de estos envoltorios se debe a la fábrica La Honradez y a su dueño y fundador: José Susini, quien revolucionó la industria del cigarrillo a niveles internacionales con la inserción de avances tecnológicos y novedosas estrategias comerciales. Con el surgimiento de las artísticas «cajetillas de lujo», Susini sentó un precedente en la publicidad cigarrera.

Las marquillas se caracterizaron por la representación de personajes y escenas cotidianas, de ahí que resulten expresiones gráficas de las prácticas culturales de la época; en especial, de la formación de la identidad nacional, consecuencia del proceso de «transculturación» acontecido en Cuba, a partir de la combinación de lo europeo y lo africano en un contexto caribeño.

Vistas desde la perspectiva del estudio de las prácticas culturales, su análisis iconológico permite un acercamiento a cuestiones como el hábito de fumar cigarrillos y su presentación comercial para la venta, el desarrollo tecnológico y publicitario alcanzado por la industria cigarrera, así como las simbologías, costumbres y personajes típicos de la sociedad cubana del siglo XIX, en la búsqueda de una identidad nacional. Este ejercicio contribuye a significar el valor

patrimonial histórico-artístico y documental de las marquillas cigarreras.

La litografía en función del tabaco cubano. El cigarrillo y sus cajetillas de lujo

A partir del siglo XVI comenzó en Cuba la cosecha del tabaco (*Nicotiana Tabacum*) con fines mercantiles. Con ello surgieron las diferentes formas del producto. Se comercializaban las hojas, la picadura, el polvo o rapé, el tabaco torcido y el cigarrillo, siendo estos dos últimos los más vendidos. Al tabaco torcido —confeccionado con las hojas de la planta enrolladas sobre sí mismas— se le llamó «habano» en el extranjero a causa de que estos eran exportados desde el puerto de La Habana hacia Europa y el resto del mundo. En Cuba el tabaco torcido se le conoce como «tabaco», aunque en el exterior del país es llamado «puro» o «cigarro» (en inglés *cigars*). Este último término es aplicado en la Isla a los cigarrillos (*cigarettes*), aquellos confeccionados con picadura de hojas de tabaco, contenida en pequeños tubos de papel (Perdomo, 1940).

En 1817 se agudizó en Cuba la comercialización del tabaco, una vez finalizado el estanco que durante todo un siglo había autorizado el comercio del producto solamente con la Corona Española. Esto desató una ola de fraudes e imitaciones, a causa de la cual los fabricantes se vieron obligados a reforzar la legitimación de sus productos. En sus inicios los puros solían exportarse en grandes cajas de pino seco, que contenían de 5 000 a 10 000 piezas en mazos de a 50 o de a 100. Los cajones llevaban impresa una etiqueta identificativa con los datos del productor, la cual se estampaba con fuego y era conocida como «hierro». En 1845, Ramón Allones, dueño de la tabaquería La Eminencia, comenzó a envasar sus productos en estuches de lujo, iniciativa que fue imitada posteriormente por otros comerciantes. Fue así como aparecieron las pequeñas cajas de cedro que constituyen en la actualidad el envase típico de los habanos.

La técnica litográfica, inventada por el checo Aloys Senefelder en 1796, había arribado a Cuba en 1922, gracias al francés Santiago Lessieur y

Durand, primero en montar un taller en La Habana con estos fines (Lapique, 2002). Sin embargo, no fue hasta 1839, con la apertura simultánea de dos talleres: la Litografía Española —conocida también como litografía del Gobierno o de los españoles— y la Imprenta Litográfica de la Real Sociedad Patriótica de La Habana o de los franceses, cuando comenzó el verdadero desarrollo litográfico del país. Fueron estos talleres los que realizaron las primeras estampas para los envases de puros. Los fabricantes solían colocar en el interior de los estuches de tabaco una pequeña papeleta litografiada a una sola tinta, en la que aparecía el nombre de la fábrica y su ubicación, el de los dueños o sus siglas y el lugar de procedencia del producto: Habana.

Con el tiempo los comerciantes de tabaco «tuvieron que buscar nuevas formas para proteger y garantizar sus productos, y avalarlos con un conjunto de etiquetas de diversas formas y tamaños que cubrían e identificaban los distintos envases, y recibió el nombre de habilitación» (Lapique, 2002, p. 210). El «conjunto» o «juego de habilitaciones», se dispuso oficialmente en 1884, y se conformó de varias litografías que cubrían el exterior y el interior de las cajas, que cumplían una función legitimadora y estética y además protegían las cualidades fundamentales de los habanos. Las habilitaciones exteriores son: *cubierta, papeleta, tapaclavo o contraseña, largueros, costeros y filetes*, y las interiores: *bofetón, vista, y anillas o vitolas*, estas últimas rodeando al habano en sí (Calzadilla, 2013). Estas etiquetas se caracterizaron por un despliegue de opulencia y colorido gracias al uso de la impresión litográfica con varias tintas, que comenzó a ser aplicada a los envases de los puros hacia la década de 1880 y al empleo de otros avances como el pan de oro en los dorados y el troquelado en los relieves, estos últimos, a partir de 1890. El uso del juego de habilitaciones se convirtió en una tradición en los habanos, si bien en la actualidad son otras las técnicas de impresión empleadas y los diseños más contemporáneos.

