

Del cigarro al cigarrillo en el Paraguay. Cambios sociales, económicos y culturales dentro del proceso de industrialización del tabaco

FROM CIGARS TO CIGARETTES IN PARAGUAY: SOCIAL, ECONOMIC, AND CULTURAL
CHANGE IN THE INDUSTRIALIZATION OF TOBACCO

Aldo Torres Lesme *

Resumen

Este artículo describe y analiza el proceso de transformación que relegó el consumo del cigarro, tradicional e históricamente elaborado por mujeres a nivel artesanal, por el cigarrillo como producto industrial de consumo masivo y urbano. Se analiza este proceso a partir de fuentes primarias y secundarias y se toma en cuenta la relación que liga la consolidación del cigarrillo en la primera mitad del siglo XX con el capitalismo industrial y sus efectos en el delineamiento de la urbanización y la modernidad, así como el impacto de la publicidad y el carácter masivo de las guerras y la popularidad del fútbol ligados al consumo del producto.

Abstract

This article examines the transformation that led to the replacement of the cigar—a product traditionally and historically handmade by women—with the cigarette as an industrially manufactured commodity for mass urban consumption. Drawing on both primary and secondary sources, it analyzes this transition in relation to the rise of industrial capitalism during the first half of the twentieth century and its role in shaping urbanization and modernity. The article also considers the influence of advertising, mass wartime mobilization, and the growing popularity of football in fostering cigarette consumption.

* Centro de Investigaciones de Historia Social del Paraguay, aldo.saeta@gmail.com / ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7386-5804>

Palabras clave: Cigarros; Cigarrillos; Tabaco; Industrialización; Urbanización; Modernización.

Keywords: Cigars; Cigarettes; Tobacco; Industrialization; Urbanization; Modernization.

...y saboreo en el cigarro la libertad de todos los pensamientos.
 Fumo y sigo al humo con mi estela,
 y gozo, en un momento sensible y alerta,
 la liberación de todas las especulaciones
 y la conciencia de que la metafísica es el resultado de una indisposición.
 Y después de esto me reclino en mi silla
 y continúo fumando.
 Seguiré fumando hasta que el destino lo quiera.
Extracto de "Tabaquería", de Fernando Pessoa (1933)

INTRODUCCIÓN

¿En qué momento del siglo XX en el Paraguay el cigarrillo reemplazó al cigarro como modalidad de consumo de tabaco? Esta fue la pregunta que dio origen a la presente investigación. Otra motivación fue el asombro ante una publicidad del año 1946 en la que una empresa de cigarrillos ofrecía casas, a través de un sorteo, para sus clientes. También estimuló esta indagación el acceso a un edicto de la Policía de Asunción, de 1904, que prohibía a las mujeres fumar en la vía pública. ¿Qué podía decir todo esto acerca del cambio social, cultural y económico en el país?

Para reconstruir este proceso, se llevó adelante la consulta y lectura de fuentes primarias del Archivo Nacional de Asunción (en adelante, ANA), de periódicos de los siglos XIX y XX en la Hemeroteca de la Biblioteca Nacional,¹ al igual que del *Semanario de Avisos y Conocimientos Útiles* y también revistas y álbumes de la Biblioteca Pablo VI de la Universidad Católica Nuestra Señora de la Asunción. Entre las fuentes secundarias, se revisó libros y artículos académicos contribuciones que, en conjunto, permitieron tener una perspectiva más amplia referidos al consumo de tabaco, las empresas, sus publicidades y el público.

El artículo sigue un orden cronológico, abarcando unos cien años: desde la segunda mitad del siglo XIX hasta la primera mitad del siglo XX. En este corte temporal se describe y analiza los principales procesos de cambio ocurridos en las diferentes dimensiones de lo social a partir del estudio de la producción y el consumo del cigarro y el cigarrillo.

Este estudio se enmarca en la línea de aquellas investigaciones que toma como fenómeno la producción, comercialización y consumo de ciertos rubros y los cambios sociales, económicos y culturales verificados con la introducción de nuevas tecnologías, la concentración empresarial o el reemplazo de un ítem por otro. Los trabajos de Bridget María Chesterton y Aurora Gómez Galvaterro constituyen claros ejemplos al respecto.

Chesterton (2022) analiza la centralidad de la naranja como parte del paisaje y fuente de alimento en el Paraguay, así como el papel de las mujeres en su comercialización durante el siglo XIX y comienzos del siglo XX. Con relación a *El pan nuestro. Una historia de la tortilla de maíz* de Gómez Galvaterro (2024), al reseñar esta obra Carlos Marichal advierte que la autora toma la tortilla de maíz como “protagonista de la trayectoria de larga duración de este país [México], desde la época prehispánica hasta la actualidad” (2024, p. 201). En efecto, Gómez Galvaterro (2024) describe la importancia del maíz *nixtamal* en la alimentación mexicana y su producción por mujeres campesinas durante más de dos mil años. Las autoras coinciden en señalar que el siglo XX trajo consigo profundos cambios. Así, en Paraguay, se verifica el reemplazo de los naranjales por la soja, mientras que, en México, la implementación de molinos industriales y el empleo de electricidad transformó radicalmente la producción y el consumo de los alimentos tradicionales.

EL APOGEO DEL CIGARRO

La producción de cigarros en el Paraguay tuvo un auge durante el gobierno de Carlos Antonio López. El Estado exportaba los cigarros y a partir de 1854 aparece como uno de los rubros principales en los detalles mensuales de exportación del Paraguay que se publicaban en el *Semanario de Avisos y Conocimientos Útiles*.

En 1854 cada millar de cigarros se vendía a 12 reales (aproximadamente 1,5 pesos), mientras que en 1858 el monto era de 4 pesos por la misma cantidad. Unos años antes, en 1855, el gobierno estableció por decreto un premio para los fabricantes que se acercaran a los cigarros de La Habana, consistente en 4 pesos por cada mil cigarros, y 2 reales por cada mil para aquellos que no alcanzasen ese nivel pero produjeran cigarros lo suficientemente buenos (*Semanario de Avisos y Conocimientos Útiles*, 1885, 20 de enero, n° 80). En lo que respecta al volumen de exportación, los números varían de mes a mes. En noviembre de 1860 se llegó a la cantidad de 871.000 cigarros vendidos por el Estado (según el “Resúmen de esportacion en el mes de Noviembre” publicado en el *Semanario de Avisos y Conocimientos Útiles*, 1860, 1° de diciembre, n° 352).

Por entonces, y relacionado con la fabricación de cigarros en el Paraguay, aparece el cónsul de los EE.UU. de Norteamérica. Edward Hopkins abrió un establecimiento con apoyo del gobierno de Carlos Antonio López y la sociedad con un tal Manuel Morales. La producción se suspendió cuando se rompió la relación entre el cónsul y el presidente. Hopkins abandonó el país en 1854 para luego reclamar una indemnización al Estado que derivó en múltiples consecuencias aún años después. El *Semanario de Avisos y Conoci-*

mientos Útiles, desde luego, abordó la cuestión, sosteniendo que “si Hopkins ha hecho algunos cigarros en el Paraguay, ha sido con la industria de las paraguayas, robándoles su trabajo con el mayor descaro, y sacrificando a los cosecheros del tabaco...” (1854, 25 de noviembre, n° 72).

Se advierte aquí la importancia de las mujeres en la producción de cigarros. Más adelante, durante una averiguación acerca de la supuesta enseñanza a las mujeres en la fábrica, un testigo sostendrá que ellas ya sabían todo lo relacionado a la elaboración de cigarros desde mucho antes. Page (1859), respecto al mismo caso, refiere que antes de la instalación de la

Compañía Americana no había, incluso en Asunción, un establecimiento acreditado para fabricar o vender cigarros, aunque se exportaba mensualmente en cantidades de muchos miles. Las personas que los compraban para su uso, o los comerciantes que los requerían para la venta local o para la exportación, los solicitaban a diferentes familias del interior del país, quienes los suministraban puntualmente en diferentes medidas de acuerdo con los pedidos (Page, 1859, p. 218).

Al año siguiente, en 1855, llega Ildefonso Bermejo al Paraguay, contratado por el Estado. Este español desempeñará numerosas tareas hasta su retiro. En un libro, en el que expone sus experiencias, relata la previa a su primer encuentro con Carlos Antonio López. Según Bermejo, un personal de la guardia del presidente:

[...] saludóme con mucha cortesía, dándome la mano; cogió un cigarro puro que había dejado ardiendo detrás de la puerta [...] le llevó a su boca, y mientras chupaba y rechupaba para encandilarle, sacaba de los bolsillos de su pantalón otro puro en forma de torcida de candil, lo introdujo en la boca, le encendió con el otro, y así que le hubo chupado a su sabor, con la humedad que habían producido sus labios, me lo entregó en son de obsequio. Comprendí en lo inocente del agasajo que aquello era más una costumbre que un agravio, y le manifesté que estaba en ayunas y sería nocivo para el estómago usar de obsequio tan generoso. Tiró al suelo su puro y fumó el que me ofrecía, sin tomar a desaire mi observación (Bermejo, 2011, p. 20).

Al ser visitado por Ramona Gil, aparentemente de buena posición social, con sus hijas, Bermejo recordará que ella

[...] interrumpió su diálogo para sacar de su bolsillo un manojito de cigarros puros, y brindó con un puro a mi esposa. Ésta le dio las gracias con voz temblorosa y ruborizándose, a pesar de haberle dicho yo por el camino que las americanas fumaban. Doña Ramona entonces dijo: *¿No pita Usted? ¡Qué lástima! Ya se acostumbrará.* Y dando otro puro a cada una de sus hijas,

mandó a su esclava que buscase mi cocina y trajese un fueguito (Bermejo, 2011, p. 27).

