

# Coleccionando marquillas

Por Juan José Ruiz

Quienes practicamos esta fascinante forma de coleccionismo solemos ubicar a *La Sin Bombo*, la cigarrería que el gibraltareño Juan Canter funda en 1854, como el antes y después de la historia de la industria tabacalera en nuestro país. Atrás quedaban los tiempos heroicos del establecimiento de la Renta de Tabacos de la Corona (1778) y la maratónica recorrida por

el Virreynato de su instalador, Francisco de Paula Sanz. En la primera mitad del siglo XIX, la abolición de la Renta (1812) marca también el final del artesanado cigarrero, que Wilde describiera en *Buenos Aires desde 70 años atrás*. El país ingresa de lleno a la industrialización y dentro de ella la manufactura de tabacos tendrá un lugar predominante. Pocas industrias

han dejado tantos y tan valiosos testimonios como ésta.

Desde el simple atado de cigarrillos *La figurita vale*, los relojes de premio, las escandalosas fotografías de desnudos, los abanicos, hasta los dados y los cubiletes se han convertido con el paso del tiempo en preciados coleccionables que hablan de la historia de esta poderosa industria.

Claro que no todas son rosas en el camino del coleccionista. La burocracia y la imbecilidad de algunos funcionarios han dado como resultado que los registros de las marcas comerciales hasta el año 1930 hayan sido destruidos "porque eran muy viejos", por lo cual, ante esta carencia debemos guiarnos por los elementos propios de nuestra investigación.

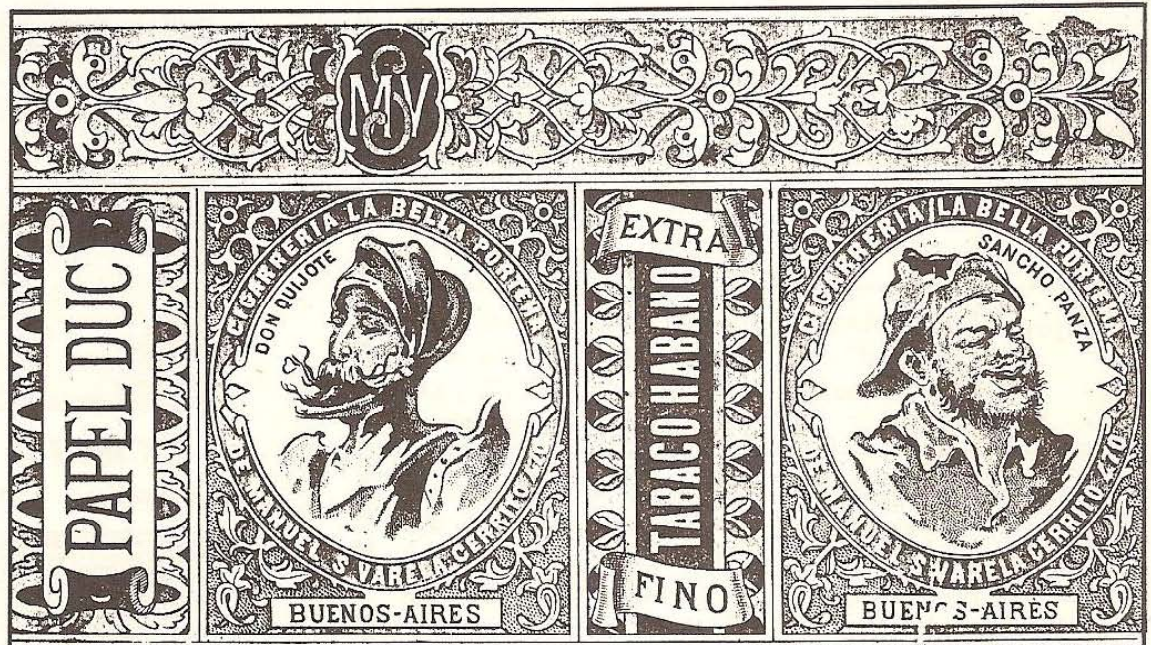
Los primeros envases que poseo datan de 1880 y corresponden a las marcas *La Hija del Toro* y *Habanillos*, de José San Marco, ambas magníficas cromolitografías impresas por Armanino Hnos., Génova, Italia. Casi inmediatamente siguen los paquetes de formato redondo, heredados de los españoles e impresos en nuestro país por Kraft, Gunche, Wiebeck, Turtl, Talleres de la Compañía General de fósforos, Bianchi, Compañía de Billetes, La Artística de F. Perelli, Bonfiglio y otros. Hubieron también falsificaciones de productos de gran demanda como: *43*, *Vuelta Abajo*, *Bicho Feo* y *Centenario*, conocidos como "reformados" y que sus propios fabricantes anunciaban en los medios de la época.

Más tarde comienza la difusión del paquete rectangular invento del español Manuel Durán, dueño de *La Proveedora*, la más importante firma de entonces en Sudamérica.

Cabe destacar que no existía el tabaco rubio todo era tabaco habano (de la Habana) o aún más fuerte como el Pará (misionero o del Paraguay). Tampoco se conocía el celofán, ni el papel interior de alu-

A comienzos de siglo el embellecimiento de la ciudad, las obras públicas, el desarrollo de la industria y el "empleismo", como lo definiera Cioppi aumentan el consumo. Es también la época de la

ros para las clases pudientes. En un rápido repaso por amarillentos ejemplares de *Caras* y *Caretas* y *PBT* de la época podemos encontrar los *Casino* y los *Excelsior* de 15 centavos.



Marquilla de la cigarrería *La Bella Porteña*. Impresa circa 1890 por Establecimientos Gráficos.

minio. Algunos fabricantes envolvían los atados en trozos de seda. De más está decir que no se conocía el filtro y que la producción era diaria, los cigarreros de entonces no habían incorporado aún a su vocabulario la palabra *stock*.

Un dato interesante. Muchas de las empresas manufactureras como *La Popular*, *La Abundancia*, *Piccardo* y *Compañía Argentina de Tabacos* poseían su propia litografía lo que explica la profusión y variedad de las marquillas.

*voráGINE* de *La Bolsa* y es precisamente en ese recinto donde nace una marca que hará historia el "43".

Por aquellos días aparece también la carterita de 10 centavos, una especie de sobre unido al medio en cada una de cuyas partes va una cantidad de cigarrillos. Era la marca de los pobres y se pedían así: - Me da media carterita de Barrilete. La respuesta era invariable para aquellos tiempos sin inflación: - Son 5 centavos.

También los había más ca-

Cientos de marcas proliferan por entonces, *París*, *Dandicito*, *Vuelta Abajo*, *Monte-rrey*, *33 Orientales* y una que hace capote, *Centenario* con retratos de próceres, aunque esto no era una novedad porque cada atado de *La Popular*, por ejemplo, llevaba una imagen de Mitre. Roca, en cambio, tenía su propia marca de cigarrillos que regalaba durante la campaña electoral de 1898, recurso que al parecer contó con el favor popular ya que El Zorro fue reelecto para un nuevo período.