



ICONOGRAFÍA FEMENINA EN LA INDUSTRIA CONSERVERA DE PESCADO EN ASTURIAS (1893-1986)

8 de marzo al 3 de octubre
2021

Museo Nicanor Piñole

ICONOGRAFÍA FEMENINA EN LA INDUSTRIA CONSERVERA DE PESCADO EN ASTURIAS (1893-1986)

8 de marzo al 3 de octubre
2021

Portada:

Etiqueta para lata de besugo en escabeche de conservas La Asturiana,
Lucio y Compañía, Oviedo, con fábrica en Lastres, c. 1901.
Litografía N. Miralles, Barcelona. (Colección particular)

Museo Nicanor Piñole

Agradecimientos

Aingeru Astui Zárraga
Martín Carrasco Marqués
Francisco Crabiffosse Cuesta
Juan Pablo Crabiffosse Cuesta
Manuel Crabiffosse Cuesta
Toño Cuervo Rodríguez
Higinio del Río Pérez
Luis Javier Escudero Domínguez
Lucía Fandos Rodríguez
Laura Galán López
Gloria González Álvarez
Víctor González de Celis
Joaquín Ocampo Suárez-Valdés
Armando Rodríguez González
Centro de Escultura de Candás.
Museo Antón
Museo de Bellas Artes de Asturias
Museo del Pescador, Bermeo
Muséu del Pueblu d’Asturies

Comisario de la exposición

Manuel Ramón Rodríguez

Textos
Manuel Ramón Rodríguez
Covadonga López de Prado Nistal

Corrección de texto
Lía Álvarez González
María José Aguadero Barbón

Edición
Museo Nicanor Piñole

Diseño y maquetación
Juan Jareño

Fotografía
Ignacio Acuña

Dirección
Lucía Peláez Tremols

Coordinación
Saturnino Noval García
Laura Galán López

Diseño del montaje
Pictures & Things

Montaje de la exposición
Museo Nicanor Piñole

Copyright:
Del texto
Los autores

De la edición
Museo Nicanor Piñole

Índice

Presentación 5

Iconografía femenina en la industria conservera
de pescado en Asturias (1893-1986)..... 7
Manuel Ramón Rodríguez

El lenguaje sexista de los estereotipos femeninos
de las marcas de conservas 17
Covadonga López de Prado Nistal

Catálogo..... 27

Presentación

Museo Nicanor Piñole

Coincidiendo con el 8 de marzo, Día Internacional de la Mujer, se presenta en el Museo Nicanor Piñole esta exposición dedicada a la iconografía femenina en la industria conservera de pescado en Asturias. La muestra reúne un conjunto de más de ciento cuarenta piezas que incluye etiquetas, latas de conserva, materiales publicitarios y fotografías, junto a la película promocional de la fábrica Pesquerías Asturianas de Luanco, filmada hacia 1925. Así, se nos ofrece la oportunidad de reconstruir un fragmento de nuestra historia reciente desde varias perspectivas: socio económica, artística y de género. Este proyecto es una nueva aportación al descubrimiento de nuestra identidad a lo largo de un siglo, poniendo de relieve la importancia de analizar los testimonios materiales de nuestra memoria colectiva desde un planteamiento multidisciplinar y transversal.

Se trata de recuperar el intenso florecimiento de esta industria del sector alimentario que, desde finales del siglo XIX, modifica el paisaje de la costa asturiana y en cuyas modernas fábricas trabaja una mano de obra esencialmente femenina. Una industria que con su creciente demanda de productos para su comercialización y publicidad es clave para el impulso y desarrollo de la actividad litográfica en nuestra región con Gijón y Luanco como principales centros de producción.

Los diseños publicitarios y de marca para etiquetas, latas, papelería y publicidad, generan un amplio repertorio iconográfico en el que la imagen de la mujer se ajusta plenamente a los convencionalismos del momento. Tanto la mujer idealizada y folclorista, como la más cosmopolita y moderna de los años 20 y 30, se relacionan con modelos pictóricos desprovistos de cualquier matiz crítico,

alejados de la realidad de esas trabajadoras que se ocupaban de las labores auxiliares de la pesca, y que durante las costeras eran asalariadas en las industrias conserveras. A través de los materiales fotográficos y del audiovisual podemos recuperar la memoria de estas mujeres, lejos de esa visión estereotipada y limitada tomada de la pintura, planteando un juego de contrastes que nos invita a la reflexión del verdadero papel de la mujer en el ámbito social y laboral de la época.

La exposición y la publicación que ahora se presentan, han sido posibles gracias al riguroso trabajo de recuperación, conservación e investigación llevado a cabo por Manuel Ramón Rodríguez, comisario de la exposición, quien a lo largo de estos años rescató del olvido, e incluso de una certera desaparición, unos materiales que muestran la riqueza y calidad de los productos creados para las fábricas de conservas de pescado en Asturias. También agradecemos a Covadonga López de Prado Nistal, directora del Museo Massó de Bueu, Pontevedra, su valiosa colaboración y aportación, con un trabajo que nos permite abordar desde una perspectiva contemporánea los testimonios materiales de una realidad socio-económica, pero también socio-cultural que afecta a la mujer en primera persona.

Iconografía femenina en la industria conservera de pescado en Asturias (1893-1986)

Manuel Ramón Rodríguez

En el segundo cuarto del siglo XIX Asturias se erige pionera nacional en la fabricación de conservas alimenticias utilizando el método de esterilización mediante calor inventado por el confitero francés Nicolás Appert. Los productos elaborados (carnes, vegetales y sobre todo pescados), eran envasados herméticamente en botellas de vidrio y en recipientes de hojalata, y comercializados principalmente en los territorios de ultramar. Sin embargo, aún habría que esperar hasta las décadas finales del siglo para garantizar su definitiva consolidación, tras la entrada en vigor de una serie de medidas liberalizadoras que abrieron el camino a la industrialización. A partir de entonces, en la mayoría de los pueblos pesqueros asturianos comienzan a instalarse modernas fábricas de conservas enlatadas que sustituyen a las antiguas bodegas de escabeches y salazones, establecimientos que se nutrirían, para realizar sus principales tareas, de personal formado fundamentalmente por mujeres.

El trabajo de la mujer en las conserveras comenzaba a temprana edad y tenía un carácter temporal, pues dependía directamente de la pesca capturada en las diferentes costeras anuales que realizaban los pescadores de cada puerto. En Asturias, durante buena parte del siglo XX, las dos principales costeras de pesca que sustentaron a la industria conservera fueron la del bocarte en los meses de primavera y la del bonito, que duraba desde junio hasta septiembre. Así, los fabricantes se sirvieron de un trabajo femenino ocupado en puestos no cualificados de labores auxiliares de la pesca, pero sin mejores alternativas de empleo asalariado que las de entrar en las conserveras durante las costeras, consiguiendo mano de obra barata y adaptable tanto a la estacionalidad de la pesca como a la premura de su procesado.

Fotogramas de la película publicitaria de la fábrica de conservas Pesquerías Asturianas, S. A., Luanco, c. 1925. (Colección Cuervo Fandos)



En la mayoría de las fábricas la mano de obra femenina superaba el 80% del empleo, y en lo que respecta a la distribución de los puestos del trabajo contaba con su propio organigrama. Había una encargada general que supervisaba las distintas labores y fases del proceso productivo; otras mujeres se ocupaban de descabezar, eviscerar y manipular la pesca que entraba en la factoría; también estaban las *empacadoras*, que realizaban con gran destreza y habilidad la principal labor para la buena presentación y venta del producto, el empaquetado del pescado en las latas; las *cebadoras* rellenaban las latas con aceite, escabeche o salsas elaboradas por las cocineras; el proceso finalizaba con las encargadas del almacenamiento y preparación de las conservas para su expedición.

La diferencia salarial y la escasa valoración social del trabajo femenino en la industria conservera se mantuvo durante gran parte del siglo xx. Desde la década de 1920 en la que se implanta la jornada laboral de ocho horas y cuarenta y ocho semanales, el salario diario femenino, que se cobraba los sábados de cada semana, iría experimentando una lenta mejoría con el paso de los años.

Prueba de la marca de fábrica para distinguir conservas de embutidos y pescados Las Dos Hermanas: Consuelo y Lucía, de Antonio Iglesias de la Vallina, Hijo y Sucesor de Gabino Iglesias Junquera, Gijón, 1920. (Archivo Histórico Oficina Española de Patentes y Marcas)



En el oficio de la mujer conservera también conviene destacar el papel fundamental desarrollado con su aportación a mejorar los precarios niveles de vida de sus familias en los puertos pesqueros.

Por otro lado, a partir de la segunda mitad del siglo xix, el establecimiento y desarrollo de las empresas litográficas en España hicieron posible, mediante la técnica de la cromolitografía, la fabricación de etiquetas de papel y de envases de hojalata provistos de mensajes cargados de color. Estos reclamos publicitarios, en los que predominaba un esquema decorativo completamente descriptivo, cubrieron la demanda del sector alimentario, especialmente el de las conservas de pescado. Por ello, entre el amplio repertorio iconográfico utilizado por las conserveras instaladas en Asturias, adquieren gran protagonismo por su número y variedad las escenas con representación femenina.