Por estar destinados a la exportación y a la alta sociedad, la gráfica de los habanos se caracterizó por ser eminentemente decorativa y priorizar el paisaje bucólico, la heráldica española y la simbología asociada al comercio del

producto; además de reflejarse en ella la figura femenina, elegantes mujeres de tez blanca o exóticas aborígenes de senos descubiertos.

En el caso de los cigarrillos, en la década de 1820 «empezaron a popularizarse los pequeños atados de cigarro envueltos en una tira de papel, por lo general de color, en la que se estampaba, mediante un cuño, la marca o diseño escogido por su fabricante» (Rivero, 1965, p. 257). Posteriormente surgieron las marquillas cigarreras, que consistían en papeletas rectangulares de aproximadamente 12 x 8,5 cm. en las que se envolvían entre 20 y 25 cigarrillos. Este enrollado se fijaba con pegamento, de modo que el lado superior quedara sellado con dobleces, mientras que por el inferior podían extraerse los cigarrillos (Fig. 1). Los envoltorios impresos a una sola tinta se denominaban «cajetillas comunes», mientras las policromas eran llamadas «cajetillas de lujo». La cromolitografía llegó a los envases de cigarrillos dos décadas antes que a los de los tabacos. En 1860, la técnica fue introducida en Cuba por José Susini, dueño de la fábrica La Honradez, quien dio vida, por ese entonces, a las coloridas marquillas cigarreras (Calzadilla, 2018, p. 23).

Cajetilla común: marquilla cigarrera monocroma de la fábrica La Honradez



Colección del historiador Emilio Cueto. Fotos: Julio Larramendi.

Las marquillas cigarreras tuvieron desde un inicio un «carácter de serie continuada» (De Juan, 2003, p. 25). Cada serie aborda una temática en particular o narra una historia. En su diseño, estas cajetillas se componen de tres secciones: *orla, emblema y escena* (Fig. 2). En forma de L, la orla ocupa las franjas superior e

izquierda, y presenta diferentes alegorías que suelen estar relacionados con la serie a la que pertenece la marquilla. El emblema, a la derecha, contiene los datos de la empresa: marca, logotipo, eslogan, ubicación de la fábrica y nombres de los propietarios. Así, en el caso de La Honradez, la imagen publicitaria es una mujer parada encima del globo terráqueo, denotando el alcance internacional de la empresa. Ella tiene los ojos vendados y sostiene con su mano derecha una balanza, a la par que unas hojas de tabaco con su mano izquierda. Es una alegoría de la dama de la justicia, pues simboliza el equilibrio entre la calidad del producto y las buenas prácticas comerciales; de ahí el mensaje publicitario: «Los hechos me justificarán». Por último, ocupando el centro de la cajetilla, se encuentra la escena, que representa generalmente una acción, historia o acontecimiento. Este término, tomado del teatro, describe una secuencia teatral, permitiendo que la imagen adjunta funcione como un «fotograma congelado» en una narrativa pictórica (Sepúlveda, 2017). La escena pertenece a una serie, que aparece escrita en la marquilla. Además, un inconotexto da título a la pieza litográfica. En ocasiones, este suele representar un diálogo establecido entre los personajes, en el cual se evidencia el argot popular. Alrededor de la escena suelen aparecer medallas o escudos que representan reconocimientos alcanzados por la marca o las Casas Reales de las cuales era proveedora la fábrica.

Figura 2. Diseño de la marquilla cigarrera



Fuente: adaptado de Yadira Calzadilla, 2019.

Al estar destinados a distintas capas sociales, incluidas aquellas de menor poder adquisitivo,

los cigarrillos poseen una gráfica donde los dibujos presentan trazos más sencillos y recrean una amplia gama de temas relacionados con la vida cotidiana. Enfatizan en las expresiones de arraigo popular: religiosas, artísticas, deportivas, comerciales o simplemente mundanas. La producción de estas cajetillas perduró hasta finales de la década de 1880, cuando comienzan a ser sustituidos por envases de cartulina, con mejores condiciones de empaque y sin mayores pretensiones artísticas, salvo el logotipo de la marca.

Tanto en el caso de la litografía de los habanos como de los cigarrillos, la producción fue en gran medida numerosa. A las grandes ventajas de los avances tecnológicos se sumó la calidad del trabajo de litógrafos y marquistas, quienes «estimulados por el ajuste técnico y conceptual de la litografía a la gráfica de envase del tabaco, generaron entonces un amplísimo repertorio de letras y ornamentos que, por su belleza, policromía y novedad, influirán en los fundidores de tipo de imprenta y en los pintores rotulistas» (Bermúdez, 2000, p. 12).

El coleccionismo de litografía tabacalera. Marquillas cigarreras y colecciones

Ambas producciones litográficas generaron un interés por el coleccionismo. En el caso de las habilitaciones, este surgió de manera natural, sobre todo por parte de los dueños de fábricas tabacaleras y otros «indianos», como eran llamados los negociantes prósperos españoles que regresaron a su tierra natal tras finalizar la guerra en Cuba. También los soldados llevaron consigo como recuerdo las anillas o vitolas de los tabacos que consumían durante su estancia en la Isla. De ahí el origen del término «vitolfilia» empleado para denominar la afición de coleccionar anillas de puros y otros exponentes de la litografía tabacalera.