En el año 1858, un anuncio en el *Semanario de Avisos y Conocimientos Útiles* invitaba a probar cigarros de Pety Hovy (tabaco azul); ésta podría constituir la primera publicidad de venta de cigarros en un medio impreso en el Paraguay. El aviso está destinado a “Los fumadores de buen gusto”, anunciándoles que “Se vende en casa de Don Antonio Peyrallo calle del Sol Cigarros de Petí hobí beneficiados por Doldan, los que interesen hallaran con quien tratar en la misma casa” (*Semanario de Avisos y Conocimientos Útiles*, 1858, 4 de diciembre, n° 245).

Bárbara Potthast también refiere a la importancia de las mujeres en la elaboración casera de cigarros, en el marco de una economía de naturaleza más informal. Menciona que, “a más tardar, cuando contaban aproximadamente con diez años de edad, las hijas eran ya mandadas por sus madres a lavar a las fuentes o al río, a liar cigarros o a hilar” (Potthast, 2011, p. 121). La autora analiza la presencia de las mujeres en el mercado de Asunción, donde “se vendía de todo: además de alimentos como frutas, calabazas o mandioca [...] alimentos elaborados como jaleas, quesos, chipas o comidas cocinadas, tabaco y cigarros” (p. 132). Para su descripción emplea críticamente las observaciones de viajeros que visitaron el país y publicaron sus obras, como Michael George Mulhall (1864) y Ernst Mevert (1883), entre otros.

Las mujeres no solamente vendían esta producción en el mercado de Asunción, sino que, a partir de la solicitud de pases para trasladarse desde la capital —específicamente desde San Roque— a otros puntos del país, con fines comerciales, Potthast sostiene que “los comestibles elaborados por las mujeres como chipa, miel y dulces de frutas eran las mercaderías más frecuentemente llevadas [...] seguidas de telas y ropas, así como de cigarros y tabaco”. Uno de los elementos dinamizadores fue la vía férrea, en el contexto de un proceso de “modernización y ampliación del comercio bajo C. A. López” (Potthast, 2011, p. 143).

La producción de cigarros en la segunda mitad del siglo XIX también se puede analizar a partir del registro del pago de patentes de comercio durante el gobierno de Francisco Solano López. En lo pertinente a estos permisos comerciales que el gobierno otorgaba para diversas actividades, Vicente Arrúa (2020, p. 91) apunta que:

[...] el decreto que establece el valor, clase y uso del papel sellado y patentes, en el título primero de las patentes en general, en el artículo primero, dispone que “habrá once clases de patentes para el año 1864; a saber: de dos, cinco, ocho, diez, quince, diez y ocho, veinte, veinte y cinco, treinta, treinta y cinco y cuarenta y cinco pesos. Ordena que todas las casas, establecimientos, talleres y ramos que se expresan en los títulos y artículos siguientes, quedan sujetos a pagar la patente que señala este decreto.”²

Potthast (2011, p. 432) anota que hacia el primer semestre de 1865, el 65,71 % del total de patentes para producción de cigarros habían sido otorgadas a mujeres. En efecto, según consta en ANA SNE, volumen 3.272, que registra los pagos de patente para producir cigarros de los años 1865 y 1866, se observa que el rubro era principalmente ejercido por mujeres en la capital. En la Tabla 1 están consignadas las personas que pagaron patentes en Asunción para la fabricación de cigarros durante este bienio. De las 29 personas que abonaron, solamente se registran tres hombres. La otra actividad realizada predominantemente por mujeres era la producción de aguardiente.

En Villarrica, para los mismos años, también pagaron patente de segunda clase para comercializar cigarros: Felipe Zapatas, Irene Brizuela, María C. Figueroa, José Barros, José M. Estigarribia, De Jesús Miranda, Antonia Careaga Pilar Benita Ayala, Agustina Marecos, Leona Serapia Valle, María Dejesús Lucero, Ramona Doldán, María Carísimo, Pastora López, Luis García y Zacarías Martínez (ANA SNE, volumen 3.272). Aunque en menor proporción que en la capital, en Villarrica las mujeres también lideraban este quehacer.

Se entiende que todas estas personas, al pagar la misma clase de patente comercial, se dedicaban a una producción pequeña y, como se observa en la Tabla 1, había algunas a quienes específicamente se las registró como productoras “en escala menor”. Ahora bien, se encuentran otros productores de cigarros que pagaron patentes más caras; por ejemplo, Juan Martínez, español, de Villarrica, pagó patente de tercera clase. Aun más arriba, Cosme Codas y Bartolomé Quintanilla, de Villarrica, quedaron registrados bajo la séptima clase. A su vez, Antonio Ruiz, portugués, y Luis Borsoni, italiano, ambos de Villarrica, pagaron cada uno patentes de octava clase. En estos últimos casos, se infiere, eran productores importantes de cigarros.

La élite también disfrutaba de sus cigarros, tal como se aprecia en un detalle de gastos del gobierno de Carlos Antonio López, que organizó un baile en el Club Nacional en diciembre de 1859 para celebrar las gestiones de su hijo, Francisco Solano López, como mediador en el conflicto entre Buenos Aires y la Confederación Argentina. En dicho evento, además de las bebidas y comida, el Estado pagó la compra de 13 cigarros imperiales (ANA SNE, volumen 650).

Por otra parte, un comprobante de mayo de 1862 da cuenta del tabaco introducido en almacenes del Estado para consumo interno, por un total de 90 arrobas de peso. Tal cantidad fue depositada por las siguientes personas: Rufino Jara, Pedro González, Andreza González, Micaela González, Gregorio Martínez, Estanislao Escobar, Juan José Sánchez, Manuel Vega, Inocencio Gómez, José María Monzón, Gregorio Vera, Rosario Pineda, Julián Prieto, Marcos Cáceres, Mauricio Silva, Rosario Molina, Dolores Vega, Félix Vega, Marcelino Arce, Rosa Benítez, Valeriano Cantero, Luis López y Pedro Pablo Godoy (ANA SNE, volumen 2.789).

Tabla 1. Pago de patentes comerciales para producción de cigarros años 1865-1866.

Fuente: elaboración propia a partir de ANA SNE, volumen 3.272.

Nombre y Apellido	Ubicación	Observación
Inocencia Ayala	La Encarnación	
Asunción Ayala	La Encarnación	
De Jesús Vergara	Encarnación	
Modesta Moreno	Catedral	
Martina Parra	Catedral	
Andresa González	La Encarnación	
Francisca Aceval	La Encarnación	
Casimira Benítez	San Roque	
María Morales	La Encarnación	
Dolores Vázquez	Catedral	
Vicenta Mora	Catedral	
Quintina Barboza	Catedral	
Isabel Esquivel	La Encarnación	
Dolores Pereira	La Encarnación	
Carmen Barboza	Catedral	
Cayetana Hermosilla	Catedral	
Angela González	Catedral	
Ignacia Valiente	Catedral	
Natividad Decoud	Catedral	
Clara Espínola	La Encarnación	
Raimundo Ortiz	La Encarnación	
Sebastiana Pérez	La Encarnación	
Venancia Ramos y Maria Vera	Catedral	
Cipriano Valiente	La Encarnación	
Mercedes Ayala	La Encarnación	
Antonia Moreno	Catedral	En escala menor
Claudia Benítez	Catedral	En escala menor
Modesta Moreno	Catedral	En escala menor

La Guerra contra la Triple Alianza (1864-1870), ya desde 1865, pero sobre todo a partir de 1866, promovió una campaña de donación masiva de cigarros para los combatientes, según se comprueba en sucesivos números del

Semanario de Avisos y Conocimientos Útiles (Tabla 2). Aunque no se trata de un relevamiento exhaustivo, los datos permiten apreciar que las donaciones provinieron de todos los rincones del país.

Tabla 2. Donaciones de cigarros para soldados durante la Guerra contra la Triple Alianza.

Fuente: elaboración propia a partir del *Semanario de Avisos y Conocimientos Útiles*, varios números entre 1865 y 1867.

Donante / Remitente	Pueblo	Cantidad de cigarros
Catalina Riera	Lambaré	6.000
Vecindario	Ybytimi	22.300
Vecindario	Caraguatay	20.000
Vecindario	Yhacanguasú	10.000
Anónimo (para el Hospital)	Anónimo	20.000
Vecindario	Mbujapey	Sin especificar
Vecindario	Villa del Rosario	24.000
Vecindario	Villarrica	9.000
Vecindario	Itauguá	94.000
Ignacio Mosquera	Carapeguá	8.500
Crisóstomo Aguiar	San Pedro	2.500
Ramona Duarte	Yhacanguasú	6.000
Vecindario	Barrero Grande	6.868
Vecindario	Borja	6.000
Antonio Ovelar	Piribebuy	13.674
Cura Juan M. Aquino	San Joaquín	2.000
Jefe de Milicias	San José de los Arroyos	1.025
Jefe de Milicias	Santa María	2.000
Julián Insrán	Ybycui (jefe de la Fábrica de Hierro)	9.000
Vecindario	Villarrica	7.670
Vecindario	Concepción	13.460
Micaela Genes	San Pedro	24 mazos
Pio Posoli, italiano	San Pedro	14.000
Simeona Avezada	Villarrica	5.000
Vecindario	Arroyos y Esteros	12.954
Vecindario	Itauguá	14.899
Vecindario	San Juan Nepomuceno	760
Vecindario	San Miguel	7.380

A pesar de la guerra, el periódico local tenía tiempo para recordar conductas de urbanidad social y recomendaba que una persona educada,

[...] para fumar, si tiene esta costumbre, procura antes que todo no molestar a nadie. En viaje, se reserva de echar bocanadas de humo sobre sus compañeros de diligencia [...] en las reuniones particulares, se modera y solo donde haya salón para el efecto debe encender un cigarro” (*Semanario de Avisos y Conocimientos Útiles*, 1867, 16 de noviembre, n° 708).