Sin embargo, entre los primeros ejemplos publicitarios que se conocen de esta industria, destaca por su fecha temprana una imagen fotográfica publicada mediante fototipia en el *Álbum Anunciador 1893: Asturias*. Se trata de una fotografía de la plantilla de trabajadores (hombres y mujeres) que posan en el exterior de la fábrica de conservas alimenticias, carnes, pescado y aves La Amistad, de Plácido López Acevedo, de Figueras (Castropol). Una figura, la del trabajo de las mujeres conserveras que está escasamente reproducida en la publicidad del sector, pues aparte de una película de Pesquerías Asturianas S. A., de Luanco, fechada en la primera mitad de los años veinte, y de algunas fotografías que aparecen publicadas en revistas ilustradas y catálogos de empresa, tan solo



Prueba de la marca de fábrica para distinguir pescados en conserva y salazón “La Candasina”, de Genaro Muñiz Velasco, Candás, 1916. (Archivo Histórico Oficina Española de Patentes y Marcas)

conocemos unos pocos modelos impresos en etiquetas y membretes comerciales litografiados de la S. A. Cabo de Peñas, de Luanco; del fabricante gijonés Antonio Iglesias en su marca Las Dos Hermanas: Consuelo y Lucía; y de la firma Dolores Bravo, Hijo, con sede central en Avilés y sucursales en Cudillero, Tapia y San Juan de la Arena.

Las dos primeras décadas del siglo xx se corresponden con el periodo de mayor apogeo de las imágenes publicitarias que reflejan en las marcas de fábrica el papel de la mujer tradicional, trabajadora y ligada al mundo de la mar, tanto de pescaderas o sardineras, como de aldeanas, que figuran vestidas con indumentarias



Prueba de la marca de fábrica para distinguir conservas de pescados La Siciliana, de Baldassare Scola Sanfilippo, Ribadesella, 1929. (Archivo Histórico Oficina Española de Patentes y Marcas)

representativas de cada lugar. Una imagen femenina que guarda gran similitud con modelos existentes en la pintura regionalista finisecular, del que constituyen un buen ejemplo varias obras del gijonés Juan Martínez Abades o de algunos de los pintores pertenecientes a la denominada Colonia Artística de Muros, como José Robles, Cecilio Pla, Tomás Campuzano o Félix González-Nuevo.

Perteneciente a esta temática de corte costumbrista es la imagen de la marca de fábrica La Asturiana, registrada en 1901 por la sociedad ovetense Lucio y Compañía, que contaba con una instalación conservera en el puerto de Lastres. En el diseño, enmarcado dentro de un escenario marítimo, aparece como elemento principal la airosa figura de una joven pescadera, descalza, vestida con atuendos característicos de la costa asturiana, que porta sobre la cabeza una banasta plana o *paxa* llena de pescado y otra más pequeña apoyada en la cadera izquierda que sujeta con la mano. El éxito y la popularidad alcanzada por esta imagen daría lugar tras la desaparición de la empresa, a su utilización por otros fabricantes *llastrinos* para nuevas marcas, como fueron La Lastrina, de Elías del Gallego Balbín y más tarde de su hijo Faustino del Gallego Braña, y La Rosario, de Jesús Forascepi Braña.

Además de La Asturiana, desde comienzos del siglo XX se incorporan al mercado conservero numerosas marcas en las que prevalece el prototipo de mujer pescadera o sardinera, que aguarda el regreso de la pesca, transporta, o muestra pescados o conservas. Es el caso de “La Invencible”, de Herrero Hermanos, con fábricas en Candás, Cudillero, La Coruña y Marín; La Activa, de la sociedad Iekeitiarra Manuel de Garavilla e Hijo, con fábrica en Luanco; La Rayana, de Mario L. Lebrede, de Figueras; “La Luanquina”, de Ulpiano Fernández Viña; “La Candasina”, de Genaro Muñiz Velasco, y La Arenesca, de Rosalino González Álvarez, con fábricas en La Arena y Puerto de Vega. Por su parte, la representación de la imagen de aldeana con las correspondientes variantes locales aparece en las marcas “La Praviana”, de Félix González Fierro, de La Arena; La Asturiana, de la sociedad T. Fierro e Hijos, de San Esteban de Pravia, y en



Prueba de la marca de fábrica para distinguir toda clase de conservas de pescados Estupendas, de Ignacio Villarías, Santoña, 1925. (Archivo Histórico Oficina Española de Patentes y Marcas)

“La Llanisca”, de la sociedad Conde y Teresa, de Llanes. De la misma temática es la marca La Siciliana, registrada en 1929 por Baldassare Scola Sanfilippo, salazonero italiano con casa central en Porticello (Palermo) y fábrica en Ribadesella. A partir de la década de 1930, y sobre todo con posterioridad a la guerra civil, continúan en activo algunas de las marcas anteriores, y en menor medida aparecen otras nuevas que siguen en la línea del costumbrismo localista en cuanto a sus diseños publicitarios. Entre estas últimas constituyen una buena muestra La Gloria, de Gloria Mata Vázquez y posteriormente de Ventura González González, de Gijón; La Riosellana, de Sergio González Fernández, de Ribadesella; y la más tardía, La Llanisquina, de Antonio Maya Conde.

La importancia adquirida a nivel nacional por la industria conservera asturiana durante los años veinte y la primera mitad de los treinta, posibilitó la modernización del sector y el empleo de nuevos mensajes publicitarios siguiendo las tendencias artísticas de la época. Aquí, el diseño de la figura femenina adquiere un toque más moderno que se percibe en algunos anuncios de conservas Albo, como el de la mujer que muestra e invita a degustar una lata de conservas, o el de una escena similar que sirvió de modelo durante su etapa juvenil al artista asturiano Antonio Rodríguez García «Antón». De la misma firma conservera de origen cántabro, pero muy arraigada en Asturias, pues llegó a contar a lo largo del siglo xx con factorías en los puertos de Candás, San Juan de la Arena, Lastres, Cudillero, Ribadesella, Luarca y Tapia de Casariego, cabe mencionar por su delicadeza y elegancia, el boceto para el cartel del estuche-merienda «Machín», en el que se superpone un rostro de mujer de perfil silueteado en blanco, y el anuncio impreso en papel secante donde sutilmente una mano de mujer pincha con el palillo un filete de anchoa en aceite de oliva. También perteneciente a la Casa Albo es un catálogo de productos y precios del año 1935, que presenta en su portada el encuentro de dos jóvenes enmarcadas en un ambiente romántico.

Otro ejemplo destacado que retrata la moda femenina de las clases media y alta de los años veinte, es el diseño en el que una joven madre ofrece a su hijo



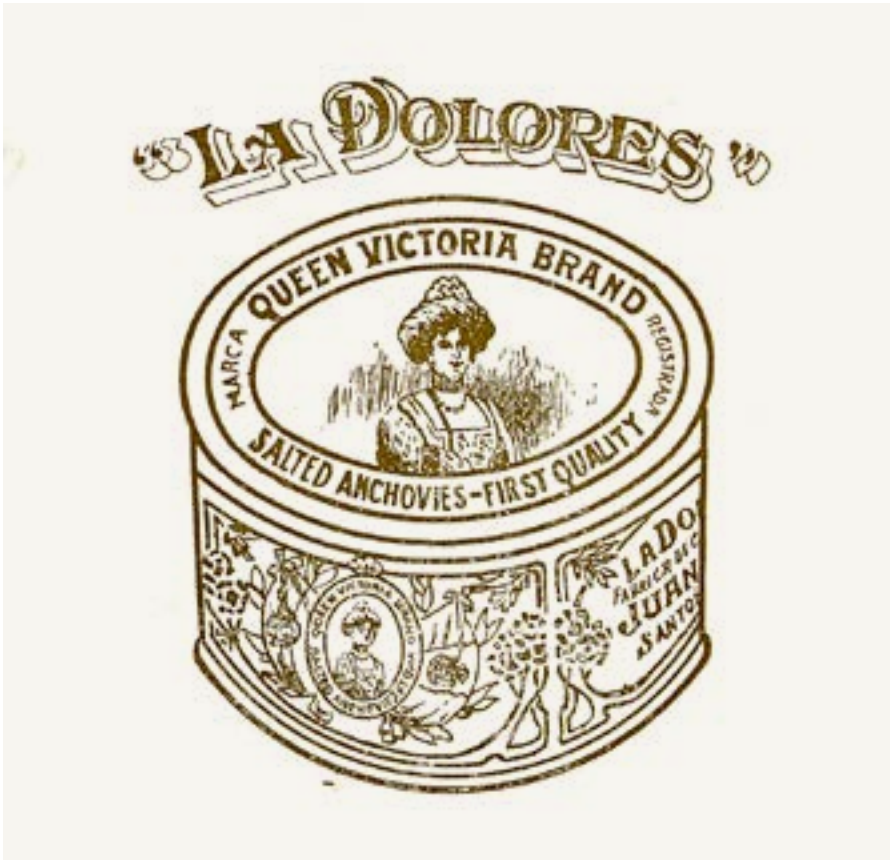
Prueba de la marca de fábrica para distinguir toda clase de conservas de pescados La Covadonga, de los Sres. Hartasánchez y Compañía, Gijón, 1920. (Archivo Histórico Oficina Española de Patentes y Marcas)

una lata de sardinas de la marca Estupendas, del fabricante santoñés Ignacio Villarías, con sucursales en Gijón, Lastres y Ribadesella. Pero sin duda, entre las representaciones más interesantes que se conocen de la mujer moderna en la publicidad conservera está la imagen de la bañista a punto de lanzarse al agua desde un trampolín de la marca Playa de Lastres, de Juan Llera Braña, de Lastres. Una stampa que copia en su totalidad el cartel anunciador de la denominada Playa de Madrid, playa artificial instalada en la ribera del río Manzanares que permaneció activa entre los años 1932 y 1936. De época posterior es la figura de una joven con ropa deportiva que muestra un ejemplar de bonito capturado a caña en la marca “Rossana”, de la firma Forascepi Hermanos, de Lastres.