El afán por conservar etiquetas de puros ha prevalecido hasta nuestros días. Las más grandes colecciones pertenecen a privados, quienes, con el tiempo, se fueron agrupando en asociaciones por distintos lugares del mundo. La primera afiliación de vitófilos surgió en 1934 en Estados Unidos con el nombre de International Cigar

Band Society (Sociedad Internacional de Vitolas). No obstante, fue hacia la década de 1950 cuando se desató un impulso por la vitofilia. En 1949 surgió en Toledo la Asociación Vitofílica Española (AVE), primera en su clase en Europa y la de mayor empuje entre todas las que han existido. En 1955 se fundó la Asociación Vitofílica Cubana (AVC), que tuvo una duración de cuatro años, y que en 1986 volvió a funcionar y prevalece hasta nuestros días.

A las primeras colecciones de anillas se fueron sumando el resto de las etiquetas del juego de habilitaciones y las marquillas cigarreras, al parecer iban quedando en el olvido. En 1940, en su libro *Contrapunteo cubano del tabaco y el azúcar*, el antropólogo Fernando Ortiz hacía un llamado al valor de los envoltorios de cigarrillos cubanos y a su necesidad de estudio como fuentes primordiales para el entendimiento de las prácticas culturales de la época, de la manera de pensar y vivir de la sociedad:

Las colecciones que ahora se hacen, llamadas malamente de vitofilia [sic], generalmente de típico barroquismo, no representan el caudal ingenioso de los dibujos de las cajetillas de cigarrillos, que cubrió todos los campos desde la geografía, la realeza y el ejército hasta la ironía y la picaresca pornográfica. Un tesoro demopsicológico había en esas colecciones de arte complementario del tabaco. ¡Nadie lo ha estudiado todavía! Pocos libros conservan muestras de esas graffías folklóricas, tan ricas y originales del pueblo de Cuba (p. 453).

Lo cierto es que las colecciones de marquillas cigarreras resultan muy pocas en comparación con las de habilitaciones de tabaco; pero a diferencia de estas últimas, una gran mayoría de las lujosas cajetillas de cigarrillos del siglo XIX que aún se conservan, permanecen en instituciones gubernamentales. Es curioso que fueran las etiquetas de tabaco las que generaran el mayor interés por el coleccionismo, cuando las marquillas se concibieron desde un inicio, a manera de serie continuada para ser coleccionadas. La fábrica de cigarrillos La Honradez producía incluso álbumes para estos fines. No obstante, si bien el uso de las habilitaciones se ha mantenido hasta nuestros días, la producción de cajetillas de lujo para los cigarrillos perduró apenas unas tres décadas.

De las marquillas que hoy se atesora, a veces apenas se conserva la sección recortada y pegada lo mismo en álbumes junto a otras etiquetas comerciales, que en algunos que contienen solo cajetillas de lujo. La Biblioteca Nacional de España, en Madrid, posee una colección de marquillas cromolitografiadas, organizada por marcas de cigarrillos, que consta de 937 piezas, de las cuales 719 —que representan el 76 % de la muestra— pertenecen a la fábrica La Honradez. En el caso de Cuba, la más amplia colección de la cual se tiene referencia perteneció a en la Biblioteca Nacional José Martí. Actualmente desaparecida, la misma contaba con 3932 marquillas cigarreras. Es posible constatar su existencia gracias a *El libro del tabaco* (1994), *Cuba en las marquillas cigarreras del siglo XIX* (1985) y *Marquillas cigarreras cubanas* (1989), publicados por el historiador Antonio Núñez Jiménez. El Museo Colonial de la Oficina del Historiador de La Habana es portador de un álbum, el más basto localizado actualmente en la Isla, con un total de 1136 marquillas, de las cuales, 740, que constituyen el 65% de la colección, pertenecen a la fábrica de José Susini. Otro de los fondos que atesora una gran cantidad de marquillas cigarreras, es el Archivo Histórico de la Oficina. En este caso, como parte de una amplia colección de etiquetas comerciales de perfumes, chocolates, rones, confituras, tabacos y cigarrillos. Entre las diferentes series de marquillas que contienen esta colección resalta «Una visita a la fábrica La Honradez», con un total de once piezas. De esta serie, que referencia a las visitas guiadas a la empresa como una de las estrategias comerciales aplicadas por José Susini, apenas se conocían dos marquillas, reproducidas en los libros de Núñez Jiménez.

En todos los fondos mencionados predominan ampliamente las marquillas de la fábrica La Honradez por encima de otras marcas comerciales. Fue sin dudas, la empresa de Susini, la impulsora de las cajetillas como envoltorios coleccionables. De modo que la serie «Una visita a la fábrica La Honradez» merece particular atención, pues a manera de visita guiada, permite un acercamiento a ese gigante de la industria cigarrera del siglo XIX.

La fábrica de cigarrillos La Honradez: modelo tecnológico y publicitario

A través del análisis iconológico de «Una visita a la fábrica La Honradez» puede emprenderse un recorrido virtual por los diferentes departamentos y acercarse a los procesos y maquinarias empleados en la producción de cigarrillos, aprovechando también dos importantes fuentes documentales: los libros *Real e Imperial Fábrica La Honradez* (1867) y *Cuba a pluma y lápiz* (1871), de Samuel Hazard. El primero de ellos, realizado en la imprenta mecánica de la propia fábrica, es una recopilación de reseñas y artículos publicados en la prensa cubana y extranjera. Incluye grabados de algunos de sus departamentos principales, así como documentos oficiales y testimonios de las visitas guiadas por la fábrica entre 1862 y 1867. En cuanto a la obra del viajero estadounidense, su capítulo X sobre manufacturas está dedicado casi en su totalidad a La Honradez. Hazard afirma: «Que no se imagine el viajero, por lo tanto, que ha visto La Habana si la abandona sin antes visitar el lugar donde se elabora esta peculiar institución del país, tan bien conocida como el palacio del gobernador, con el nombre de “Real e Imperial Factoría de La Honradez”» (1871, p. 166).