George Thompson (2014), en tanto, apunta que el combatiente paraguayo estaba munido de “morrión, peine, dinero, cigarros, fósforos, aguja, hilo, botones, tabaco de mascar y el pañuelo” (p. 68). El autor inglés, quien peleó en La Guerra contra la Triple Alianza del lado de Paraguay, donde trabajaba, agrega que los soldados, al comienzo de la conflagración, recibían carne de res diariamente y, mensualmente, “una libra de yerba, un poco de tabaco, sal y maíz cuando había...” (p. 70).

Como se puede apreciar, todo el periodo lopista fue de amplia producción y generalizado consumo de cigarros puros. Las mujeres fueron esenciales en su producción, tanto en tiempos de paz como de guerra.

LA TRANSICIÓN AL CIGARRILLO

En la ocupada ciudad de Asunción, un aviso en el periódico *La Opinión Pública* de 1870 informaba acerca de la liquidación del Gran Almacén Ferreira, sobre la calle Palma. El listado incluye un número importante de mercaderías y sus precios. Entre lo ofrecido se encuentran cigarrillos del Brasil (millares) a 1 peso con 20, que es el mismo precio que valía, por ejemplo y según la misma lista, 4 libras de café molido. Otro aviso en el mismo periódico, ofrecía “a los cigarreros y fumistas tabaco del Brasil en rollos y latas, especialidad cigarrillos de papel barrigudo y *tonante do Diabo* [...] calle de Palmas N° 2, esquina de la Catedral” (*La Opinión Pública*, 1870, 16 de noviembre). Estas son las primeras menciones que relevamos por el momento del término cigarrillo en el Paraguay (aunque un antecedente podría remitir a 1784).³ Pero, al parecer, por esta época lo más habitual era aún el cigarro o puro.

El francés M. Louis Forgues, que visitó el Paraguay en 1872, publicó un par de años después sus experiencias en *Le Tour du Monde: Nouveau Journal des Voyages*. Una imagen expone a una humilde joven dando un puro a su pequeño en brazos (Figura 1).⁴ A propósito de esta imagen, Bárbara Potthast (2024) advierte que, según “la tradición oral, las mujeres si daban a masticar tabaco a sus niños, pero no los hacían fumar” (p. 247).

Harris G. Warren apunta que las “paraguayas de las clases populares” asombraron a los viajeros. Uno de ellos, “admiró el paso elástico de las mujeres descalzas que iban por agua, con los cántaros vacíos sobre la cabeza, enormes cigarros en la boca...”; respecto a la indumentaria femenina, la “prenda habitual era una camisa de algodón. Ceñida a la cintura por un cinto o cuerda ajustada, la parte superior de la prenda servía para llevar cigarros, dinero, comida, etc.” (Warren, 2015, pp. 233-234). No pretendemos reproducir aquí esas representaciones sexualizadas y exocitantes, tal como advierte agudamente Potthast (2024), sobre las mujeres paraguayas que expusieron gran parte de los viajeros. En todo caso, nos importan aquellas menciones que vinculan la estrecha relación entre la práctica tan extendida de fumar cigarros y las mujeres. De hecho, para esta autora, uno de los aspectos que más impactaba negativamente a los viajeros, por ser “algo impensable en el código de comportamiento femenino europeo”, era el hecho de que las mujeres fumaran (Potthast, 2024, p. 246).

Para el periodo comprendido entre 1878 y 1904, Warren cita un reporte del diplomático británico Arthur Vansittart, del año 1882, en el que expresa —o, en todo caso, reúne en un mismo párrafo su pensamiento clasista y su discurso estigmatizante— lo siguiente:

[...] con el debido respeto al bello sexo, las mujeres son totalmente incapaces de construir solas el futuro de este magnífico país. No me referiré a los hombres, porque no vale la pena: se dedican a fumar cigarros, comer naranjas, mascar trozos de caña dulce y desempeñar su tareas como sonámbulos (*apud* Warren, 2010, pp. 455-456).

Retornando a la producción de tabaco en el país, para 1890, se alcanzó la suma de 1.980.611 acres, según cita Warren (2010) a partir de un reporte

Figura 1. Mujer hace fumar un cigarro a un pequeño. Fuente original: M. L. Forgues, “Le Paraguay” (1874, p. 392).



diplomático y consular británico. Esto ubicaba al tabaco por encima de la producción de caña de azúcar, el maní, las papas, el arroz, la alfalfa, el algodón y el café, y solamente por debajo de los porotos, la mandioca y el maíz. Por su parte, Milda Rivarola apunta que, con posterioridad a la Guerra contra la Triple Alianza,

[...] dos manufacturas rurales estrechamente relacionadas con la pequeña agricultura de minifundio, la del tabaco y la del azúcar y aguardiente de caña de azúcar, se concentraban en los alrededores de la capital y Villarrica, zonas de mayor densidad poblacional. Ambas actividades contaban con un porcentaje importante de mano de obra femenina: de hecho la fabricación de cigarros era considerada tarea exclusiva de mujeres (Rivarola, 1993, p. 44).

Aquello que sorprendía a los extranjeros —el hábito de fumar de las mujeres— también preocupaba a ciertas instituciones de Asunción. Por ejemplo, el diario *El País*, en su edición del 27 de febrero de 1904, publicaba un edicto policial que establecía que:

[...] con el fin de procurar la desaparición de la fea costumbre de fumar las mujeres en la calle y parajes públicos, mercados, etc., que hace muy poco honor a la cultura de la población, se recomienda a todos los agentes de policía hagan observar a aquellas la prohibición que establece al respecto, y por las que no se permite sino fumar en el domicilio particular de cada una que posea ese vicio, procediendo al hacer esa observación con la mayor corrección para no dar lugar a incidente de ninguna clase.

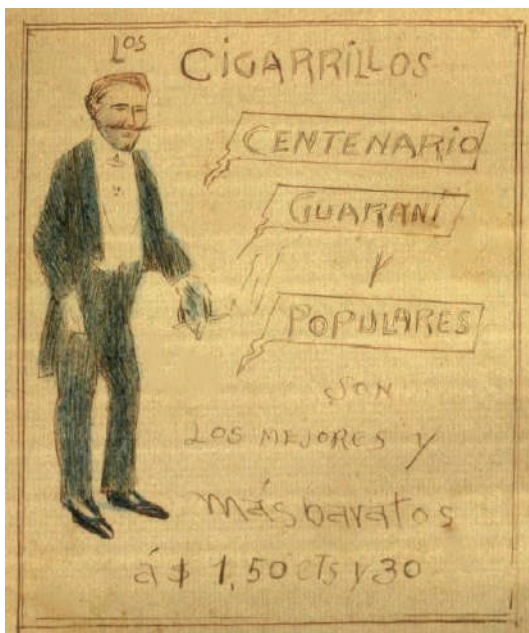
Para el diario la medida adoptada por el coronel José C. Meza era acertada para “velar por la moralidad y buenas costumbres de la población” y criticaba a quienes se oponían a ella desde la propia prensa, acotando que “estas medidas fueron acogidas favorablemente por el público sensato, lo mismo que lo fueron en tiempos del jefe político señor García⁵ quien las puso en vigencia por primera vez” (*El País*, 1904, 27 de febrero). El periódico *El Cívico* también había informado al respecto: “Medida policial — El jefe de policía expidió hoy una orden del día, en la que prohíbe que los ciudadanos usen en la ciudad el tradicional poncho y que las mujeres fumen por las calles y sitios públicos” (*El Cívico*, 1904, 26 de febrero).

Es relevante destacar algunos aspectos de esta medida. El primero, solo a las mujeres se les prohibía fumar en público. El segundo, no se especifica si refieren a cigarros o cigarrillos; al respecto, es muy probable que, en los sectores populares, la circulación del cigarrillo era menor, en tanto el consumo del cigarro habría sido el predominante. El tercero, el comentario de la prensa remitiría a las pretensiones de una pequeña élite que se proyectaba moderna,

higiénica, refinada, y que no solo desestimaba ciertas prendas tradicionales de vestir, sino que el propio hábito de fumar de las mujeres, al que consideraba un vicio y una mala costumbre; sin embargo, el propio periódico *El País* publicitaba tanto cigarros como cigarrillos (por ejemplo, de la empresa La Itaagueña) durante el mismo año de la medida policial (1904), por lo que el problema no habría sido la práctica de fumar, sino que fumasen puros las mujeres pobres en las calles.

Hacia comienzos del siglo XX, el cigarrillo comenzaba su marcha, inicialmente lenta pero implacable, para acaparar el mercado del consumo de tabaco e imponer un tipo de producto. Las empresas también empezaron a delinear el perfil de su clientela, generando múltiples representaciones, desde sus perspectivas, positivas —aunque, en realidad, clasistas— del hábito de fumar. Para ello, las publicidades serán aliadas fundamentales. Una muestra de esto es la publicidad en la revista *Tipos y Tipetes*, de 1909, que incluía cigarrillos de la empresa La

Figura 2. Publicidad de cigarrillos, 1909.
Fuente: *Tipos y Tipetes* (1909). Gentileza de Vicente Arrúa.



Vencedora, fundada en 1895 por el español Guillermo Alonso (Figuras 2 y 3).