Prueba de la marca de fábrica para distinguir toda clase de conservas de pescados Romeo y Julieta, de Bernardo Alfageme, Candás y Vigo, 1913. (Archivo Histórico Oficina Española de Patentes y Marcas)

Prueba de la marca de fábrica para distinguir conservas y salazones de pescados en general “La Dolores” Queen Victoria Brand, de Juan Vela, Santoña, 1919. (Archivo Histórico Oficina Española de Patentes y Marcas)



En la propaganda conservera regional tampoco faltan los motivos mitológicos, fantásticos y alegóricos, con diseños en los que destacan las figuras de sirenas, diosas y ninfas. Es el caso de conservas Escobio, de Gijón, que presenta una sirena medio sumergida en el mar en su marca La Reina de los Mares, y a una joven coronada sobre el lomo de un pez fantástico para La Diosa de los Mares. Conservas Casares, de Avilés, también utilizará para su marca principal una sirena, pero sentada dentro de una concha, mientras que la compañía italiana de Stefano Viganego, con casa central en Génova y bodega de salazones en Ribadesella, incorpora en su marca Liberty a dos ninfas enmarcadas con motivos florales. Baldassare Scola utiliza la figura mitológica de “La Trinacria”, emblema de su Sicilia natal, y Conservas Albo, bajo el nombre de S. García

(Segismundo García Encinar, administrador de la firma cántabra), en la marca Mayón muestra a una joven sentada en el lomo de un albatros viajero sobrevolando un paisaje marítimo. Por su parte, la fábrica de conservas La Perseverancia, de José Antonio Castro, de Figueras, emplea en sus etiquetas alegorías referentes a su propia marca comercial.

La religiosidad del culto católico está presente en las marcas de fábrica de conservas con dos imágenes de advocaciones marianas, la de Nuestra Señora de Covadonga, de la sociedad gijonesa Hartasánchez y Cía., y la Virgen del Castillo, patrona de Valencia de Don Juan (León), lugar de origen de Siro Alcón Pérez, fabricante en la villa de Luanco.

Finalmente, la iconografía femenina conservera en Asturias también cuenta con algunos ejemplos inspirados en temáticas literarias e históricas, como los que aparecen en las marcas Romeo y Julieta, de Bernardo Alfageme, con fábricas en Candás y Vigo; en “La Dolores” Queen Victoria Brand, de Juan Vella, fabricante de Santoña con sucursal en Llanes; y en la marca norteamericana Granadaísa, comercializada por las empresas asturianas Braña y Boggio, de Gijón y Camilo Álvarez, de Avilés.

La mayoría de las piezas que se exponen fueron realizadas por industrias litográficas asturianas hoy desaparecidas. Principalmente proceden de la litografía y metalgráfica Ramiro Pérez del Río, de Luarca, y de la Litografía Viña, de Gijón, y en menor medida de otros talleres establecidos en Gijón como Metalgráfica Moré, Litografía Muñiz y Litografía Luba. Asimismo, también se constata la autoría de algunas piezas que proceden de importantes empresas españolas del sector, es el caso de las litografías catalanas Nicolás Miralles e I. G. Seix y Barral Hermanos S. A., de Barcelona; de las metalgráficas vizcaínas Ricardo Rochelt y Barrenechea, Goiri y Cía., de Bilbao; de la litografía valenciana E. Machí; y de las metalgráficas gallegas La Artística de La Coruña y la sociedad La Artística Ltda., de Vigo.

El lenguaje sexista de los estereotipos femeninos de las marcas de conservas

Covadonga López de Prado Nistal

La dialéctica que se plantea en la España y en el arte español de finales del siglo XIX entre tradición y modernidad se resuelve, a principios del siglo XX y durante la II República, a favor de la modernidad como sinónimo de progreso y bienestar. Durante la dictadura franquista esta contraposición se verá impulsada, aunque invirtiendo los términos e identificando la forma de vida tradicional con el ideal de perfección y felicidad.

Esto, como no podía ser de otra manera, adquiere fuertes connotaciones morales al trasladarlo a la construcción del ideal femenino. La imagen de la mujer moderna, burguesa, urbana, que se incorpora a la vida social con mayor margen de libertad, que es dinámica, sofisticada y elegante y se divierte en los ambientes de ocio más allá del ámbito familiar, pasó de ser la protagonista por excelencia del arte gráfico y de la publicidad comercial en las décadas de 1920 y 1930, a convertirse en el prototipo de la mujer desnaturalizada, libertina, inmoral y hasta depravada.

Consiguientemente su *alter-ego*, el modelo femenino que acuñó el costumbrismo folclórico decimonónico, complaciente y banal, perdurará durante varias décadas a lo largo del siglo XX como uno de los estereotipos femeninos más popular, o más exactamente, más populista. Son imágenes de fácil lectura por lo que adquieren el carácter de iconos que proliferan de forma extra-temporal a partir de 1940.

La mujer, para reencauzar su papel en la sociedad después de los «locos años 20» y de los logros conseguidos durante la II República, deberá asumir con devoción su trascendental misión como baluarte de la tradición, como guardiana de

Boceto para anuncio publicitario de Sardinias Massó realizado por Federico Ribas Montenegro, c. 1925. (Museo Massó, Bueu, Pontevedra)



los valores esenciales «de la raza», tal y como proclamaban intelectuales poco sospechosos de comulgar con el autoritarismo como Miguel de Unamuno, que en su *Diario íntimo* escribe: «La mujer es la base de la tradición en las sociedades, es la calma en la agitación, el reposo en la lucha».

La figura femenina, en una versión *naïf* y genérica, se convierte en el estereotipo perfecto de la imagen que se quiere proyectar de las identidades tradicionales locales que el aparato de la Dictadura alienta para atomizar los sentimientos nacionalistas. Así, la veremos comedia y casta, ataviada con la indumentaria folclórica en los carteles de festejos, en atlas y mapas como personificación alegórica de las regiones, provincias y municipios, en tarjetas postales, calendarios y almanaques, abanicos, cajas de cerillas, cromos y como imagen identitaria de marcas comerciales, en este caso acompañadas de los atributos indispensables que refuerzan el mensaje que en cada caso se quiere transmitir.

Esta imagen icónica y folclórica, de una joven con gesto dulce, nos mira desde las coloridas etiquetas y envoltorios de chocolates, galletas y caramelos, etiquetas de bebidas alcohólicas, productos de limpieza y, sobre todo, desde aquellos productos alimenticios que interesa asociar con el entorno idílico, saludable y pintoresco del lugar donde se extrae la materia prima, como la leche de quesos y mantequilla y el pescado de las conservas.

Para las conserveras la idea de «fresco» es un valor sobre el que hay que incidir, de ahí las imágenes recurrentes de idílicos puertos de mar que aluden a la inmediatez desde que se pesca hasta que se consume el producto, reforzadas en campañas publicitarias por *slogans* con expresiones como «recién pescados», «del mar a la boca» o «del mar a la mesa».

La industria conservera fue especialmente proclive no solo a utilizar este icono local femenino, sino incluso a nombrar las marcas con el gentilicio femenino de una localidad o provincia, reforzando esa asociación con el valor añadido que le otorga la tradición: La Arenesca, La Riosellana, “La Praviana”, La Llanisca, “La Candasina”, La Lastrina o La Asturiana, entre otras.

Antes de continuar conviene hacer una aclaración, ya que con frecuencia se tiende a tratar de forma indiferenciada la imagen de marca con la identidad de la marca, cuando los mensajes y estereotipos empleados tienen objetivos muy distintos. Algo importante a tener en cuenta, puesto que en los numerosos estudios de enfoque de género centrados en el sector de la publicidad –la imagen de marca–, arrancan en España en la década de 1980, mientras que no se ha entrado a valorar en su especificidad la imagen que se proyecta de la mujer en la identidad de la marca.

La publicidad es una estrategia que persigue despertar emociones para provocar el deseo de identificarse o parecerse a los estereotipos que consumen ese producto y habitan en las campañas publicitarias. Esto exige adaptarse

a las modas, a las expectativas y a los gustos y estilos de vida de cada uno de los sectores sociales sobre los que se pretende influir en cada campaña. La competencia en publicidad exige un esfuerzo de creatividad y renovación constante para llegar a todos los nichos de mercado, y muy especialmente al ámbito urbano.

Por el contrario, la identidad de marca, la que vemos en etiquetas y envoltorios y litografiada en los envases de las conservas, nos habla del producto, de sus cualidades y de los valores en los que pretende descansar el prestigio de la marca, y que la diferencia e identifica frente a la competencia. Esto exige el empleo de estereotipos y diseños que proyecten una imagen más conservadora, inalterable y atemporal, lo cual explica la prolongación en el tiempo de iconografías que tienen su origen en el lenguaje de la pintura, en lugar de en el nuevo lenguaje del diseño gráfico industrial, así como en el estilo regionalista de principios del siglo xx que hunde sus raíces en el costumbrismo romántico.

Un claro ejemplo de los criterios más atrevidos que se aplican a los estereotipos femeninos que funcionan en la publicidad lo tenemos en la imagen del anuncio de «Anchoas en salmuera. Viuda de Carlos Albo», que no encajaría con los estándares de la imagen identitaria de marca. Es un retrato de una mujer real y concreta que nos invita a caer en la tentación, en la línea de las *femme fatale* que pueblan la pintura modernista finisecular para satisfacer las fantasías eróticas masculinas. En este caso en una versión light, más apta para una estrategia comercial.

La artificiosidad de los «tipos populares» genéricos, sin rasgos personalizados, no funciona bien en la publicidad, pero sí asociado a las cualidades del producto que se quieren destacar. Y aquí es donde se consideró que podía ser más útil la imagen del tipo folclórico local femenino, funcionando como icono del arraigo de una marca en la tradición de un territorio y de sus gentes entregadas a la explotación de las riquezas que ofrecen la tierra y el mar.



Detalle de boceto para cuerpo de lata de anchoas en salmuera La Lastrina, Elías del Gallego, Lastres, c. 1960. Metalgráfica del Río, Luarca. (Colección particular).

Considerando las latas, etiquetas y envoltorios de las conserveras asturianas que optaron por un diseño de la identidad de marca con la representación de la figura humana, y ciñéndonos a la selección de este proyecto expositivo centrado en la imagen de la mujer, el prototipo que triunfa de forma indiscutible es el de la pescadera que posa sosteniendo la cesta o el pescado. Además de una imagen eminentemente conservadora y *naïf*, que mantiene el lenguaje pictórico del más puro estilo costumbrista romántico, y sin duda precisamente por eso, en ella se aplican unos estándares marcadamente sexistas.