La fábrica de Susini se caracterizó por los más novedosos avances tecnológicos, por una perfecta organización en los procesos productivos y por una excelente gestión publicitaria. Sita en la calle Cuba de La Habana intramuros, la empresa habría sus puertas a los visitantes que, mediante la guía de un conserje, recorrían aquel que la prensa de la época calificó como «museo de artes y manufacturas». Entre las impresiones de aquellos que acudían a la cita, aparece la del escritor habanero José Socorro de León, quien, tras su visita en enero de 1864, anotó:

Al ver las marcas de los cigarros de La Honradez, que son los que fumo, y en cuyos grabados se da una idea de lo que es la fábrica, creí que había exageración; pero la visita me ha convencido de que dichos grabados no dicen todo lo que es esta casa digna de Europa (*Lista de las personas que desde el 26 de junio de 1862 han visitado esta real fábrica e inscrito sus nombres y observaciones en el registro especial...*, 1867, p. 17).

El magnífico establecimiento ocupaba casi toda una manzana y tenía su entrada principal en la Plazuela de Santa Clara. A su llegada los visitantes encontraban un escritorio de administración, desde donde se gestionaban, por medio de un telégrafo eléctrico, las órdenes que iban a toda la casa. Allí anotaban en un libro de registro, su nombre, el cual era utilizado, al final del recorrido, para hacerles entrega de una cajetilla personalizada como recuerdo. Durante el recorrido por los diferentes departamentos podían presenciar el flujo de trabajo: la llegada de la picadura, su proceso de secado y prensado; la confección de los cigarrillos a mano; la preparación del papel (Fig. 3); de las cajetillas, el empaquetado de los cigarros en cajetillas y el embalaje de estas en toneles de madera para su exportación. A la cadena productiva se sumaba el que podría entenderse como «proceso artístico» en el taller de litografía, donde

dos dibujantes se ocupan dentro del establecimiento, en hacer graciosos diseños que impresos luego con tintas de colores por medio de una perfeccionada prensa cromolitográfica también movida por vapor, forman lo que se designa como envolturas o papeletas para cajetillas de lujo (Tapia, 1867, p. 48).

Figura 3. *Prensa para contraseñar el papel*. De la serie «Una visita a la fábrica La Honradez», de la fábrica La Honradez.



Fuente: Escena de marquilla de la colección del Archivo Histórico de la OHH.

Para la estampación de cajetillas y otros impresos, el establecimiento contaba con un taller de impresión equipado de las más novedosas maquinarias. Varias prensas tipográficas intervenían en la impresión de prospectos, documentos, circulares, y de un

periódico mensual de distribución gratuita, titulado *Boletín de La Honradez*.

Los adelantos tecnológicos con que contaba la fábrica propiciaron que esta fuera reconocida como un modelo industrial y que fuera calificada por el alemán Heinrich Schliemann durante su estancia en la Isla en 1865 como «la más grande del mundo» (Castro, 2001, p. 29). La Honradez era portadora de una potente máquina de vapor que impulsaba al resto de las maquinarias de los distintos departamentos. Refiriéndose a los avances técnicos de la empresa, a raíz de su visita el cronista Alejandro Tapia publicó esta enjundiosa exaltación:

Desde su proximidad se advierte el movimiento material que lleva consigo y caracteriza a un establecimiento fabril de notables proporciones, dejándose sentir ese rumor industrial que es, como si dijéramos, el rumor de nuestro siglo: colmena laboriosa que reasume a toda una civilización y a que concurren la madre Tierra con la planta, el hombre con sus brazos, la industria con sus materias accesorias, el genio de la mecánica con su sabia aplicación de fuerzas, Papin con su marmita, Watt con la perfecta reproducción del impulso, Fulton con sus rápidos transportes, Guttemberg con la publicidad y Snefelder con su invención peregrina que hace de la piedra oleosa un medio hoy perfeccionado de multiplicar rápidamente los ejemplares cromóticos; sin olvidar a Franklin y Morse que también la favorece con las ingeniosas aplicaciones de sus grandes descubrimientos (1867, p. 46).

Entre las innovaciones llevada a cabo en La Honradez, estuvo una máquina ideada por Susini para liar cigarrillos, que resultó premiada por el jurado de la Sociedad de Ciencias Industriales, Artes y Bellas Artes en la Exposición Universal de París en 1867 (*Máquina Susini para cigarrillos...*, 1867, pp. 11-12). El potencial de la empresa influyó también en el resto de la ciudad, al prestar servicios gratuitos como la extinción de incendios con una gran bomba de vapor locomóvil, operada y conducida por maquinistas de la propia fábrica. Este hecho lo evidencian algunas crónicas publicadas en la prensa, como esta de agosto de 1865 que asevera que: «solo la bomba de La Honradez apagó el fuego de anoche, mientras el Cuerpo de Bomberos permanecía

como simple espectador. Era un ejército de observación compuesto de más de quinientos hombres» (*Real e Imperial Fábrica La Honradez*, 1867, p. 36). La fábrica también contaba con pararrayos, un telégrafo eléctrico-acústico, y alumbrado de gas y eléctrico, este último, también a disposición pública:

Aunque se ha atribuido el primer sistema de alumbrado eléctrico público con que contó La Habana al ingeniero español José Dalmau, quien en 1877 hizo un intento fallido al no contar con una máquina de vapor con la suficiente potencia,¹⁸ es muy revelador que La Honradez estrenó la noche del 29 de octubre de 1865 un sistema de iluminación semejante a los recién aprobados por el Ministerio de Obras Públicas en Francia. Además de alumbrar sus propios talleres, esa luz eléctrica abarcaba desde la Plazuela de Santa Clara en la esquina de Cuba y Santa Clara hasta los balcones del vecino periódico *El Siglo*, que comentó el suceso (Calzadilla, 2018, p. 28).

Al desarrollo tecnológico se sumó una ardua gestión publicitaria que se caracterizó por innovadoras estrategias, como las visitas guiadas a la fábrica, pero sobre todo el uso de cajetillas de lujo como modelo de envoltorio promocional. Dichos envoltorios tuvieron tal impacto que rápidamente fueron imitados por otras fábricas cubanas como Para Usted, de Eduardo Guilló o La Charanga de Villergas, de Llaguno y Compañía; con lo cual se enriqueció la producción litográfica en Cuba de manera extraordinaria. A raíz del estallido de las guerras de independencia en 1868, muchos trabajadores del sector tabacalero emigraron hacia otros países llevando consigo la experiencia adquirida y el aprendizaje de las técnicas empleadas en la elaboración del cigarrillo y su presentación comercial. Tal fue el caso del francés Ernesto Pugibet, quien, habiendo aprendido el oficio en la Isla, arribó a México hacia 1880, y fundó allí la fábrica de cigarrillos El Buen Tono, la más importante que tuvo la tierra azteca durante finales del XIX y principio del XX (Hellion, 2001). Otras fábricas cigarreras mexicanas también utilizaron los modelos cubanos y muchas de ellas no solo imitaron los diseños de las cajetillas, sino las imprimían en talleres litográficos habaneros (Mayagoitia, 2013).

Las cajetillas de lujo tuvieron un alcance internacional por la variedad de temáticas tratadas. Los dibujos muestran un excelente manejo del contenido comunicacional, a través del recurso humorístico, la información actualizada, globalizada, instructiva, lúdica y promocional, con lo cual «la práctica de ornamentación litográfica del empaque en Cuba, conocido como marquilla, fue pionera en la ilustración comercial» (Hellion, 2011, p. 81).

Las marquillas reflejan una estrecha relación y cercanía con el consumidor, alcanzadas mediante el manejo de temas relacionados con el acontecer en la Isla y el resto del mundo.

Estas escenas responden a intereses cotidianos del público, a hechos que están sucediendo en el país y en el extranjero. Este público es, además, más popular que el de las cajas de tabaco, y debemos suponer, por ende, que está limitado mayoritariamente al ámbito nacional. Todas esas causas colaboran al carácter dicharachero y nada sutil que tienen. Su único paralelo se encuentra en los grabados de las publicaciones periódicas, especialmente en las caricaturas. De ahí que su valor documental, añadiéndole frescura e inmediatez, compense, con creces, sus evidentes deficiencias desde el punto de vista estrictamente pictórico (De Juan, 1978, p. 34).

De modo que su mayor aporte de las marquillas cigarreras a la luz de nuestros días resulta la manera en que en ellas se expresa la vida cotidiana del siglo XIX, lo cual permite el entendimiento de la sociedad decimonónica mediante el estudio de esta gráfica publicitaria.

Tipos y costumbres cubanos en las marquillas cigarreras

Como testimonio de la sociedad decimonónica cubana, las marquillas cigarreras reflejan los modos de vida de los entornos citadinos y rurales; las diferencias raciales, de clase y de género imperantes en la época. En ellas aparecen representadas desde la más alta aristocracia hasta las capas más baja como los esclavos; los hábitos religiosos; militares; las maneras de entretenimiento; la música en boga... en definitiva, el acontecer cultural y político de su tiempo. Las escenas expresan la cotidianidad, la

moda, una serie de tipos populares como el calesero, el novio de ventana o la mulata. Estas imágenes tienen su paralelo en la literatura de costumbres de la época. Lo cual conlleva a que estos envoltorios de cigarros

pueden revalorizarse iconológicamente como un portal gráfico del costumbrismo cubano dentro de las prácticas culturales del siglo XIX. La mayoría de sus series son una ventana a la vida cotidiana en la sociedad decimonónica. De ahí que Ortiz se refiera a las marquillas como «un tesoro demopsicológico», ya que estas reflejan las creencias, conocimiento, sentimientos, ideas... en fin, la psicología del pueblo (Calzadilla, 2018, p. 29).

A través de las marquillas cigarreras se manifiesta el sincretismo, el lenguaje, la religiosidad que van conformando, durante el siglo XIX, la identidad nacional. Gracias a este patrimonio gráfico puede visualizarse el concepto orticiano de «transculturación» para explicar la nación cubana como resultado de ese complejísimo proceso de mestizaje cultural y biológico. En las marquillas se reflejan

los variadísimos fenómenos que se originan en Cuba por las complejísimas transmutaciones de culturas que aquí se verifican, sin conocer las cuales, es imposible entender la evolución del pueblo cubano, así en lo económico como en lo institucional, jurídico, ético, religioso, artístico, lingüístico, psicológico, sexual y en los demás aspectos de la vida (Ortiz, 1940, p. 80).