Se observan, en ambas publicidades, el ideal de las personas fumadoras de cigarrillos: hombres y mujeres, ambos bien vestidos, urbanos, elegantes, modernos. Particularmente dos marcas, a su vez, confrontan lo plebeyo y lo real, tal como lo verifican los nombres comerciales de los cigarrillos: Populares y Alfonso XIII (llamativamente, la primera publicidad presenta a un hombre de frac, mientras que la segunda, una mujer —elegantemente vestida— para una marca con un nombre masculino).⁶ Asimismo, la segunda imagen anuncia la posibilidad de ganar “valiosos obsequios que se obtienen por la etiqueta de los

cigarrillos Alfonso XIII” (aspecto de la promoción de los productos que será abordado en el próximo apartado).

Se debe señalar, respecto a La Vencedora, que no aparece en los álbumes gráficos del centenario del Paraguay editados en 1911 tanto por Arsenio López Decoud como por Ramón Monte Domecq. En estas obras, las más prominentes empresas del momento tuvieron una importante presencia publicitaria. Aunque unos años después, en la *Guía General del Paraguay* de 1914, una publicidad de La Vencedora ocupará una página completa (Figura 4).

Tiempo más tarde, La Vencedora, de la mano de la tecnología, la publicidad y la guerra, alcanzará una importante trascendencia en el país.

¿Y las mujeres de clase popular? Ellas siguieron liando, vendiendo y fumando sus cigarros, tal como lo registra Alexander Rattray Hay a inicios de siglo XX (Figura 5).

En cuanto al tabaco como rubro económico a comienzos del siglo XX, según el álbum gráfico de Monte Domecq (1911), varias empresas se dedicaban a su comercialización (Tabla 3). El otro álbum gráfico, de López Decoud, cita la Casa Comercial del Sr. Clebsch, de la ciudad de Yegros, como exportadora de tabaco. Asimismo, nota que el Paraguay participó con muestras de tabaco en la *Exposición Universal de París* de 1885, donde los “cigarros de Villarrica, de Villeta y de Itaugúa, llamaron la atención por su bello color y buena confección” (López Decoud, 1911, p. 92).

Figura 3. Publicidad de cigarrillos, 1909.
Fuente: *Tipos y Tipetes* (1909). Gentileza de Vicente Arrúa.



Figura 4. Publicidad de La Vencedora, de Guillermo Alonso.
Fuente: F. Gröwel & Cia. (Ed.), *Guía General del Paraguay* (1914, p. 99).



LA VENCEDORA



FÁBRICA DE CIGARROS Y CIGARRILLOS

DE

GUILLERMO ALONSO

Premiada en la Exposición del Centenario Argentino con el

GRAN PREMIO DE HONOR

MARCAS DE LA CASA:	CIGARRILLOS:	CIGARROS:
La Vencedora,	Mauser N° 1.	Guillermos, Especiales,
Orientales,	Mauser N° 2.	Brasileros, Cremas,
Especiales,	Los Mejores,	Delirios, Ideales Bouquet,
Alfonso XIII,	Especiales,	Trabuquillos, Criollos,
Reina Victoria de España,		Mascotas, Negritos,
		Violetas, Perlitas,
		Jazmines.
		Cigarreras, boquillas, papel de fumar
		etc., etc.

VENTAS POR MAYOR Y MENOR

Relojería y Joyería Española

DE

Guillermo Alonso

Casa Introdutora de Alhajas, Relojes,
Utiles para Relojeros, Joyeros, Plateros
y aficionados. - Piedras sueltas.

VENTAS POR MAYOR Y MENOR

PALMA ESQUINA ALBERDI



Figura 5. Vendedora fumando un cigarro.
Fuente: A. Rattray Hay (1910, p. 73).



Tabla 3. Empresas que comercializaban tabaco en el Paraguay a comienzos del siglo XX.
Fuente: elaboración propia a partir de R. Monte Domecq (1911).

Empresa	Sede	Actividad	Observación
Brun y Cia.	Asunción	Exportación	Gran volumen
Federico Krauch y Cia. Imp. Exp.	Asunción	Exportación	
A. Torreani y Cia. Imp. Exp.	Asunción	Exportación	
La Casa Introdutoria y Exportadora de Tomás Herrero	Concepción	Exportación	
La Casa Comercial de Miguel Ma-recos	Paraguarí	Compra de tabaco	Posee campo en Ya-guarón, donde planta por cuenta propia y compra a productores locales para proveer a exportadores
Banco Agrícola	Carapeguá	Secadero	
Juan E. Acosta Almacén, tienda y ferretería	Ybicui	Compra y venta	
Narciso Sosa	Caazapá	Cultivo	
Bartolomé Flores Casa Comercial	Acahay	Compra para exportación	
Gran Almacén, tienda y ferretería de Juan M. Bado	Ka'i Puente (Co-ronel Bogado)	Compra	Acopio de productores locales

CRECIMIENTO Y PREDOMINIO DEL CIGARRILLO

Un anuncio de 1914 en la prensa escrita, y casi como una nota a pie de página, sostenía que los mejores cigarrillos provenían de Areguá, pero no mencionan el nombre de la empresa que los producía ni la marca comercial. Ese año, en *El Diario*, la empresa Dandreis Hermanos (que importaba, entre otras cosas, artículos de almacén), publicitaba la venta de cigarrillos Guerrillero, cuya procedencia desconocemos. Asimismo, el Bazar Americano anunciaba la habilitación de una sección proveedora “donde habrá desde la fecha un depósito permanente de los más finos comestibles, vinos, licores, cigarros y cigarrillos, a precios sin competencia” (*El Diario*, 1914, 14 de marzo).

Sin embargo, sería la empresa La Vencedora la que tendría un rol protagónico en el éxito del cigarrillo como producto. Martínez y Recalde (1950) realizaron una reseña de su trayectoria y principales actores hasta entonces. Al

referir a Guillermo Alonso, destacan que fue el responsable de que el cigarrillo “haya tomado carta de ciudadanía en estas tierras lánguidas y bravas, después de más de una docena de fábricas abiertas y cerradas. Porque en verdad antes que él las tentativas de imponer el cigarrillo fracasaron” (p. 33). Alonso habría impuesto el consumo de los “filipinos”, los que funcionaron como un producto de transición entre el cigarro y el cigarrillo. Estos:

[...] eran de hojas lavadas y no estaban siempre apagándose como los de fabricación casera [...] era, pues, el *filipino*, más que un cigarrito, un cigarrillo envuelto en sí mismo, el padre paraguayo, en fin, del cigarrillo de tabaco picado y forro de papel (Martínez y Recalde, 1950, p. 33; destacado en el original).

Alonso inicialmente fue dueño de la Relojería Española, sobre Palma y Alberdi, y al fundar La Vencedora fabricaba sus cigarrillos con una máquina Defouchez (Martínez y Recalde, 1950). No obstante, tiempo después “con máquinas más perfeccionadas y un público menos arisco, La Vencedora fue lanzando nuevas marcas y productos mejor elaborados y más técnicamente acabados” (Martínez, Recalde, 1950, p. 35). Al mismo tiempo, señalan que el fundador de La Vencedora tuvo la idea de premiar a sus clientes con joyas de su propia relojería.

Con este hábil acicate de los premios, se redobló también la indirecta colaboración femenina a favor de La Vencedora, pues las perspectivas de hacerse de un anillo, de zarcillos o de una cadenilla reforzaban la política de aliviar las tareas de madres, esposas, hijas o hermanas en el diario y antipático liar cigarros. Tuvo, pues, por todo eso las características de una minúscula revolución económica y social la adopción del cigarrillo, ya que numerosos hogares pobres tuvieron que renunciar a sus entradas como productoras y vendedoras de cigarros (Martínez y Recalde, 1950, p. 35).

En el año 1915, en un anuncio de La Vencedora en *La Tribuna* (1915, 29 de mayo), Guillermo Alonso informaba que la lotería paraguaya le había prohibido utilizar el sorteo oficial para el de su empresa. El premio, como estaba previsto, era un automóvil, por lo que quedaba suspendido el canje de billetes de lotería a cambio de etiquetas de cigarrillos. Un automóvil como premio en 1915 debió ser algo impactante.

Alonso murió en el año 1926 y La Vencedora experimentó algunos cambios de propietarios. La persona que había sido subgerente de la firma en ese proceso de renovación, Alfredo L. Jaeggli, pasaría luego a liderar la empresa y convertirla en una de las más poderosas del país.

En el año 1929, La Vencedora Guillermo Alonso S.A. publicó el resultado del “tercer gran concurso de premios de acuerdo al sorteo de la lotería argentina de Navidad”. La empresa otorgó un total de 50 premios (*La Tribuna*, 1929, 5 de marzo). Por lo visto, no había logrado que la lotería paraguaya le autorizara utilizar su sorteo para el concurso de esta empresa, como se reportó en 1915. A comienzos de ese año, la compañía había registrado tres marcas: Máuser N°1 (Figura 6), Máuser N° 2 y 44 (Figura 7). En el Cuadro 1, por tratarse de una descripción detallada, transcribimos textualmente la “Marca de fábrica y comercio” de Máuser N° 1.

Figura 6.
Marca
MAUSER
N° 1, de La
Vencedora.
Fuente:
La Tribuna
(1929, 16 de
marzo).



Figura 7.
Marca 44, de
La Vencedora.
Fuente:
La Tribuna
(1929, 16 de
marzo).



Cuadro 1. “Marca de fábrica y comercio” de los cigarrillos MAUSER N° 1 de La Vencedora (transcripción textual).

Fuente: *La Tribuna* (1929, 16 de marzo).