En contraposición, entre las conserveras del País Vasco hallamos un número importante de marcas que optaron por la figura masculina. Si las tomamos como referencia para hacer una comparación, resulta bastante elocuente, cuando analizamos el lenguaje del cuerpo, del rostro, el lenguaje gestual y de la indumentaria, qué domina en estos iconos femeninos del tipismo folclórico.

El lenguaje del cuerpo nos sitúa ante la imagen pasiva de mujeres jóvenes de aspecto saludable cuya actividad se reduce a posar. Existen para ser contempladas, lo que contrasta con el dinamismo de las representaciones masculinas.

Matriz litográfica para la estampación de hoja de lata para la marca de conservas L'Herculine, realizada por La Artística de Vigo, c. 1930. (Museo do Pobo Galego, Fondo Alonarti, Santiago de Compostela)



El lenguaje del rostro nos habla de una mujer genérica, con expresión dulce y comedida. El carácter ingenuo de la iconografía popular encaja perfectamente con el modelo patriarcal de femineidad. Por el contrario, los rostros masculinos son carismáticos, ensimismados, muy serios y de hombres jóvenes, maduros y ancianos.

En el lenguaje gestual apreciamos pasividad y recato, no hay esfuerzo, simplemente sostiene la cesta o el pescado de la misma manera que la imagen de una santa o de una alegoría sostiene su atributo simbólico.

En el lenguaje de la indumentaria de nuevo se trata de incidir sobre la uniformidad. La indumentaria es un mecanismo de comunicación muy potente y elocuente que habla de identidad, en este caso de identidad territorial, pero también de identidad social, de género, económica y cultural. Estas imágenes femeninas, que son siempre la misma, visten trajes folclóricos con las

distintas variantes locales, que las convierte en un estereotipo con el que se quiere identificar a todas las mujeres de las pequeñas poblaciones costeras y rurales. Los hombres visten con ropa de faena porque para ellos, tanto en la indumentaria, como en los variados grupos de edad, actividades y gestos, triunfa la diversidad.

Lejos de estos patrones del costumbrismo más tradicional se encuentra la nadadora de la marca Playa de Lastres como una de las excepciones que confirman la regla, no en vano fue copiada de un folleto publicitario –por lo tanto concebida dentro de los estándares de la publicidad– y trasladada a una imagen de identidad de marca. Estamos ante el prototipo de la mujer moderna que en las décadas de 1920 y 1930 inundó las páginas de las revistas. En este caso se recurre a la asociación de cuerpo y deporte con la salud que proporciona el consumo de pescado en conserva.

La pescadora de la publicidad de la marca La Invencible es un caso más sorprendente e inesperado, ya que representa la realidad siempre invisible de las mujeres de las comunidades costeras. Sobre ellas recaían los trabajos del sector pesquero, mal llamados complementarios, que se desarrollaban en tierra y sin los cuales la pesca no podría ser considerada como una actividad económica. Quizás precisamente por tratarse de un anuncio publicitario que persigue la empatía, el diseño nos sitúa ante el prototipo físico y apariencia de una mujer real por su indumentaria, peinado y constitución, una escena en la que la pescadora se encuentra en plena faena, realizando un esfuerzo y en la que se perciben las duras condiciones de su trabajo. Este tipo de representaciones son bastante comunes en la identidad de las marcas cuando los protagonistas son pescadores.

Otra excepción, porque representa a mujeres activas en el sector pesquero, es la imagen de la marca La Gloria, con dos jóvenes caminando con paso decidido, atuendos realistas, llevando cestos y aparejos de pesca.

La actividad pesquera se ha querido reducir a la extracción desde la embarcación, al trabajo de las tripulaciones, donde las mujeres estaban vetadas. Actividades tan esenciales como la descarga de pescado, reparación y confección de redes, marisqueo, pesca en los arenales con redes de arrastre, venta ambulante y en los mercados, y transformación del producto en las factorías, eran desarrolladas mayoritariamente por mujeres. Curiosamente la imagen de las operarias de las conserveras, donde la mano de obra femenina constituía el 90% del personal, estuvo también ausente en el diseño de las marcas. Por el contrario, cuando el protagonismo recae en la figura masculina, predominan las representaciones de hombres pescando desde el barco, remando, descargando el pescado y exhibiendo su trofeo, o capitaneando la embarcación, con rostros por lo general serios, esforzados, gestos carismáticos y en actitudes muy dinámicas.

La división del trabajo por géneros se ha traducido en la preeminencia económica y social de las actividades realizadas por los hombres, cuando a la hora de la verdad solo eran diferentes. La realidad es que la aportación económica de las mujeres en las sociedades pesqueras, y en especial las que trabajaban en las conserveras y en la venta de pescado, ha sido fundamental para la supervivencia de las familias, ya que los ingresos de los pescadores eran muy irregulares.

El colmo de la construcción de un prototipo de mujer pasiva, cuya sagrada misión se reduce a ser madre y esposa y a esperar el regreso del hombre del que depende el sustento de la unidad familiar, es la que se llegó a identificar en el arte regionalista con la «mujer marinera» por excelencia. Ellas, con la criatura en brazos, esperan contemplando el mar, tal y como la podemos ver en las latas de la marca La Invencible, despojada aquí del dramatismo con el que solía representarse en la pintura y escultura.

Si nos fijamos en las fotografías de la arribada de los barcos de pesca, las mujeres que cada día esperaban a los barcos en el puerto eran trabajadoras que se ganaban la vida descargando el pescado para las fábricas de conserva.

En la iconografía de las marcas de conserva el género femenino, ya se trate de tipos folclóricos, sirenas o ninfas, refleja la convicción de que la mujer existe para ser contemplada, para agradar y, en gran medida, garantizar la transmisión de unos valores asociados con la tradición inalterable de las comunidades pesqueras. Ellos representan el esfuerzo y el valor del trabajo y de la productividad.

CATÁLOGO

FÉLIX GONZÁLEZ-NUEVO, *Sardinera*,
óleo sobre lienzo, c. 1895.
(Museo de Bellas Artes de Asturias)



Etiqueta para lata de besugo en escabeche de conservas y salazones de pescados La Asturiana, Lucio y Compañía, Oviedo, con fábrica en Lastres, c. 1901. Litografía N. Miralles, Barcelona. (Colección particular)



Prueba litográfica para tapa de lata de filetes de anchoa en aceite La Lastrina, Elías del Gallego, Lastres, c. 1960. Metalgráfica del Río, Luarca. (Colección particular)



Boceto para cuerpo de lata de anchoas en salmuera La Lastrina, Elías del Gallego, Lastres, c. 1960. Metalgráfica del Río, Luarca. (Colección particular)



Prueba litográfica para cuerpo de lata de bonito en escabeche de conservas de pescados La Lastrina, Faustino del Gallego, Lastres, c. 1971. Metalgráfica del Río, Luarca. (Colección particular)

Tapa de lata de sardinas en aceite La Lastrina, Elías del Gallego, Lastres, c. 1950. (Colección particular)



Lata de conservas de pescado en escabeche La Lastrina, Elías del Gallego, Lastres, c. 1960. Barrenechea, Goiri y Cía. S. L. Bilbao. (Muséu del Pueblu d’Asturies)



Lata de conservas de pescado en escabeche La Lastrina, Elías del Gallego, Lastres, c. 1965. Metalgráfica del Río, Luarca. (Colección particular)



Prueba litográfica para cuerpo de lata de conservas de pescados La Rosario, Jesús Forascepi, Lastres, c. 1943. Litografía Río, Luarca. (Colección particular)



LUIS E. VELASCO. Anuncio de la fábrica de conservas, escabeches y salazones «La Invencible», Herrero Hermanos, S. A., Candás y Cudillero, Marín y La Coruña, publicado en la revista *Vértice*, 1938. (Colección particular)



Cuerpo de lata de anchoas en salmuera de conservas, escabeches y salazones La Invencible, Herrero Hermanos, Candás, c. 1945. Metalgráfica R. P. del Río, Luarca. (Colección particular)

Lata de anchoas en salmuera de conservas, escabeches y salazones La Invencible, Herrero Hermanos, Candás, c. 1940. Sdad. La Artística, Vigo. (Colección particular)



Etiqueta para lata de langosta al natural M. de Garavilla e Hijo, fábricas de conservas de pescado en Lequeitio y Luanco, c. 1902. Litografía Nicolás Miralles, Barcelona. (Colección particular)



Etiquetas para latas de atún en escabeche y de sardinas en aceite La Activa, M. de Garavilla e Hijo, fábricas de conservas de pescados en Lequeitio y Luanco, c. 1910. Imp. y Lit. R. P. del Río, Luarca. (Colección particular)



Etiqueta para lata de calamares en su tinta La Activa, Garavilla Hijos, fábricas de conservas de pescados en Lequeitio y Luanco, c. 1914. (Colección particular)



Etiqueta para lata de sardinas en escabeche de la fábrica de conservas alimenticias y escabeches La Rayana, Mario L. Lebreto, Figueras de Asturias, c. 1904. Litografía N. Miralles, Barcelona. (Colección particular)