Por ejemplo, en la serie «Cosas de La Habana» se advierte la agitación propia de la urbe. En la marquilla titulada *Avemaría, Pancrasio; me vas machacando todo el vestido* (Fig. 4) se alude a los recorridos vespertinos en volanta: «pasadas las cinco se empieza a notar algo de vida. Es la hora en que comienza la animación en el Paseo, llenándose de paseantes y de hermosos carruajes y quitrines, con su carga de bellas y elegantes ocupantes» (Hazard, 1871, p. 204). Los quitrines se caracterizaban por unas ruedas inmensas, y según la costumbre, los caballeros debían sentarse a la izquierda de la dama. Esta escena también representa la elegancia a la hora de vestir de los habaneros, así como los esmerados peinados y los pomposos vestidos de las mujeres, el frecuente uso del abanico, producto del clima

tropical. Con el humorismo propio de la prensa satírica de la época, la mujer que aparece en esta imagen es caracterizada como la representación del exceso, con la intención de elegancia que roza en lo ridículo. Sus excentricismos avergüenzan al caballero que la acompaña, por lo que este lleva la cabeza gacha, casi oculta dentro del sombrero.

Figura 4. Marquilla cigarrera titulada *Avemaría, Pancrasio; me vas machacando todo el vestido*. De la serie «Cosas de La Habana», de la fábrica La Honradez



Entre los personajes que daban vida a la ciudad estaban sus vendedores ambulantes (Fig. 5). En otra de las escenas de la serie «Cosas de La Habana» aparecen un billeteo y una vendedora de frutas. La mujer, que lleva una falda rasgada denotando extrema pobreza, le compra uno de los billetes al vendedor de lotería. Según afirman los testimonios de los viajeros que visitaban la Isla, jugaban hasta por los más desfavorecidos económicamente. Según Hazard:

Puede afirmarse que la lotería es la maldición de los cubanos. Todos ellos, desde el de la clase más alta a la más baja, desde el niño que está en condiciones de andar (pues en este caso compran los billetes para él) hasta el anciano achacoso, hombre o mujer; el pobre, ignorante y sucio negro, y el blanco más atildado y elegante; la humilde lavandera y la indolente, rica y bella señora; todos, todos están igualmente interesados en jugar a la lotería (1871, pp. 196-197).

Figura 5. Marquilla cigarrera titulada *Los billetes, los billetes que sacan! La piña dulce, los platanitos sabrosos!* De la serie «Cosas de La Habana», de la fábrica La Honradez.



Si bien mulatas y negras transitaban libremente por las calles, las damas habaneras pasaban la mayor parte del día en casa, dejándose ver tras los barrotes de los enormes ventanales coloniales. A ellos se aproximaban los llamados «novios de ventana» a conquistar a las damas. Varias marquillas de diferentes fábricas hacen referencia a este personaje. En cuanto a temas de conquista, una serie de particular atención es «Baraja de amor compuesta de 48 naipes», cuyo fin era el juego entre damas y caballeros donde las preguntas y respuestas que aparecen en dichas cajetillas implican un flirteo. Varias de las marquillas evidencian también el hábito de las mujeres cubanas de fumar cigarrillos. La serie «Telégrafo de las damas», por ejemplo, muestra el lenguaje secreto del abanico, empleado por las mujeres para transmitir mensajes por medio de señas a los caballeros. Existen series donde aparecen figurines de moda o dibujos de tapicería, propios de las revistas dirigidas a las féminas. De acuerdo con los modelos de estas publicaciones, algunas marquillas contienen fábulas o partituras de contradanzas. Lo cierto es que las mujeres habaneras eran grandes consumidoras de cigarrillos. Afirma Hazard: «unas lo hacen frecuentemente, otras un poquito; y es casi una obligación, si viajáis con señoras en un vagón de ferrocarril, presentarles vuestra cajetilla de cigarrillos, en la seguridad que las de más edad aceptarán el ofrecimiento» (1871, p. 177). Otro testimonio de la época se refiere a que «cuando

un caballero le hace una visita a unas damas, antes de entrar en la casa y hacerle los saludos de ritual, debe ofrecerles a las damas algunos tabacos» (Eguren, 1986, p. 242).

Todas estas escenas que aparecen en las marquillas evidencian algunos de los elementos que van componiendo la nacionalidad cubana. La gestualidad, la picaresca, los hábitos, los géneros musicales, entre otros, son expresiones del sentimiento identitario que se va fomentando durante el siglo XIX y que se va a ver reflejado también mediante símbolos que van definiendo la cubanidad. Tal es el caso de la Virgen de la Caridad del Cobre (Fig. 6), venerada por los soldados de las guerras de independencia, hoy proclamada Patrona de Cuba.

Figura 5. Marquilla cigarrera titulada *La Virgen de la Caridad del Cobre*. De la serie «Historia Santa», de la fábrica La Honradez.



