IDENTIFICADOR	https://pacifista.tv/notas/pielroja-deja-produccion/
FECHA ORIGINAL	1 de agosto de 2019 (publicación original en el archivo)
AUTORÍA / FIRMA	¡PACIFISTA! (firma institucional)
CLASIFICACIÓN	/notas/ · Nota · Leer
HUELLA SHA-1	**210f194a4417c4ea** — huella del cuerpo archivado, calculada el 29 de septiembre de 2026. No acredita el estado de la página en su publicación original.
DESCRIPTORES	Cigarrillo · Colombia · Divergentes · Indio · Peche · Piel Roja · Pielroja
ILUSTRACIÓN	4 figuras incrustadas; 1 elemento no reproducible en papel

NOTA

Requiem por el Pielroja

Por **¡PACIFISTA!** · Publicado originalmente el **1 de agosto de 2019** en *¡PACIFISTA!*

Tan colombiano como el café es el cigarrillo Pielroja. Coltabaco cerró su última planta y el adiós del indio parece dejar impregnado, con humos de duelo, el aire nacional.

> ***Por: Manuela Saldarriaga***
>
> *Aspiro este cigarrillo Pielroja y siento que me estoy fumando a mi patria.*
>
> *Fernando González*

Gandhi sale de prisión, Miguel de Unamuno es desterrado de Islas Canarias y Adolfo Hitler cumple 35 años. Es 1924. Mientras esto ocurre en el mundo, en Colombia muere a sus 26 años el ensayista Luis Tejada por tuberculosis. Bogotá inaugura el Teatro Faenza y en Barranquilla pasea, después de una vida sin volver, el escritor José María Vargas Vila. Se agota el mismo año en librerías la primera edición de *La Vorágine* de José Eustasio Rivera y en Medellín, donde desde 1919 tiene su gran factoría la Compañía Colombiana de Tabaco S.A., ve la luz un cigarro ovalado, dulce y negro llamado Pielroja.

Hoy Pielroja se esfuma. Tras un siglo al aire, Coltabaco cierra su última planta. Una decisión que obedece al aumento progresivo del impuesto al consumo de tabaco y, como detallan fuentes, porque a la Philip Morris International (PMI) –que adquirió en 2005 la empresa tabacalera colombiana–, le interesaría buscar mano de obra más barata, en un lugar incluso con menores índices de contrabando.

Esta historia, sobre un tabaco bien costumbrista, la acompañan obras del artista Guillermo Vélez Mejía, conocido como Memo Vélez, fumador de Pielroja hasta la muerte y fundador del Centro Cultural Patafísico de Filandia, Quindío.



Cacique Pielroja – Memo Vélez

Cuando se habla de productos de exportación colombianos, lo primero que se le viene a la memoria a muchos es el café. Pero contrario a lo que se piensa, como explica la historiadora y periodista Ana

María Otero-Cleves, el primer producto de exportación que le da estabilidad económica y política al país es el tabaco que, junto al oro y la quina, así como con los sombreros de paja, empezó a expandir las fronteras comerciales. Ya para la segunda mitad del siglo XVIII, desde esclavos hasta poderosos consumían tabaco humo en Colombia.

La planta ancestral y sagrada que se aspiraba, lamía y todavía se fuma, permitió en 1850 el surgimiento de un buen período nacional de raizales. El cultivo produjo beneficios en ciertas zonas como Ambalema y Honda (Tolima), principalmente, cuando ya había pasado en provincias como Vélez y Socorro. También sembrado en otros pueblos a orillas del Río Magdalena y demás regiones de cultivo como las provincias de Antioquia, Cauca y Mompox.

Como cuenta Otero, a quien le interesa el impacto social y cultural del consumo de bienes europeos en Colombia en el siglo XIX, el tabaco también estimuló el transporte a vapor, mismo que mejoró ostensiblemente porque requerían mejores barcos para la exportación del producto. Veinte años más tarde, en 1870, es cuando el café revienta.

Pero no solo generó importantes relaciones globales a finales de aquel siglo; en el libro *Historia medicinal de las cosas que se traen de nuestras Indias Occidentales*, del siglo XVI, médicos y botánicos españoles dejaron en evidencia el asombro absoluto que capturó en ellos la herbácea originaria del altiplano andino, que se extendió por todo el continente, y que estaba siendo descrita como elixir medicinal (indígena), a pesar de que ahora se asocia por poco con veneno.

****

En el siglo XX, Pielroja acaba en Colombia con otro cigarrillo que se denominaba 114, que era tabaco envuelto sobre sí mismo y que la gente le debía incluso conseguir una especie de aparato para humedecerlo, para que no se secara, se cuarteara y se partiera la hoja que lo envolvía, tal como lo relata la historiadora y filósofa Claudia Avendaño: “Mientras en el mundo inglés y británico el aparato que servía para secar tabaco era un humidor o humidificador; en Colombia la gente era bastante pobre y guardaba el tabaco en la cocina cerca de, por ejemplo, las ollas humeantes, creando una azotea en la parte de arriba para que el tabaco, que estaba en medio del vapor de lo que se estaba cocinando, mantuviera su hoja a temperatura”.

El cuero del Pielroja tenía una característica distinta: el tabaco venía envuelto en papel de arroz, como detallan algunos, y dejaba un dulzón en los labios al contacto con la saliva. Otros creen que era marinado en vino.

Luego de que en 1923 Coltabaco le pidiera a Ricardo Rendón, destacado de su época, suicida, inconforme y artista, una propuesta de diseño con su técnica en caricatura para su nuevo producto, aparece lo que ahora es contundente: propone la imagen de un indio con un penacho de once plumas, a dos tintas, tan reconocible en la pictórica colombiana como su majestad EL REY que aparece en cajas de fósforos, condimentos y del jabón del mismo nombre que sirve, entre otras, para entiesar la cresta de punks nacionales. En 1924, antes de lanzar el producto, abren concurso y participa M. A. R., seudónimo de Miguel Ángel del Río, quien propone el mismo nombre y un indio semejante. No cupo duda para Coltabaco de que estaba lanzando flechas.