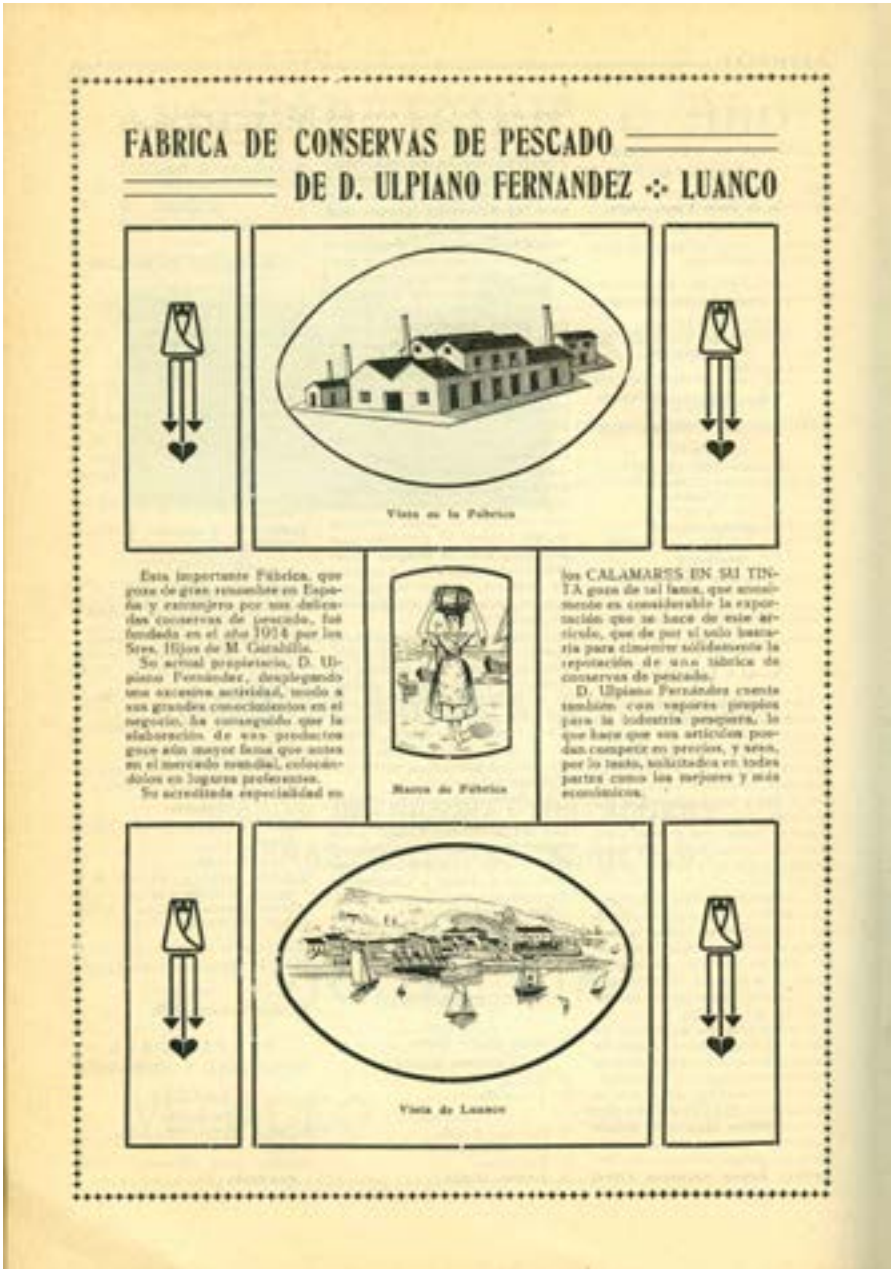
Etiquetas para latas de sardina y de bonito en escabeche La Activa, M. de Garavilla e Hijo, fábricas reunidas de conservas alimenticias en Lequeitio y Luanco, c. 1903 y 1908. (Colección particular)



Etiqueta para lata de salmón al natural de la fábrica de conservas y escabeches “La Luanquina”, Ulpiano Fernández Viña, Luanco, c. 1920. Litografía Muñiz, Gijón. (Colección particular)



Encabezamiento de correspondencia comercial de la fábrica de escabeches y conservas “La Luanquina”, Ulpiano Fernández Viña, Luanco, c. 1925. Litografía R. Viña, Gijón. (Colección particular)



Anuncio de la fábrica de conservas de pescado de Ulpiano Fernández, Luanco, publicado en la *Guía monumental, histórica, artística, industrial, comercial y de profesiones Asturias: 1923-1924*. (Muséu del Pueblu d’Asturies)



Boceto para tapa de lata de conservas de pescado La Arenesca, c. 1950. Litografía del Río, Luarca. (Colección particular)



Etiqueta para lata de bonito salmonado "La Arenesca", R. González, San Juan de la Arena, 1945. Litografía Viña, Gijón. (Colección particular)



Etiquetas para latas de chicharro frito en escabeche y chicharrillo en aceite, de conservas escabeches y salazones de pescados La Arenesca, R. González, fábricas en San Juan de la Arena y Puerto de Vega, c. 1948 y 1950. Litografía Viña, Gijón. (Colección particular)

Tarjeta comercial de conservas
“La Arenesca”, R. González, fábricas en
San Juan de la Arena y Puerto de Vega,
c. 1933. Lit. Relieves E. Machi, Valencia.
(Muséu del Pueblu d’Asturies)



Carta comercial de conservas, escabeches
y salazones La Arenesca, R. González,
San Juan de la Arena y Puerto de Vega,
c. 1933. Litografía Luba, Gijón. (Colección
particular)



Tarjeta comercial de conservas La
Arenesca, R. González, San Juan de la
Arena, c. 1955. Imp. Lit. E. Machi, Valencia.
(Colección particular)



Sobre de correspondencia comercial de
conservas, escabeches y salazones
“La Arenesca”, Rosalino González Álvarez,
San Juan de la Arena y Puerto de Vega,
c. 1950. (Colección particular)





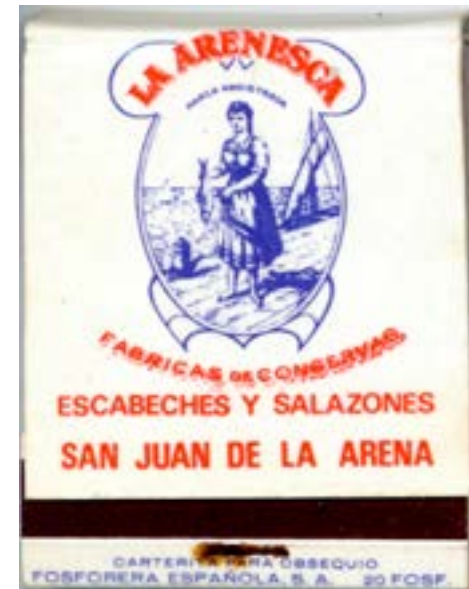
Estuche para lata de filetes de anchoa en aceite puro de oliva en rollos La Arenesca, R. González, San Juan de la Arena, c. 1960. Litografía del Río, Luarca. (Colección particular)



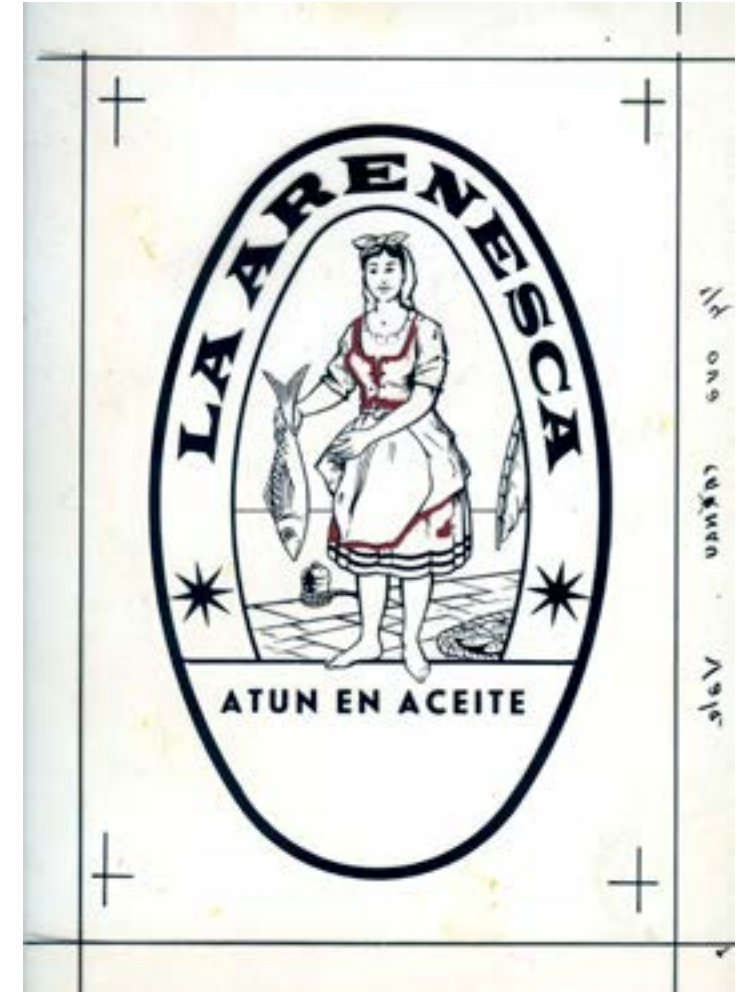
Anuncio de la fábrica de conservas de pescados, escabeches y salazones La Arenesca, R. González, San Juan de la Arena, publicado en *Asturias en la mano. Guía ilustrada e información general e interesante de la provincia*, 1925 (Colección particular)



Tapa de lata de atún en aceite La Arenesca, c. 1950. Litografía del Río, Luarca. (Colección particular)



Carterita publicitaria de fósforos de conservas, escabeches y salazones La Arenesca, San Juan de la Arena, c. 1968. (Colección particular)



Fotolitos para tapa y cuerpo de lata de atún en aceite La Arenesca, R. González, c. 1950. Litografía del Río, Luarca. (Colección particular)

Encabezamiento de correspondencia comercial de la fábrica de conservas de pescados “La Praviana”, Félix G. Fierro, Soto del Barco, c. 1910. Imp. y Lit. Ramiro P. del Río, Luarca. (Muséu del Pueblu d’Asturies)