En cuanto a lo religioso, y de manera general, a lo cultural; en el contexto cubano convergieron tradiciones lo mismo de origen africano que europeo. «Almanaque profético para el año 1866» ofrece muestras de esa confluencia. Por tratarse de un calendario, la serie se compone de 12 marquillas, en correspondencia con los meses del año. Cada una de ellas profetiza un evento, que en ocasiones alude a una celebración litúrgica o climática, de acuerdo con la época del año. Las escenas —acompañadas de un santoral con las festividades de la iglesia católica— tienen como principales protagonistas a hombres y mujeres negros, representados en actitudes maliciosas o en ocasiones lascivas. En ellas «religión y profanidad, lo sagrado y lo mundano están ubicados de manera contigua en el mismo campo de visión, apenas separados por un

estrecho límite, al borde de potencial y mutua contaminación» (Lugo-Ortiz, 2012, p. 69).

La escena de la marquilla del primer mes del año, titulada *Los diablos coronados perdonarán tus pecados* (Fig. 6), se refiere a la Fiesta de los Cabildos africanos, celebrada cada 6 de enero en Cuba. La misma coincide con la festividad cristiana del Día de Reyes. Durante la celebración afro cubana, una gran peregrinación de africanos agrupados por cabildos o naciones recorría las calles de la Habana intramuros hasta llegar al Palacio del Capitán General en la Plaza de Armas. Ese día los esclavos eran libres y danzaban y cantaban sus ritmos, luciendo atavíos con plumas, caracoles, colmillos de perro y de caimán, cuentas de huesos y de vidrio, fibras vegetales, telas de varios colores. Por su aspecto abigarrado los danzantes fueron llamados por los blancos «diablitos», en alusión a las máscaras que simulaban diablos, que solían acompañar las procesiones católicas del Corpus Christi. Sin dudas, este fue «uno de los días del año más folklóricos, de más tradiciones y más extendida observancia» (Ortiz, 1920, p. 53), una de las más pintorescas escenas de la vida colonial en la Isla. De este modo la música y el baile africanos hallaron un espacio emancipador, y poco a poco «el arte rítmico del negro penetró profundamente en la sociedad cubana por su elemento musical y luego por sus danzas» (Ortiz, 2015, p. 77).

Figura 6. Marquilla cigarrera titulada *Los diablos coronados castigarán tus pecados*. De la serie «Almanaque profético para el año 1866», de la fábrica La Honradez.



Colección de la Biblioteca Nacional de España.

En el resto de las marquillas de la serie prevalece la sátira, la ironía, el doble sentido. En ellas se tocan aspectos como el cultivo de la caña de azúcar, que fueran el principal rubro económico del país; así como el rol de los esclavos, fuerza motriz de esta industria.

La rebeldía, el erotismo, la picardía están presente en un personaje recurrente en las marquillas cigarreras. Una figura que simboliza no solo la mezcla de esas costumbres europeas y africanas, sino la mezcla de razas: la mulata. Series como «Vida de la mulata» y «La vida de la mulata», de la fábrica La Honradez; «Vida y muerte de la mulata», de La Charanga de Villergas o «Historia de la mulata», de la marca Para Usted; narran, a modo de historieta, la vida de este personaje. En todas las historias figura el sensualismo de la mujer mestiza, su ritmo, su lenguaje, la compleja formación de sus valores. El fenómeno de la mulatez «comprendida en su alcance epistémico y axiológico, sustenta un área de estudio transcultural, ajena a cualquier estanco racial, y abierta a las experiencias subjetivas e históricas de las identidades que conforman lo cubano» (Matos, 2015, p. 22). Reflejo del dinamismo del proceso histórico de integración y cruzamientos que tuvo lugar en Cuba, resulta la figura de la mulata:

Hija de colono blanco y negra esclava, ella encarna la transgresión de esa barrera racista y se convierte en objeto de deseo por su sensualidad y libertinaje. Su condición dual de no ser ni blanca ni negra hace que la mestiza viva en constante conflicto, al no lograr desprenderse de ninguno de sus orígenes (Calzadilla, 2018, p. 31).

La figura de la mulata simboliza los desplazamientos identitarios acontecidos en la sociedad cubana, la interacción entre los sistemas de valores hegemónicos y las dinámicas sociales asentadas en la cotidianidad. A sus orígenes africanos, su libertinaje y su afición por el baile, se suman tradiciones y hábitos europeos como el bautizo en la iglesia católica o el uso de suntuosos vestidos y accesorios. Las mestizas, a diferencia de las mujeres blancas, se pasean

libremente por las calles (Fig. 7). Este personaje representa la urbanidad, el ritmo cotidiano de la ciudad, su ilícita sexualidad (Kutzinski, 1993). Ella simboliza los excesos, el continuo cambio, la inestabilidad del orden colonial (Fraunhar, 2008). Las marquillas cigarreras, a través de la caracterización que ofrecen de la mulata, permiten un acercamiento a ese fenómeno de abrazos genéticos y enlaces culturales mediante los cuales puede entenderse la cubanidad con «esa emotividad jugosa, sensual, retozona, tolerante, acomodaticia y decidora que es su gracia, su hechizo y su más potente fuerza de resistencia para sobrevivir en el constante hervor de sinsabores que ha sido la historia de nuestro país» (Ortiz, 1943, p. 379).

Figura 7. *Dios te guarde, sabroso*. De la serie «La vida de la mulata», de la fábrica La Honradez.



Colección de Luis Días, miembro de la Asociación Vitolfílica Cubana.