Asunción, febrero 8 de 1929 Por resolución recaída en la fecha en la solicitud presentada por La Vencedora Guillermo Alonso S. A., domiciliada en esta Capital, sobre el registro de la marca de fábrica y de comercio denominada	MAUSER No. 1, ordénase la publicación de su descripción antes de su inscripción en el registro correspondiente. Agustin Cusmanich Edo. Inter. del Registro de Marcas
Descripción de la marca de fábrica y de comercio denominado MAUSER No. 1, solicitada por La Vencedora Guillermo Alonso S. A., domiciliada en esta Capital. La marca se halla constituida por una etiqueta de fondo color celeste. En la parte superior se lee: Cigarrillos, más abajo, Mauser, y en el centro aparece un círculo, el cual está atravesado por una figura de fusil mauser. Dentro del círculo se lee No. 1, en la parte inferior, en letras de color rojizo Paraguayo, y debajo, en medio de un pequeño espacio, Marca Registrada. El interior de la etiqueta está adornada por hojas de tabaco.	Esta marca podrá ser aplicada, en la forma o procedimiento legal que el depositario crea conveniente, sobre los diferentes envases del producto que distingue, ya sea del producto que distingue, ya sea, pintada, grabada, litografiada, etc., como así mismo en los carteles y todas clases de papeles de negocio. El derecho al uso exclusivo de la marca descripta, queda reservada para la sociedad depositante, así también el de variar su color y tamaño, y servirá para distinguir artículos comprendidos en la clase XXI del Decreto reglamentario del 30 de junio de 1927.

Hacia 1932, La Vencedora, con máquinas modernas, se posicionaba como una firma hegemónica, tal como es presentada en *Paraguay. Guía Geográfica de Turismo*, de F. Arturo Bordón (Figuras 8a-8f).

La Vencedora también fue promocionada en la tapa frontal del *Anuario Daumas, Guía General Gráfica del Paraguay*, de 1932, con ilustraciones de tres de sus marcas de cigarrillos: Alfonso XIII, Reina Victoria de España y Los Mejores. Otras empresas dedicadas a la fabricación de cigarrillos y mencionadas en esta guía gráfica eran: Alló Hermanos, La Proveedora (sito en Benjamín Constant y 14 de Mayo), América (en Coronel Bogado e Iturbe); Seall y Cia. (sobre Independencia Nacional 421); y Vila, M. (cigarrería localizada en Benjamín Constant y Ayolas).⁷

Figura 8. La Vencedora S.A. y sus máquinas: a) “Edificio Central, Palma esquina Alberdi – Gerencia, Joyería y Oficinas”; b) “Una de las máquinas de picar tabaco”; c) “Algunas de las máquinas de cigarillos”; d) “Centrífuga para limpiar tabaco”; e) “Una máquina empaquetadora de cigarros”; f) “Máquina de empaquetado automático”.

Fuente: F. A. Bordón (1932, pp. 410-411).

Figura 8.a



Figura 8.d



Figura 8.b

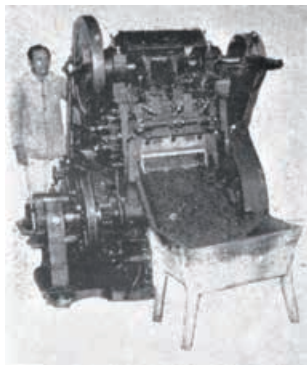


Figura 8.e

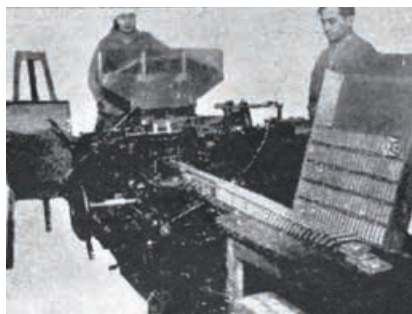


Figura 8.c

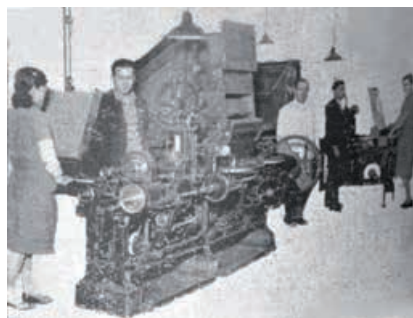


Figura 8.f



La Guerra del Chaco (1932-1935) como escenario de confrontación moderna, con movilizaciones masivas, prolongadas travesías, largas jornadas en trincheras y fortines, como así también una superior capacidad técnica de producción, fueron factores decisivos para la expansión y consolidación del uso del cigarrillo. Esta guerra, entonces, podría considerarse como un momento bisagra para este producto. El 30 de noviembre de 1932, mediante Decreto N° 45.637, el Poder Ejecutivo ordenó la entrega de 24.080,50 pesos al Ministerio de Guerra y Marina para el pago a las empresas que proveían mercancías para las guarniciones del Chaco, entre las cuales La Vencedora S.A. recibiría 6.000 pesos (*Registro Oficial*, 1932), vale decir, la cuarta parte del total. De las nueve firmas mencionadas en el decreto, La Vencedora percibiría el monto más alto.

Desde luego, no solo el Estado compraba los cigarrillos, sino también las familias de los combatientes. En varias ediciones del año 1933 del periódico *Crítica*, La Proveedora S.A. anunciaba:

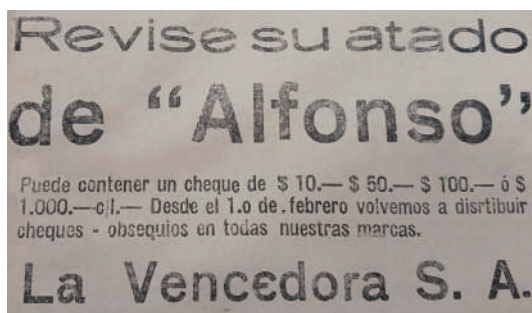
YA QUE ENVIA, ENVIELOS BIEN.

Si manda cigarrillos PARIS a sus muchachos en el frente, mándelos en nuestras cajas de madera, construidas especialmente para soportar el largo viaje sin que los cigarrillos pierdan su armadura (*Crítica*, 1933, 3 de agosto).

Según el periódico *La Voz del Mutilado* (Año 3, n° 20), los cigarrillos de La Vencedora S.A., “a veces en cajas de mayor contenido como obsequio de las Madrinas de Guerra hacía de su feliz poseedor el más cotizado de los camaradas” (ver Archivo del Terror, 00025F2187 y 00025F2188).

Las empresas vendedoras de cigarrillos experimentaron un auge en la década de 1930, tal como se desprende —además de las publicidades en la prensa escrita— de la importancia de los premios que preparaban para sus clientes. Por ejemplo, fumar cigarrillos de La Vencedora S.A. brindaba la opción de ganar cheques por diferentes valores, incluso de hasta 1.000 pesos, como destacan los anuncios de su marca Alfonso XIII (Figuras 9 y 10).

Figura 9. Premios desde \$10 a \$1.000 de la marca Alfonso XIII (La Vencedora S.A.).
Fuente: *Crítica* (1933, 18 de agosto).



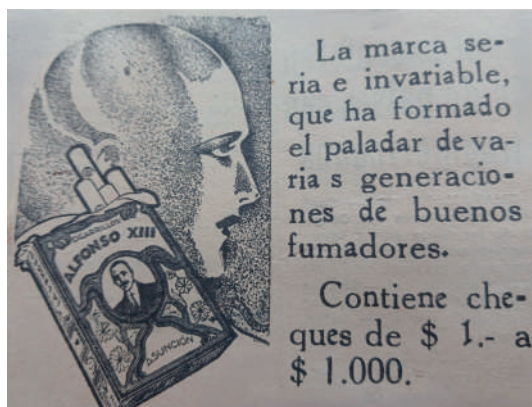


Figura 10. Premios desde \$1 a \$1.000 de la marca Alfonso XIII (La Vencedora S.A.).

Fuente: *La Tribuna* (1934, 21 de marzo).

Otra estrategia de promoción de esta compañía fue la organización de concursos en los que sus clientes proponían nombres para sus nuevas

marcas de cigarrillos (*La Tribuna*, 1934, 17 de marzo). El concurso de 1934, por ejemplo, otorgó tres premios, el primero por 5.000 pesos y fue obtenido por Elsa Leandra González, quien propuso el nombre Oroite; el segundo, de 2.000 pesos, para Leopoldo R. Elizeche, con su propuesta Corralito; y, el tercero, de 1.000 pesos, para el pseudónimo Antón, quien participó con la denominación Macheteros.