Cuerpo de lata de anchoas en salmuera de la fábrica de conservas y salazones de pescados «La Praviana», Félix G. Fierro, San Juan de la Arena, c. 1950. Lito Río, Luarca. (Colección particular)



Boceto para cuerpo de lata de conservas de pescados La Asturiana, José G.-Fierro Ordóñez, León, fábricas en San Esteban de Pravia y Castro Urdiales, c. 1936. Metalgráfica Ricardo S. Rochelt, Bilbao. (Archivo Museo del Pescador, Bermeo)



Etiquetas para latas de calamares en su tinta y de angula en aceite fino de la fábrica de conservas alimenticias La Asturiana, T. Fierro e Hijos, San Esteban de Pravia, c. 1915. (Colección particular)



Etiqueta para lata de conservas "Fierro" y La Asturiana, León, c. 1940. Litografía Viña, Gijón. (Colección particular)

Anuncio de conservas de pescados La Asturiana, José G.-Fierro Ordóñez, León, fábricas en San Esteban de Pravia y Ortiguera, publicado en el *Álbum programa de las fiestas de Mieres*, 1927. (Muséu del Pueblu d'Asturies)



Encabezamiento de correspondencia comercial de conservas "Fierro" y "La Asturiana", José G.- Fierro Ordóñez, León, c. 1940. Litografía Viña, Gijón. (Colección particular)



Envoltorio para lata de anchoas en aceite de oliva purísimo de la fábrica de conservas “La Llanisca”, Conde, Teresa y Pedregal, Llanes, c. 1915. (Atribuido a Litografía R. P. del Río, Lluarca). (Colección particular)

Etiqueta para tapa de lata de filetes de anchoas rollados de la fábrica de conservas La Llanisca, Conde, Teresa y Pedregal, Llanes, c. 1917. (Atribuida a Litografía R. P. del Río, Lluarca). (Colección particular)



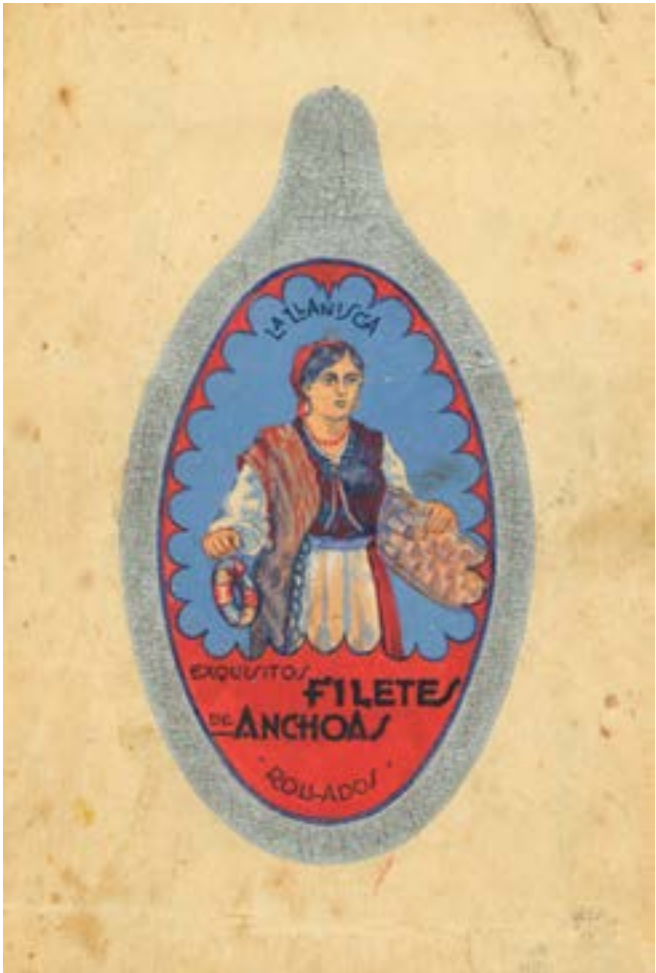
Etiquetas para latas de sardinas a la mexicana y de anchoas en salmuera de la fábrica de conservas “La Llanisca”, Conde, Teresa y Pedregal, Llanes, c. 1915 y 1917. (Atribuida a Litografía R. P. del Río, Lluarca). (Colección particular)



Etiqueta para lata de salmón al natural de la fábrica de conservas La Llanisca, Conde y Teresa, Llanes, c. 1928. Litografía R. P. del Río, Lluarca. (Colección particular)



Boceto para cuerpo de lata de palometa en escabeche de la fábrica de conservas, escabeches y salazones La Llanisca, Conde y Teresa, Llanes, c. 1934. Litografía R. P. del Río, Lluarca. (Colección particular)



Boceto para tapa de lata de filetes de anchoas rollados La Llanisca, c. 1930. Litografía R. P. del Río, Lluarca. (Colección particular)



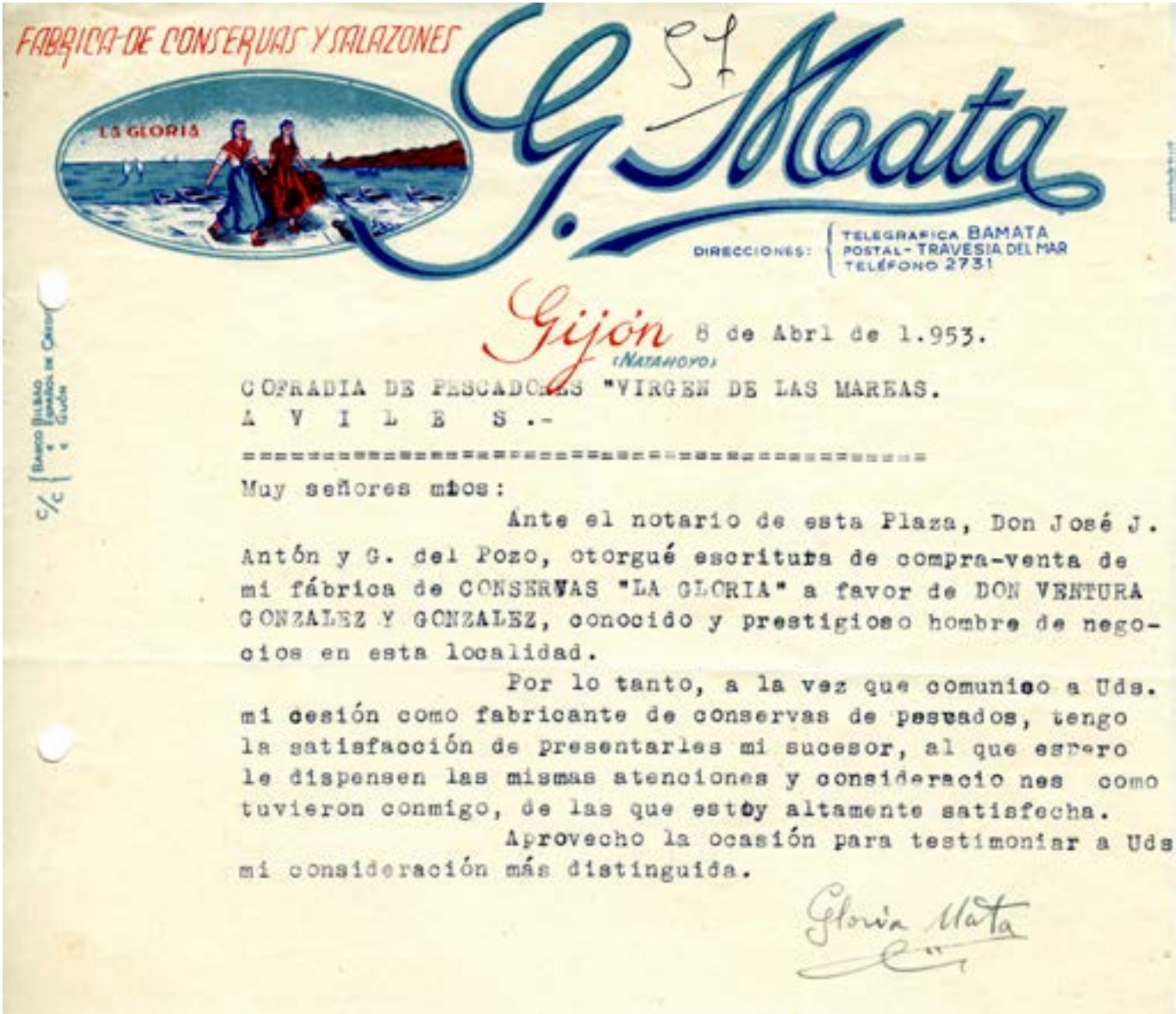
Anuncio de conservas “La Llanisca”, Conde y Teresa, Llanes, publicado en la *Guía Industrial y artística de Asturias*, 1924. (Muséu del Pueblu d’Asturies)



Etiqueta para lata de conservas La Gloria, Gloria Mata, Gijón, c. 1945. Metalgráfica R. P. del Río, Luarca. (Colección particular)



Tarjeta de visita de la fábrica de conservas, escabeches y salazones de pescados La Gloria, Gloria Mata, Gijón, c. 1948. (Colección particular)



Carta comercial de la fábrica de conservas y salazones La Gloria, Gloria Mata, Gijón, c. 1953. Litografía Río, Luarca. (Colección particular)



Etiqueta para lata de bonito asalmonado de la fábrica de conservas de pescados La Gloria, Ventura González y Cía. S. L., Gijón, c. 1955. Litografía Ramiro P. del Río, S. A., Luarca. (Colección particular)



Etiqueta para lata de bonito salmonado de la fábrica de conservas de pescados La Gloria, Ventura González, Gijón, c. 1960. Litografía Viña, Gijón. (Colección particular)



Tapa de lata de filetes de anchoas en aceite puro de oliva La Gloria, Gijón, c. 1950. (Colección particular)