Es innegable que la impresión litográfica aplicada a la publicidad de los cigarrillos aportó un estilo particular de información. La síntesis lenguaje-imagen gestó una «tradición de arte en los dibujos, coloridos y estampados, que es mundialmente reconocida como característica por su anacronismo, su estilo, su pompa y sus folklóricas animaciones» (Ortiz, 1940, p. 34). Las marquillas cigarreras reflejan las características propias de los individuos de la Isla, su manera de vestir y de actuar, los proverbios populares y coloquialismos, el sincretismo, el folclore que definen, en definitiva, la esencia de la identidad nacional cubana.

Referencias

- Bermúdez, J. R. (2000). *La Imagen Constante*. La Habana: Editorial Letras Cubanas.
- Calzadilla, Y. (2013). El juego de habilitaciones: habanos, arte y seducción. *Opus Habana*, XV (1), pp. 58-63.
- (2019). *Las marquillas cigarreras de la fábrica La Honradez: portal gráfico del costumbrismo cubano del siglo XIX (1860-1888)* (Tesis presentada en opción al título de Máster en Preservación y Gestión del Patrimonio Cultural). Universidad de La Habana, Cuba.
- Castro Miranda, M. (2001). Los viajes de Schlimann a Cuba. *Opus Habana*, V (3), pp. 26-35.
- De Juan, A. (1978). *Pintura cubana: temas y variaciones*, La Habana: Unión de Escritores y Artistas de Cuba.
- (2003). *Pintura y grabado coloniales cubanos*. La Habana: Editorial Adagio.
- Eguren, G. (1986). *La fidelísima Habana*. La Habana: Editorial Letras Cubanas.
- Fraunhar, A. (2008). Marquillas Cigarreras Cubanas: Nation and Desire in the Nineteenth Century. *Hispanic Research Journal*, 9(5), pp. 457-477.
- Hazard S. (1871). *Cuba a pluma y lápiz* (ed. 1928). La Habana: Cultural S. A.
- Hellion Puga, R. D. (2001). *Humo y cenizas. Los inicios de la publicidad cigarrera en la ciudad de México*. (Tesis para optar por el grado de Doctora en Historiografía). Universidad Autónoma Metropolitana, México.
- Kutzinski, V. (1993). *Sugar's Secrets: Race and the Erotics of Cuban Nationalism*. Charlottesville: University of Virginia Press.
- Lapique Becali, Z. (2002). *La Memoria en las Piedras*, La Habana: Ediciones Boloña.
- Lista de las personas que desde el 26 de junio de 1862 han visitado esta real fábrica e inscrito sus nombres y observaciones en el registro especial llevado al efecto en la misma. *Real e Imperial Fábrica La Honradez* (Publicaciones de la prensa periódica sobre este establecimiento) (1867). La Habana: Imprenta y Litografía particulares de la Real e Imperial Fábrica de Cigarrillos La Honradez.
- Lugo-Ortiz, A. (2012). Material Culture, Slavery, and Governability in Colonial Cuba: The Humorous Lessons of the Cigarette Marquillas. *Journal of Latin American Cultural Studies*, 21 (1), pp. 61-85.
- Máquina Susini para cigarrillos de la Real e Imperial Fábrica de Cigarrillos La Honradez de Luis Susini e Hijo. Habana (1867). *La América*, XI (9), pp. 11-12.
- Matos Arévalos, J. A. (2015). Prólogo. En *Epifanía de la mulatez* (9-27). La Habana: Fundación Fernando Ortiz.
- Mayagoitia Penagos, L. (2013). *Tabaco y litografía. La litografía comercial en México durante el siglo XIX. Las etiquetas de cigarros y puros* (Tesis Doctoral en Artes Visuales: producción, gestión y restauración). Universidad Politécnica de Valencia, España.
- Núñez Jiménez, A. (1985). *Cuba en las marquillas cigarreras del siglo XIX*. La Habana: Ediciones turísticas de Cuba.
- (1989). *Marquillas cigarreras cubanas*. España: Tabapress.
- (1994). *El libro del tabaco*. México: Pulsar Internacional.
- Ortiz, F. (1920). La antigua fiesta afrocubana del Día de Reyes. En *Ensayos Etnográficos* (1984), (pp. 41-78). La Habana: Editorial de Ciencias Sociales.
- (1940). *Contrapunteo cubano del tabaco y el azúcar*. (ed. 1999) España: EditocubaEspaña.
- (1943). Conferencias culturales de Cuba. En *Revista de la Unión Panamericana*, julio, pp. 378-383
- (2015). *Epifanía de la mulatez*. La Habana: Fundación Fernando Ortiz
- Perdomo, J. E. (1940). *Léxico tabacalero cubano*. (ed. 1998) Miami: Ediciones Universal.
- Real e Imperial Fábrica La Honradez* (Publicaciones de la prensa periódica sobre este establecimiento) (1867). La Habana: Imprenta y Litografía particulares de la Real e Imperial Fábrica de Cigarrillos La Honradez.
- Rivero Muñoz, J. (1965). *Tabaco, su historia en Cuba*, Tomo II, Instituto de Historia, La Habana.
- Sepúlveda, A. (2017). Humor and Social Hygiene in Havana's Nineteenth-Century Cigarette Marquillas. *Nineteenth century art worldwide* 14 (3).
- Tapia Rivera, A. (1867). La industria cigarrera en la Isla de Cuba. La Honradez. *Real e Imperial Fábrica La Honradez* (Publicaciones de la prensa periódica sobre este establecimiento) (1867). La Habana: Imprenta y Litografía particulares de la Real e Imperial Fábrica de Cigarrillos La Honradez, pp. 44-52.