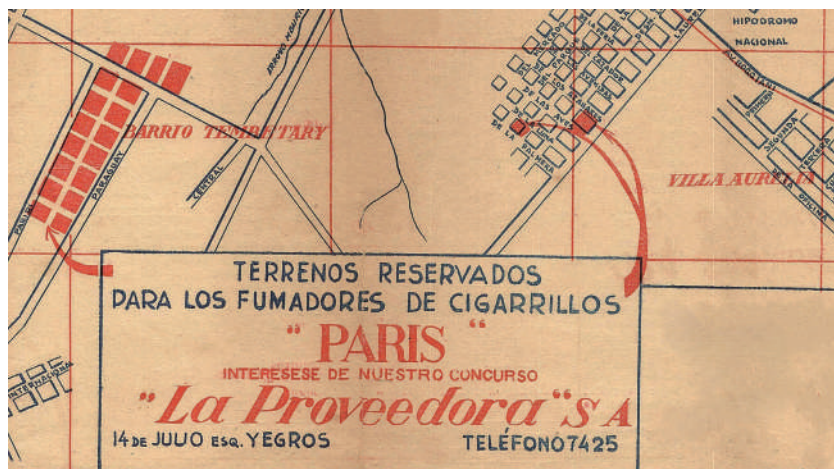
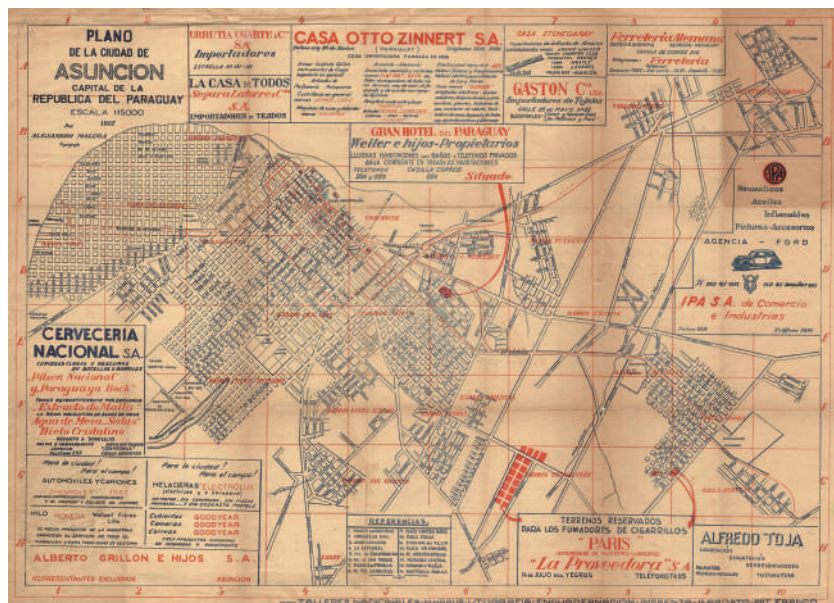
Seguidamente, La Vencedora lanzó otro concurso relacionado con el anterior, estableciendo tres premios de 4.000 pesos y otros tres de 1.000 pesos cada uno, destinado a artistas o aficionados nacionales o extranjeros “para la elección de marquillas y afiches para las nuevas marcas Oroite, Corralito y Macheteros” (*La Tribuna*, 1934, 26 de abril). Es importante destacar que las denominaciones Corralito y Macheteros guardan directa relación con la Guerra del Chaco, remitiendo a una táctica de batalla (corralito) y al uso de una herramienta (el machete) como arma en algunos combates pero, principalmente, como implemento necesario para transitar por las espesuras del monte.

La Proveedora S.A. también sorteaba premios en efectivo de 5.000 pesos a los fumadores de sus cigarrillos Héroes, en sus diferentes versiones (de 1,50, 2,50 y 3,50 pesos).⁸ Este sorteo en particular, según se comunicó posteriormente, premió con 5.000 pesos a Cirilo Soto, Blás Chembori y Rafael Gusio, todos de Asunción (*La Tribuna*, 1934, 3 de abril). Se puede entender que en medio de una guerra el nombre de esta marca fuera empleado como estrategia publicitaria.

Unos años después, en 1937, La Proveedora S.A. presentó un concurso en el que quienes consumían sus cigarrillos París podían ganar terrenos en los barrios Tembetary y Villa Aurelia, en la capital.⁹ Si los años de la guerra generaron un estrecho vínculo con los cigarros, la posguerra traería consigo la conexión con la urbanización (Figura 11a y 11b).

Figura 11. a). “Plano de la ciudad de Asunción”, del topógrafo A. Maluga (1937), **b)** Detalle del “Plano -de la ciudad de Asunción” con los “Terrenos reservados para fumadores de cigarrillos PARIS” de La Proveedora S.A. en Villa Aurelia y en el Barrio Tembetary.

Fuente: Imagoteca Paraguaya, <https://imagoteca.com.py/plano-de-la-ciudad-de-asuncion-2/>



Al año siguiente, La Vencedora S.A. invitaba a prepararse “a intervenir en el próximo gran concurso 1938” (*Revista Postal y Telegráfica*, 1938, enero); y anunciaba, para su gran sorteo de 1939, una cantidad notable de premios por valor de 1.000.000 de guaraníes. El primer premio era un automóvil Studebaker, último modelo, de cuatro puertas; el segundo, una heladera Westinghouse; el tercero, un radio receptor de la misma marca; el cuarto y quinto, máquinas de coser; y luego –los premios menores– bicicletas, radios, cámaras fotográficas, vitrolas y hasta sombreros, etc. (*El Ferroviario*, 1939, julio, n° 9, en Archivo del Terror 00055F0563).

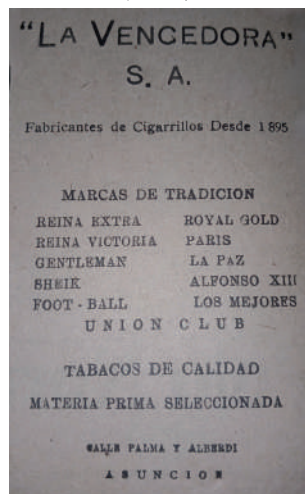
La estrategia publicitaria que promocionaba sorteos y concursos estaba muy extendida por entonces. Por ejemplo, y también para 1938, Alejandro Butera (2019) detecta que la empresa fabricante de cigarrillos argentina, Piccardo, realiza un concurso destinado a los futbolistas profesionales de primera división en la temporada: si marcaban 43 goles ganarían un premio de 2.000 pesos. El número hacía alusión a su marca 43. Quien ganó el premio fue el paraguayo Arsenio Erico. Añade Butera que:

Viendo la posibilidad de concretar un buen negocio comercial, los directivos de Piccardo le propusieron a Erico lanzar una nueva marca de cigarrillos con su nombre y su foto en cada atado, además de abonarle un porcentaje de las ventas. Erico agradeció la oferta, pero la rechazó argumentando que él creía que el cigarrillo no era asociable con el deporte. La fábrica de El 43 ya venía publicitando en los espectáculos deportivos desde hacía varios años. Por ejemplo, en 1924 el club San Lorenzo de Almagro firmó el primer contrato de publicidad de su historia por un monto de \$150 anuales, a cambio de colocar un enorme cartel de los cigarrillos 43 en una de las tribunas del antiguo Gasómetro de avenida La Plata, en el barrio de Boedo (Butera, 2019, p. 170).

Por supuesto que la certera reflexión del goleador paraguayo no impidió que la relación establecida entre cigarrillos y deportes comenzara a prosperar. De hecho, el impacto de este golpe publicitario perduró por décadas, e implicaría una puerta de entrada a la sociedad cigarrillo-fútbol. Retornando al Paraguay, una de las marcas de La Vencedora en la década de 1940 era Foot-Ball (*Revista Noticias*, 1945) (Figura 12).

Figura 12. Una de las marcas de La Vencedora, en la década de 1940 era Foot-Ball.

Fuente: *Revista Noticias* (1945).



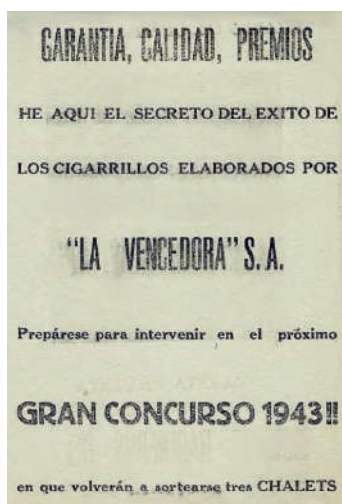
La Vencedora S.A. también realizó sorteos que incluían, entre otros, “setenta lotes de terreno en la capital, 15 de ellos con edificación de coquetos chalets de tipo californiano” (Martínez y Recalde, 1950, p. 43). En efecto, en los años 1943 y 1946, en la *Revista del Ateneo Paraguayo* la empresa anunciaba a sus clientes que podían ganarse viviendas tipos *chalets* con cupones que recibirían al canjearlos por las cajetillas vacías de sus marcas de cigarrillos (tres residencias en 1943, mientras que dos en 1946 y cuatro lotes de terrenos) (Figura 13 y 14).¹⁰

Figura 13. “Gran Concurso 1943” de La Vencedora S.A., en el que “volverán a sortearse tres CHALETS”.

Fuente: *Revista del Ateneo Paraguayo* (1943).

Figura 14. “Gran Concurso 1946” de La Vencedora S.A.; representación gráfica del *chalet* que sería sorteado, según el aviso publicitario.

Fuente: *Revista del Ateneo Paraguayo* (1947).



Martínez y Recalde también detallan los montos invertidos y pagados por La Vencedora S.A. entre los años 1930 y 1949; allí están consignados lo que la compañía invirtió en el financiamiento de los premios y la publicidad. Se advierte rápidamente un aumento progresivo en ambos rubros entre los años comparados. Asimismo, el impuesto al consumo aumentó casi cien veces, pues pasó de 33.846 guaraníes (Gs.) a 3.199.190 Gs. (Martínez y Recalde, 1950, p. 47).¹¹

Tabla 4. Inversión en premios y publicidad de La Vencedora S.A.
Fuente: elaboración propia a partir de Martínez y Recalde (1950, p. 47).

Concepto	1930	1949
Premios para fumadores	5.185, 70 Gs.	24.901, 65 Gs.
Publicidad	3.623, 62 Gs.	13.197, 49 Gs.

Además, añaden Martínez y Recalde, que esta compañía participó activamente en distintos ámbitos de la vida cultural del país:

La Vencedora [...] nunca ajena a las inquietudes y entusiasmos colectivos, ha colaborado siempre en forma positiva en toda obra cultural o deportiva, social o filantrópica que haya requerido el concurso público, distinguiéndose especialmente en sus contribuciones al deporte, ya con la institución de copas, ya con la directa construcción en canchas, como las de Nacional FBC y del Deportivo Recoleta (Martínez y Recalde, 1950, p. 45).

Es decir, también asociaba su producto al deporte más masivo en Latinoamérica, el fútbol. Décadas después, y bien avanzada la segunda mitad del siglo XX, era habitual ver marcas de cigarrillos en las camisetas de los clubes paraguayos (además de la publicidad estática en los estadios, etc.).