Tapa de lata de productos del Cantábrico La Gloria, Ventura González, Gijón, c. 1960. (Colección particular)



Boceto para cuerpo de lata de bonito en escabeche de la fábrica de conservas y escabeches La Riosellana, Sergio González Fernández, Ribadesella, c. 1944. Metalgráfica Ricardo S. Rochelt, Bilbao. (Archivo Museo del Pescador, Bermeo)



Boceto para cuerpo de lata de la fábrica de conservas, escabeches y salazones La Riosellana, Sergio González Fernández, Ribadesella, c. 1960. Metalgráfica R. P. del Río, Luarca. (Colección particular)

Estuche para lata de filetes de anchoa en tiras La Riosellana, Sergio González Fernández, Ribadesella, c. 1965. Metalgráfica R. P. del Río, Luarca. (Colección particular)



Carta comercial de la fábrica de conservas, escabeches y salazones La Riosellana, Sergio González, Ribadesella, c. 1950. (Colección particular)





Metalgrafía para cuerpo de lata de bonito asalmonado de la fábrica de conservas y salazones La Riosellana, Sergio González Fernández, Ribadesella, c. 1955. Metalgráfica Río, S. A., Luarca. (Colección particular)



Metalgrafía para cuerpo de lata de la fábrica de conservas La Riosellana, Sergio González Fernández, Ribadesella, c. 1960. Metalgráfica R. P. del Río, Luarca. (Colección particular)



Lata de la fábrica de conservas La Riosellana, Sergio González Fernández, Ribadesella, c. 1965. Metalgráfica R. P. del Río, Luarca. (Colección particular)



Metalgrafía para cuerpo de lata de anchoas en salmuera de la fábrica de conservas La Riosellana, Sergio González Fernández, Ribadesella, c. 1960. Metalgráfica R. P. del Río, S. A., Luarca. (Colección particular)



Fotolitos de la fábrica de salazón La Llanisquina, Antonio Maya Conde, Llanes, c. 1970. (Colección particular)



Estuche para lata de aperitivos de anchoa de la fábrica de salazón La Llanisquina, Antonio Maya Conde, Llanes, c. 1965. Metalgráfica R. P. del Río, Luarca. (Colección particular)



ANTONIO RODRÍGUEZ «ANTÓN».
Anuncio para conservas Albo, acuarela
sobre papel, c. 1926. (Centro de Escultura
de Candás. Museo Antón)



Anuncio de conservas Albo Brand, Viuda
de Carlos Albo, fábricas en Santoña,
Candás, La Arena, Coruña, Fuenterrabía y
Vigo, publicado en la revista *Mercurio*, 1921.
(Colección particular)

Boceto para cartel del estuche-merienda
Machín de conservas Albo, c. 1934.
Litografía R. P. del Río, Luarca.
(Colección particular)



Prueba litográfica para papel secante
publicitario de aperitivos de anchoas en
aceite puro de oliva de conservas Albo,
Vigo, c. 1945. Lito Río, Luarca.
(Colección particular)



Papel secante publicitario de aperitivos
de anchoas en aceite puro de oliva de
conservas Albo, Vigo, c. 1945. Lito Río,
Luarca. (Colección particular)



Portada del catálogo de precios de la
fábrica de conservas de pescados Albo,
Vigo, 1935. I. G. Seix Barral Hermanos S.A.,
Barcelona. (Colección Armando Rodríguez)



Portada de un folleto publicitario anunciador de la Playa de Madrid, c. 1934. (Colección particular)



Boceto para cuerpo de lata de anchoas en salmuera de conservas, escabeches y salazones Playa de Lastres, Juan Llera, Lastres, c. 1934. Litografía R. P. del Río, Luarca. (Colección particular)



Lata de conservas, escabeches y salazones Playa de Lastres, Juan Llera, Lastres, c. 1950. Lito Moré, Gijón. (Colección particular)



Lata de bonito en escabeche de la fábrica de escabeches La Reina de los Mares, Cipriano Escobio y Hermano, Gijón, c. 1920. Litografía La Artística, Coruña. (Colección particular)

Etiqueta para tapa de lata de anchoas en salmuera de la fábrica de conservas y escabeches La Reina de los Mares, Cipriano Escobio y Hermano, Gijón, c. 1923. (Atribuida a Litografía Muñiz, Gijón). (Muséu del Pueblu d'Asturies)



Etiqueta para lata de bonito en escabeche de la fábrica de conservas y escabeches La Reina de los Mares, Cipriano Escobio y Hermano, Gijón, Vigo y Algeciras, c. 1925. Litografía Muñiz, Gijón. (Colección particular)



Lata de filetes de caballa en aceite de la fábrica de conservas, escabeches y salazones La Diosa de los Mares, Escobio, S. A., Puerto de La Luz (Gran Canaria), c. 1960. (Colección particular)



Etiqueta para lata de salmón al natural de Conservas Escobio, Gijón, c. 1934. Litografía L. Muñiz, Gijón. (Muséu del Pueblu d'Asturies)



Boceto para cuerpo de lata de anchoas en salazón Liberty, Soc. An. Stefano Viganego fu Ant., Ribadesella, c. 1925. Metalgráfica Ricardo S. Rochelt, Bilbao. (Archivo Museo del Pescador, Bermeo)



Etiqueta para lata de la fábrica de conservas La Perseverancia, José A. Castro, Figueras de Asturias, c. 1905. (Muséu del Pueblu d'Asturies)



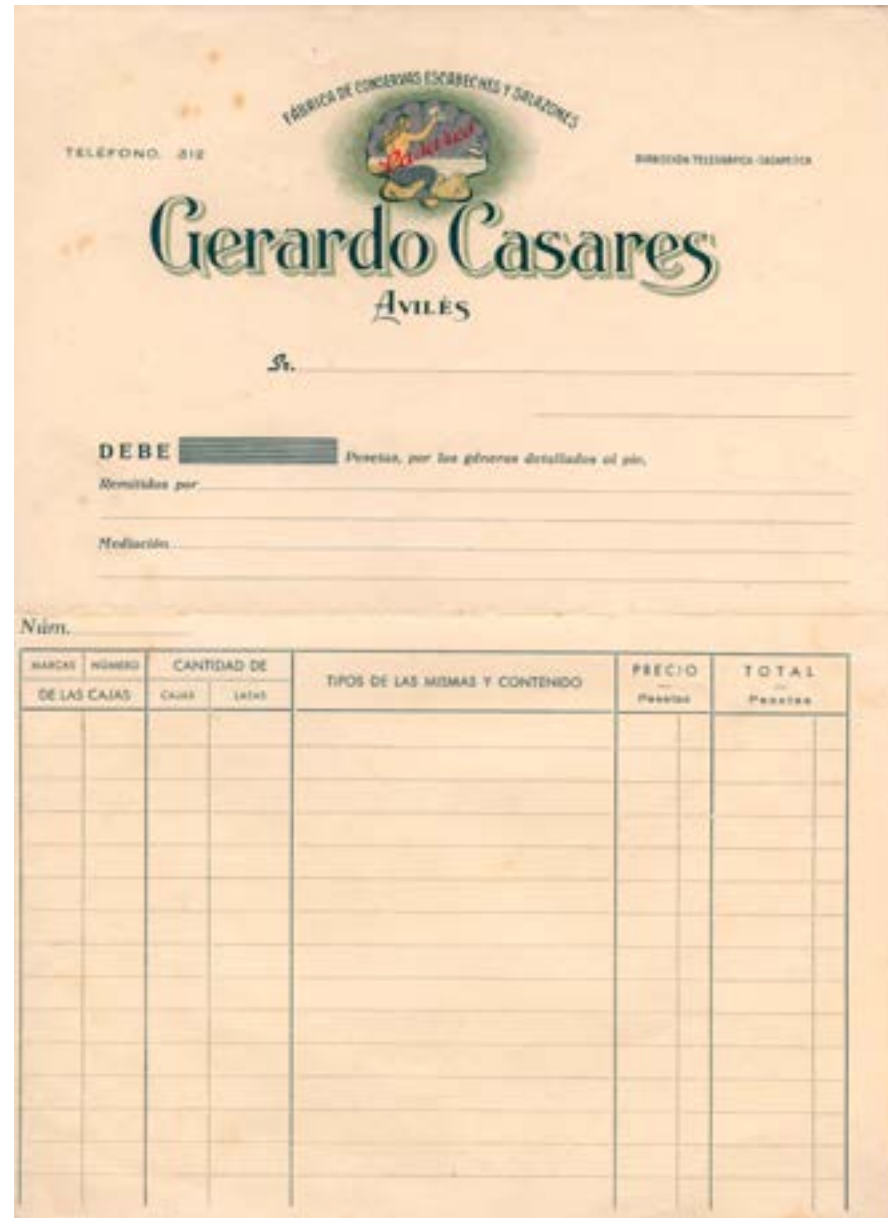
Boceto para tapa de lata de Conservas Casares, Avilés, c. 1960. Metalgráfica R. P. del Río, Luarca. (Colección particular)



Boceto para cuerpo de lata de filetes de anchoa de la fábrica de conservas, escabeches y salazones de Conservas Casares, Avilés, c. 1960. Metalgráfica R. P. del Río, Luarca. (Colección particular)



Boceto para Conservas Casares, c. 1975. Metalgráfica R. P. del Río, Luarca. (Colección particular)



Hoja de factura comercial de la Fábrica
de conservas, escabeches y salazones
Casares, Gerardo Casares, Avilés, c. 1953.
Litografía Viña, Gijón.
(Colección particular)



Lata de conservas Casares, Avilés, 1968.
Metalinas, S. A. (Colección particular)



Metalgrafía para cuerpo de lata de
conservas Gerardo Casares, Avilés,
1968. Metalgráfica R. P. del Río, Luear.
(Colección particular)



Metalgrafía para cuerpo de lata de guiso de pescado especial para empanadas de Conservas Casares, Avilés, c. 1976. Metalgráfica R. P. del Río, Luarca. (Colección particular)



Lata de Pescados del Cantábrico de Conservas Casares, Gerardo Casares, Avilés, 1975. Metalgráfica R. P. del Río, Luarca. (Colección particular)



Lata de guiso de pescado especial para empanadas de Conservas Casares, Avilés, c. 1976. Metalgráfica R. P. del Río, Luarca. (Colección particular)



Etiquetas para latas de salmón al natural y de bonito asalmonado de conservas de pescados «La Trinacria», Baldassare Scola, Ribadesella, c. 1940 y c. 1950. Litografía Viña, Gijón. (Colección particular)



Sobre de correspondencia comercial de conservas y salazón de pescados Baldassare Scola, Ribadesella, c. 1960. (Colección particular)

Estuche para lata de filetes de anchoa en aceite puro de oliva de conservas de pescados "La Trinacria", Baldassare Scola, Ribadesella, c. 1950. Litografía Viña, Gijón, (Colección particular)



Encabezamiento de correspondencia comercial de conservas y salazón de pescados Baldassare Scola, Ribadesella, c. 1960. (Colección particular)



Etiquetas para latas de filetes de anchoas en tiras y de sardinas en aceite puro de oliva Mayón, S. García (Segismundo García / Conservas Albo), Vigo. c. 1945. (Colección particular)



Etiqueta para lata de atún blanco de la marca norteamericana Granadaísa, c. 1950. (Comercializada por las empresas conserveras asturianas Braña y Boggio de Gijón, y Camilo Álvarez de Avilés). Litografía Viña, Gijón. (Colección particular)



Matriz litográfica con grabado para etiqueta de atún blanco de la marca norteamericana Granadaísa, c. 1950. Litografía Viña, Gijón. (Museo Casa Natal de Jovellanos)



Etiqueta para lata de langosta al natural de la fábrica de conservas
Cabo de Peñas, S. A., Luanco, c. 1901. Litografía N. Miralles,
Barcelona. (Colección particular)



Encabezamiento de correspondencia comercial de conservas
Cabo de Peñas, S.A., Luanco, c. 1900. Moré Hermanos y Cía., Gijón.
(Colección particular)



Anuncio de la fábrica de conservas alimenticias, carnes, pescado y aves "La Amistad", Placido López Acevedo, Figueras, publicado en el *Álbum Anunciador* 1893: Asturias (Muséu del Pueblu d'Asturies)

Plantilla de trabajadores y trabajadoras de la fábrica de conservas La Invencible, de Ángel Herrero y Hermanos, Candás, c. 1910. (Colección particular)



Elaboración de filetes de anchoa en la fábrica de conservas Herrero Hermanos, Candás, c. 1928. (Colección particular)



Obreras de la fábrica de conservas Herrero Hermanos, Candás, 1936. Foto Constantino Suárez. (Muséu del Pueblu d'Asturies)

Trabajadores y trabajadoras de la fábrica de conservas Pesquerías Asturianas, Luanco, c. 1930. (Colección particular)



Trabajando bonito en la fábrica de conservas La Luanquina, de Ulpiano Fernández Viña, Luanco, c. 1930. Foto Mori. (Colección Gloria González Álvarez)





Vistas del interior de la fábrica de
conservas Pesquerías Asturianas, Luanco,
c. 1922. Foto Eduardo Bosquets. (Colección
Cuervo Fandos)





«Las obrerillas asturianas en el trabajo de las anchoas en la fábrica de conservas Hijos de Carlos Albo de Candás», fotografía publicada en la revista Norte, 1932. (Muséu del Pueblu d'Asturies)

Cebando las latas de conserva con aceite antes de proceder a su cierre en la fábrica de conservas Albo de Candás, agosto 1925. (Colección particular)



Cromo impreso en huecogrado del álbum *Cultura Montañesa*, editado en 1933 por el diario santanderino «La Voz de Cantabria», en el que se reproduce la fotografía del interior de conservas Albo. (Colección particular)





Cromos impresos en huecogrado del álbum editado en 1933, *Las Bellezas de Asturias*, que reproducen varias imágenes del trabajo realizado en la fábrica de conservas Hijos de Carlos Albo de Candás. (Colección particular)

Trabajadores y trabajadoras en la nave de fabricación de envases de hojalata de la fábrica de conservas Albo de Candás, abril 1957. (Colección Armando Rodríguez)



Plantilla de mujeres trabajadoras de la fábrica de conservas Albo de San Juan de la Arena, c. 1960. Foto Pérez. (Colección particular)





Mujeres trabajando la anchoa en salazón en la fábrica de conservas Bravo, de Manuel Albuerne Bravo, San Juan de la Arena, fotografía publicada en la revista *Norte*, 1932. (Muséu del Pueblu d'Asturies)



Grupo de trabajadores y trabajadoras de la fábrica de conservas Perán S. L., Perlora (Carreño), c. 1948-1950. Foto Reija. (Colección Armando Rodríguez)

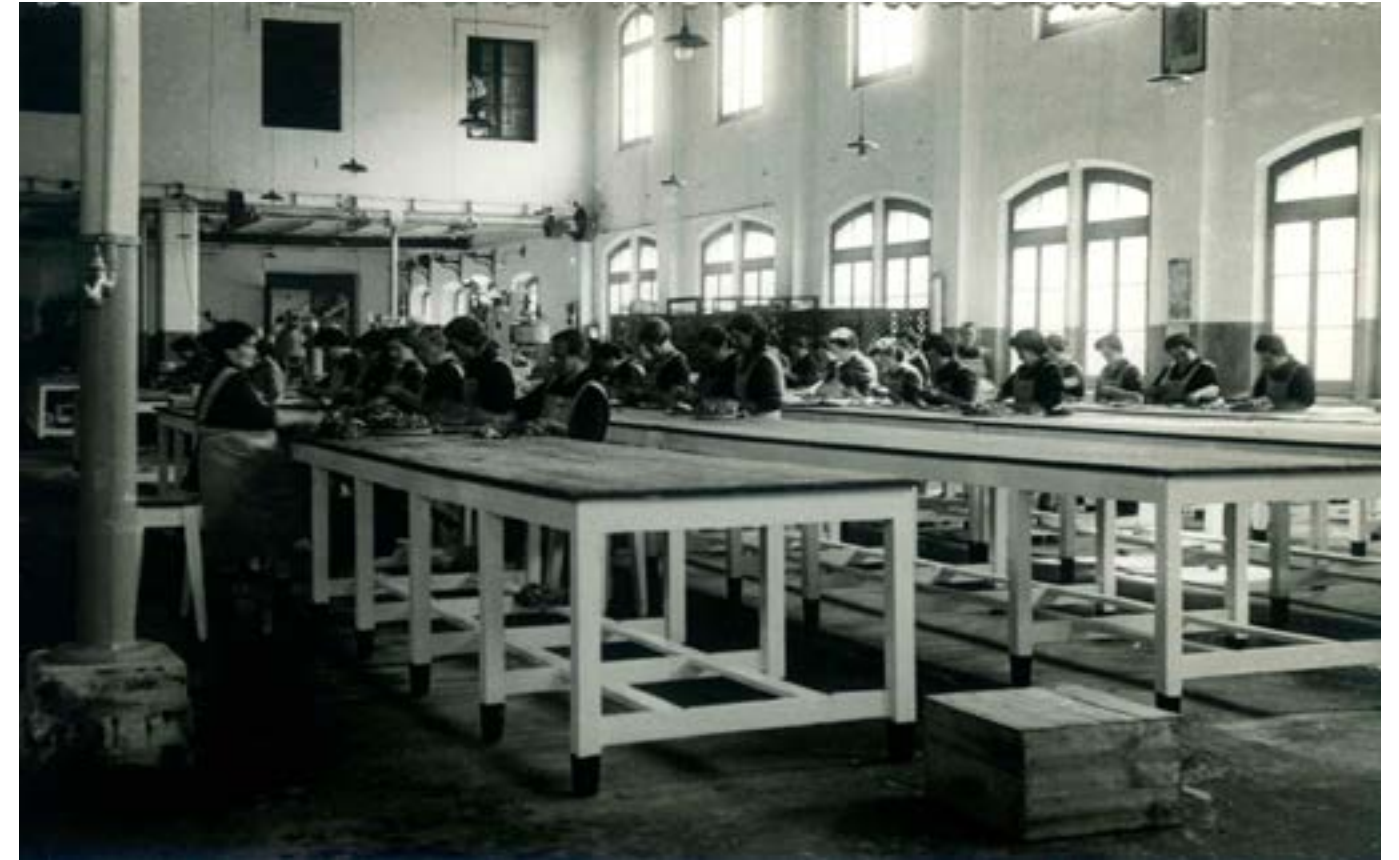


Trabajadores y trabajadoras de la fábrica de conservas de pescado y salazones Pedro J. Portanet de Candás, agosto 1954. (Colección particular)



Proceso de elaboración de filetes de anchoas en aceite de oliva en la fábrica de conservas y salazones Pedro J. Portanet de Candás, abril 1958.
Foto Díaz. (Colección particular)







Matriz litográfica con grabado para encabezamiento de correspondencia comercial de las fábricas de conservas alimenticias La Firmeza Asturiana, Dolores Bravo, Hijo, Avilés, c. 1960. Litografía Viña, Gijón. (Museo Casa Natal de Jovellanos)



Encabezamiento de correspondencia comercial de las fábricas de conservas alimenticias La Firmeza Asturiana, Dolores Bravo, Hijo, Avilés, c. 1960. Litografía Viña, Gijón. (Colección particular)



Cheque bancario de la firma conservera La Firmeza Asturiana, Dolores Bravo, Hijo, Avilés, c. 1960. Litografía Viña, Gijón. (Colección particular)

Xixón | Cultura
y Educación