ORGANIZACIÓN GREMIAL Y CONDICIONES DE TRABAJO EN LA PRIMERA MITAD DEL SIGLO XX

Según Gaona (2008), hacia 1913 existía una asociación de Cigarreras Unidas, con sede en Alberdi y Coronel Martínez (junto con otros sindicatos). A las cigarreras las ubica dentro del ala socialista-reformista, en puja ideológica con

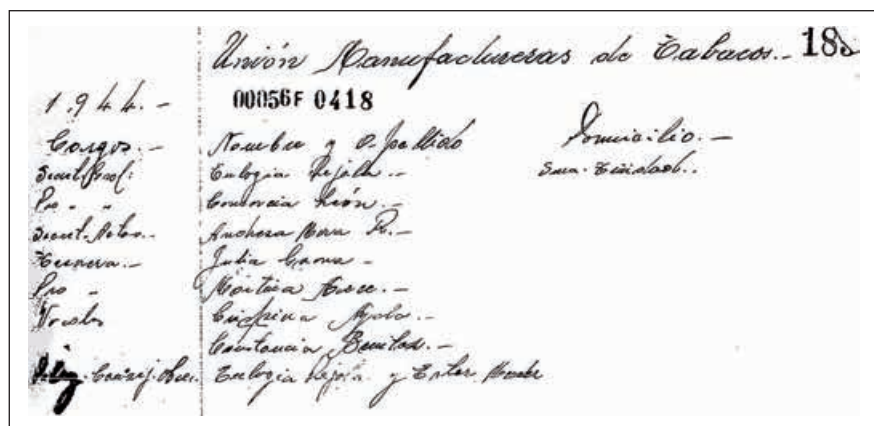
el anarquismo hacia el interior del movimiento obrero de por entonces. Posteriormente, la Federación Obrera del Paraguay, en vigencia entre 1916 y 1930, también incluyó a la Sociedad de Cigarreras Unidas (Gaona, 2008, p. 93).

Estas trabajadoras fueron a la huelga el 11 de setiembre de 1916, solicitando aumento de salarios y jornada laboral de 8 horas, medida que fue favorable para las trabajadoras (Gaona, 2008, pp. 266-267). En tanto, hacia 1936, existió una Sociedad de Obreros Unidos de la manufactura de tabacos, compuesta por 210 mujeres y que era parte de la Confederación Nacional de Trabajadores (Gaona, 1990, p. 107). Al año siguiente se publicó, en el periódico *Obrero del Calzado*, un pliego de condiciones del sindicato de manufactureras de tabaco, que incluía varios puntos que debían aceptar los patrones, entre los cuales se prevé la jornada de 8 horas de trabajo, el monto de los jornales por categoría, a cobrar semanalmente, la indemnización por accidentes de trabajo, el permiso por gravedad de las trabajadoras de 30 días antes y 40 días después del parto, con goce de sueldo, etc. (Año 1, n° 2, 1937, 1° de mayo, Colección Gaona, AG 11). Estas mujeres trabajaban en la elaboración de cigarros.

Para 1941 –un año complejo para obreras y obreros por la dictadura de Higinio Morínigo y el auge del nazismo y fascismo, con sus representantes locales (por ejemplo, el Frente de Guerra)–, Gaona registra la presencia de los sindicatos de Cigarreras Unidas y de Cigarrilleros Unidos (1990, p. 120). Unos años después, en registros de la Policía de Asunción en los que figuran los integrantes de las comisiones directivas de los distintos sindicatos del país, se halla el listado de las cigarreras que lideraban la Unión Manufactureras de Tabaco (Figura 15).

Figura 15. Comisión directiva de la Unión Manufactureras de Tabaco, año 1944.

Fuente: Archivo del Terror, 00056F0418.



Por su parte, Martínez y Recalde (1950) señalan que La Vencedora fue un modelo de empresa en su trato y consideración con sus empleados y empleadas, dándoles participación en las ganancias, además de recompensar a los jubilados más antiguos con casas. Al conmemorar su cincuentenario en 1945, la compañía afirmaba que “antes que la ley contemplara los casos de enfermedad y gravidez, de dolencia contagiosa y de ancianidad, nosotros teníamos resueltos estos problemas con naturalidad y como cosas de conciencia” (*apud* Martínez y Recalde, 1950, p. 44). En la reseña que la misma empresa presentaba con motivo de su 50° aniversario, aseguraba que construiría un barrio de una manzana en Ciudad Nueva (Asunción) para sus empleadas y empleados y que su fábrica de cigarrillos contaba con “modernos baños para mujeres y hombres, y un comedor limpio; extractores de aire y ventiladores; roperos para ambos sexos y bebederos higiénicos” (Martínez y Recalde, 1950, p. 44).

VIGENCIA DE LA PRODUCCIÓN DE CIGARROS

En el Paraguay, La Caoba, una empresa con origen en Alemania, se estableció en el año 1936 y sigue operando a la fecha con puros hechos a mano, pero con una diversificada gama de negocios de importación y representación de otros productos, según su sitio oficial.¹²

Además, todavía en el Mercado Municipal N° 4 hay locales que venden cigarros hechos a mano por mujeres, una de las cuales, Luz Molinas, es la propietaria de Tabaquería 33, donde ofrece cigarros hechos por ella misma (Figura 16). Otro

Figura 16. Cigarros hechos a mano ofrecidos en Tabaquería 33, Mercado N° 4, Asunción.

Fuente: Archivo personal del autor (fotografía del 27 de diciembre de 2025).



local, cerca del anterior, Tabaquería La Pipa, vende cigarros artesanales procedentes, entre otros lugares, de Caazapá, con las denominaciones Señorita y Graciélita.

REFLEXIONES FINALES

En esta investigación nos aproximamos al proceso paulatino y progresivo de desplazamiento del cigarro por parte del cigarrillo durante la primera mitad del siglo XX. El cigarro y el cigarrillo se tomaron como ejemplos de productos relacionados a dos mundos distintos que fueron superponiéndose. Efectivamente, el cigarro adoptó la forma de cigarrillo a medida que la sociedad paraguaya fue adquiriendo otra dimensión de lo urbano y del consumo masivo de productos –con un fuerte anclaje en las publicidades–, lo que desplazó otras formas tradicionales de consumo, como al naco (tabaco para mascar).

En cuanto a la fabricación, el cigarro estaba íntimamente ligado a la producción tradicional, esto es, la manufactura artesanal por parte de las mujeres. La actividad mantuvo una relativa importancia hasta la década de 1940, lo que se infiere por la existencia de la Sociedad de Cigarreras Unidas. Por su parte, desde fines del siglo XIX, pero principalmente desde las primeras décadas del siglo XX, los cigarrillos se elaboraban en máquinas y a escala industrial, sumando además ciertos atractivos para la clientela (como los premios).

El cigarro, sobre todo en boca de mujeres como era usual en los sectores de menos recursos, era presentado como un símbolo de atraso, de lo rural y de las malas costumbres. De allí la prohibición de fumar de 1904, medida destinada a las mujeres que fumaban en la vía pública. Aunque desde el Estado se quiso regular esta extendida práctica, la proscripción no sirvió de mucho. En paralelo, el cigarrillo comenzó a presentarse como lo opuesto: remitía a lo moderno, lo urbano, lo elegante. De cierta forma el hábito de fumar también se ajustó a la concepción del tiempo del capitalismo industrial: mientras el consumo del cigarro es lento, el del cigarrillo es rápido.

Con relación a las dos guerras internacionales que enfrentó el Paraguay, es relevante destacar que el tabaco siempre estuvo presente: las donaciones de cigarros artesanales para los soldados que luchaban contra la Triple Alianza, las compras posteriores de cigarrillo, por parte del Estado en la década de 1930, y también las remesas de cajetillas enviadas por familiares de soldados que estaban en el frente (sin obviar que también les enviaban cigarros), etc., son evidencias claras de su importancia. Recordemos los nombres de las marcas que ganaron el concurso de La Vencedora S.A. (Corralito y Macheteros) o aquellas denominaciones previas a esta guerra (como Máuser N° 1, Máuser N° 2, Héroes). De alguna manera, los cigarrillos y el campo de batalla, la práctica de fumar y las trincheras, el hábito del consumo de tabaco y las armas, quedaron unidas indefectiblemente durante la Guerra del Chaco y los años inmediatos de posguerra.

El auge del consumo también vino de la mano de una mayor densidad poblacional de las ciudades y, especialmente desde la década de 1930 (además

de lo ya referido a la Guerra del Chaco), con la implementación de incentivos brindados por premios (que, en ocasiones, podían cambiar la situación de familias enteras, como, por ejemplo, el acceso a viviendas, terrenos, vehículos, etc.) y, finalmente, en la sociedad entre la industria tabacalera y el fútbol. Todos estos factores fueron claves para que el cigarrillo se impusiera de manera definitiva. Insistimos que este crecimiento se apoyó fuertemente en la inversión en publicidad y la organización de concursos cada vez más suntuosos. Lo anterior también produjo que empresas como La Vencedora S.A. se volvieron actores económicos pujantes e influyentes a medida que crecía el consumo de sus productos.

El triunfo técnico, comercial y cultural del cigarrillo permitió a distintos ciudadanos convertirse en acaudalados empresarios, varios de ellos ligados al fútbol, tales como Jaeggli, Napout (un descendiente llegó a presidente de la Conmebol), Bo, Osvaldo Domínguez Dibb (presidente por muchos años del Club Olimpia, uno de sus hijos es el actual presidente de la Conmebol) y Horacio Cartes (ex presidente y figura importante del Club Libertad y presidente del Paraguay entre 2013-2018). Paradójicamente, uno de los más recordados presidentes de la Asociación Paraguaya de Fútbol, Jesús Manuel Pallarés, era un fumador de cigarros, pero tal vez era solo un anacronismo.

El tabaco, la antigua planta originaria de América y conocida y utilizada por los indígenas en tiempos precolombinos, pasó de ser la moneda de los pobres a moneda del rey; luego, desde mediados del siglo XIX y en formato de cigarro, se comportó como un producto privilegiado para el naciente Estado paraguayo; y, finalmente, el cimiento y sustento de grandes fortunas privadas.

Durante la primera mitad del siglo XX, el cigarrillo se consolidó como uno de los productos-símbolo de la modernidad urbana y el consumo masivo; la progresiva industrialización lo permitió mientras que la publicidad lo apuntaló. El cigarrillo, además, fue dejando al margen el trabajo manual de las mujeres de escasos recursos que, al menos desde las últimas décadas del siglo XVIII, eran las mejores manufactureras del tabaco que se consumía, a la vez que encontraban en esta actividad un medio de sustento.

En los últimos tiempos, a partir del conocimiento de los efectos dañinos sobre la salud, se estableció la prohibición de fumar en lugares cerrados, se impusieron altos impuestos al consumo en muchos países, y se ha dispuesto un etiquetado que advierte severamente sobre las consecuencias de lo que se considera “veneno en cajetilla”. Pero lo único que casi ha dejado de consumirse es el naco. El cigarrillo mantiene su vigencia y el cigarro subsiste en dos vertientes: *gourmet* –caro y exclusivo– y con importados –de bajo costo– de Brasil, Nicaragua, República Dominicana, Cuba, etc., que son comercializados junto a los cigarros paraguayos en el Mercado N° 4 de Asunción.

NOTAS

- ¹ El relevamiento documental no fue exhaustivo, sino por muestras aleatorias en diferentes décadas.
- ² A partir de ANA SH, volumen 339, n° 1, según cita de Arrúa (2020).
- ³ Una orden del Reino de España del año 1784 establecía los precios por el tabaco en sus diferentes modalidades: “polvo de Sevilla”; “hechizo o cheiro”; “de Habana”; “tabaco en rama del Paraguay”. En este documento también se establece los precios para “cigarros puros y de papel” (ANA SNE, volumen 596). Lo anterior lleva a preguntarnos si los “puros y de papel” citados eran ya los antecesores de lo que eventualmente serían los cigarrillos.
- ⁴ Los textos de M. L. Forgues fueron reeditados en español, en el año 2017, con el título *El viaje por el Paraguay de 1872* (Editorial Y), traducción y prefacio a cargo de Margarita Balansá de Ocampos.
- ⁵ Se refiere a Elías García, de nacionalidad argentina, quien fue jefe de policía de Asunción en un par de ocasiones a comienzos del siglo XX.
- ⁶ Para la Argentina y los cigarrillos 43, de Piccardi y Cía., Butera (2019) apunta que “Desde 1904 hasta fines del año 1911 todos los avisos de El 43 que aparecieron en la revista *Caras y Caretas* estuvieron acompañados por un rostro femenino, a veces de niñas (incluso fumando), la mayor parte de bellas mujeres” (2019, p. 166).
- ⁷ Vila Cia. ya aparecía en una publicidad en *La Tribuna* de marzo de 1915 como gran manufactura de tabacos (tal vez de cigarros), con sede en calle Palma 433, bajo el nombre de La Veguera.
- ⁸ Según Butera (2019), La Proveedora fue una empresa argentina fundada en 1874 por los españoles Manuel y León Durán. Esta compañía fue de las más grandes de Argentina y hacia 1895 contaba ya con 500 obreros. A fines del siglo XIX comercializaba 30 marcas de cigarrillos.
- ⁹ Agradezco este dato proporcionado por la historiadora Sofía Molinas.
- ¹⁰ El relevamiento de estas revistas —y de otras fuentes— fue realizado en el año 2019 en la Biblioteca Pablo VI de la Universidad Católica Nuestra Señora de la Asunción.
- ¹¹ La moneda denominada Guaraní se estableció en el año 1943. Martínez y Recalde (1950) realizaron la conversión de pesos a guaraníes, y son los valores que presentamos en la Tabla 4.
- ¹² La Caoba SAIC. <https://www.lacaoba.com.py/nosotros.html>

BIBLIOGRAFÍA

ARRÚA, V. (2020). Las artes y oficios en el Paraguay, un análisis sobre su evolución a través de la reglamentación del Estado lopista (1840-1864). *Estudios Paraguayos*, XXXVIII(1), 75-98. <https://doi.org/10.47133/114>

- BERMEJO, I. A. (2011). *Vida paraguaya en tiempos del viejo López*. Intercontinental Editora [1973].
- BORDÓN, F. A. (1932). *Paraguay. Guía Geográfica de Turismo*. La Colmena.
- BUTERA, A. (2019). *Pioneros del tabaco. Los fabricantes de cigarrillos en la Argentina 1880-1920*. 2a. edición de autor [2012].
- CHESTERTON, B. M. (2022). Between Yerba Mate and Soy: The Orange as National Food and Landscape from the Early Nineteenth to the Early Twenty-First Centuries in Paraguay. *Global Food History*, 8(2), 128-148. <https://doi.org/10.1080/20549547.2022.2058278>
- FORGUES, M. L. (1874). Le Paraguay: Fragments de Journal et Correspondances. *Le Tour du Monde: Nouveau Journal des Voyages*, XXVII(701-703), 369-416. Hachette.
- GAONA, F. (1990). *Introducción a la Historia Gremial y Social del Paraguay, Tomo III*. RP Ediciones / Centro de Documentación y Estudios.
- GAONA, F. (2008). *Introducción a la Historia Gremial y Social del Paraguay, Tomo II*. Editorial Arandurá.
- GÓMEZ GALVARRIATO FREER, A. (2024). *El pan nuestro. Una historia de la tortilla de maíz*. El Colegio de México.
- GRÖWEL F. & Cia. (Ed.) (1914). *Guía General del Paraguay*. Zamphirópolis & Cia.
- LÓPEZ DECOUD, A. (1911). *Álbum Gráfico de la República del Paraguay*. Talleres Gráficos de la Compañía General de Fósforos.
- MARICHAL, C. (2024). Aurora Gómez Galvarriato Freer, *El pan nuestro. Una historia de la tortilla de maíz*. México, El Colegio de México, 2024, 810 páginas. Reseña. *Travesía. Revista historia económica y social*, 26(1-2), 201-205. <https://doi.org/10.70198/t.466>
- MARTÍNEZ, N. y RECALDE, F. (1950). *Hombres de negocios del Paraguay*. La Colmena S.A.
- MEVERT, E. (1883). *Ein Jahr zu Pferde: Reisen in Paraguay*. Mencke.
- MONTE DOMECCQ, R. (1911). *La República del Paraguay en su primer centenario, 1811-1911*. Compañía Sudamericana de Billetes de Banco.
- MULHALL, M. G. (1864). *The cotton fields of Paraguay and Corrientes: Being an account of a tour through these countries*. The Standard, M. G. Mulhall & E. T. Mulhall.
- PAGE, Th. J. (1859). *La Plata, The Argentine Confederation and Paraguay*. Harper & Brothers.
- PAEDES, A. (1941). *Álbum Gráfico de la República del Paraguay*. Artes Gráficas REM S.A.
- POTTHAST, B. (2011). ¿“Paraíso de Mahoma” o “País de las mujeres”? *El rol de la familia en la sociedad paraguaya del siglo XIX*. Fausto Ediciones.
- POTTHAST, B. (2024). “El país de las mujeres”: génesis de un estereotipo nacional paraguayo de extranjero. *Revista Historia Autónoma*, 25, 237-258.

- RATTRAY Hay, A. (1910). *Penetrating South America's Darkest Part*. Inland-South-America Missionary Union.
- RIVAROLA, M. (1993). *Obreros, Utopías & Revoluciones. Formación de las clases trabajadoras en el Paraguay liberal (1870-1931)*. Centro de Documentación y Estudios.
- THOMPSON, G. (2014). *La Guerra del Paraguay*. Servilibro [1869].
- WARREN, H. G. (2010). *La reconstrucción del Paraguay, 1878-1904. La primera era colorada*. Intercontinental Editora.
- WARREN, H. G. (2015). *El Paraguay y la Triple Alianza. La década de posguerra: 1868-1878*. Intercontinental Editora.

FUENTES

- Anuario Daumas, Guía General Gráfica del Paraguay*. La Colmena, 1932.
- Archivo Nacional de Asunción (ANA), SNE (Sección Nueva Encuadernación), volúmenes 596, 650, 2.789, 3.272.
- Crítica*, 1933-1934.
- El Cívico*, 1904.
- El Diario*, 1914.
- El Ferroviario* (Archivo del Terror).
- El País*, 1904.
- Imagoteca Paraguaya*. "Plano de la ciudad de Asunción", A. Maluga (Topógrafo). H. Kraus, 1937. <https://imagoteca.com.py/plano-de-la-ciudad-de-asuncion-2/>
- La Caoba SAIC. <https://www.lacaoba.com.py/nosotros.html>
- La Opinión Pública*, 1870.
- La Tribuna*, 1915, 1929, 1934.
- La Voz del Mutilado* (Archivo del Terror).
- Obrero del Calzado*, Colección Gaona.
- Registro Oficial de la República del Paraguay*, 1932.
- Revista de Turismo*, 1945.
- Revista Noticias*, 1945.
- Revista Postal y Telegráfica*, 1938.
- Semanario de Avisos y Conocimientos Útiles*, 1854, 1858, 1860, 1865-1867, 1860, 1885.