“Empieza a existir esa unión entre artes y oficios que es muy provechosa. Muchas de las campañas publicitarias vienen pre hechas y en Colombia se adaptan, no se crean. Por eso, las de los años veinte y treinta en el país, son inserción. Más adelante, a finales de siglo, hay agencias de publicidad más establecidas y aparecen dibujantes con marca de autor. Pero Rendón tenía gestos muy llamativos en su pintura, tanto que hacen que su indio por detalles en la nariz y en la silueta, no se le pueda reconocer a nadie más que no sea a él. Es una pieza POP porque es reproducible, pero inimitable”, explica el artista y crítico Lucas Ospina.

De hecho, en los años veinte, con el cine mudo y los relatos traducidos para Suramérica, se asocia al indio con el tabaco, porque es aquel que arma su pipa de arcilla, o lo mastica, y es lo exótico en ese entonces. Hoy, vale decir, este tipo representaciones de los indígenas nativos norteamericanos es considerada en ciertos casos caricaturesca y hasta racista.

Avendaño cree que lo más probable sobre el interés por el indio, así como con el posterior por los vaqueros, tenga que ver con la frecuencia con la que empezaron a aparecer relatos del lejano oeste.

“Los navajo, los osage, los cherokee tenían el tabaco como ritual para consumo y ritual para asuntos mágico-religiosos. Los nativos americanos del norte consumían mucho más que los indígenas nativos de América del Sur, porque en las poblaciones del norte hombres y mujeres fumaban y, en América del Sur, el tabaco estaba delimitado casi que para hombres, y hombres mayores. De México

hacia arriba las mujeres fumaban. Con ellos nace la idea y la reproducción de la pipa de la paz, de un círculo de indios sentados pasándose el tabaco, de las mujeres soplando el humo sobre los enfermos, de una anciana con trenzas cenizas en comunicación con otros a través del tabaco", explica Avendaño, y agrega que fue así como del indio pasaron al vaquero, del vaquero pasaron al soldado y del soldado a otra idea de hombre.

Por eso, como reza el santo y seña para encender al derecho un 'peche', del latín *pectus – pectoris*, y del viejo dicho "rompe pechos", porque era tabaco negro, no rubio, y sin químicos: *el indio prefiere morir quemado que por la boca del enemigo*. Un santo y seña en contra de la hispanización del indígena o del amerindio.

> [Imagen no incrustada: imagen del archivo]

Colillero Pielroja (2009) – Memo Vélez

Tan contundente fue la imagen que diez años más tarde de estrenarla, en 1934, salió un almanaque Pielroja estimulando el consumo femenino de cigarrillo, con fotografías de mujeres que imantaban a todas las clases sociales con un ideal de glamour y valor en la modernidad. También con desprendibles de papel que contenían el detalle de un hecho histórico o del día en que, por el santoral católico, era la festividad de uno de ellos en el cielo. Un objeto que reposó en paredes de tapia y todavía, pirata, sobresale en cocinas de jóvenes hipsters que valoran la estética *vintage*.

Rendón, el mismo que había pertenecido a Los Panidas, poetas inquietos, lectores de todo lo que la iglesia y el gobierno prohibía (entre ellos León de Greiff y Fernando González), es recordado por el artista Lucas Ospina como alguien capaz de inventar una marca horizontal. Pone como ejemplo paralelo el billete de menor valoración, el de mil pesos con el rostro de Gaitán, y es así como el cigarrillo Pielroja, el más económico durante casi 80 años, eleva una imagen popular conjugando varios denominadores. Con una identidad muy distinta al cigarrillo del siglo XIX, como asegura Otero, el Pielroja incluyó a las mujeres y se promocionó como buen tabaco, como uno menos nocivo, y así como apuntaba a la gente de élite y de prestigio, también a quien añorando la civilización, la refinación, se anclaba al campesino, al pasado, a la tierra, a lo aborigen.

León de Greiff, dicho sea de paso, fumaba en su pipa tabaco Pielroja. Cuenta Avendaño que muchos han dicho que los fumadores de pipa no aspiran el tabaco, y que de Greiff lo hacía, pero no es comprobado: “Es muy probable que lo haya hecho, porque en épocas de crisis y especialmente de guerra, donde el que fumaba pipa, fumaba picadura de tabaco aromatizada de afuera, especialmente de Inglaterra y Reino Unido –aunque no producían el tabaco sino que lo compraban y luego lo vendían aromatizado al mundo–, dejó de llegar picadura a Colombia. Y Colombia se demoró mucho tiempo en producirla por lo que el Pielroja era realmente un excelente tabaco para ese propósito”.

***

En los cincuenta, por petición de Coltabaco, la imagen es retocada por el artista José Posada. Lo único que hace es suprimir una pluma del penacho del indio y modificar la caligrafía de Rendón. Aunque, de acuerdo con Ospina, si bien la idea de mercadear una imagen con el indio proviene de otras fuentes pictóricas, “no es algo inusual, ni fortuito, si está sumado a la necesidad de la época por construir una nacionalidad donde se quiere algo de la estirpe española, pero con cierta condescendencia ilustrada. El deseo de una identidad afín con los mitos y leyendas fundacionales, incluso como aquellos que se relataban con orgullo como el de Bochica y otros”.

Cuando empiezan a aparecer los cigarrillos con filtro, el Pielroja se va a mantener sin filtro mucho tiempo. Después sacarían Pielroja con filtro, pero los fumadores de este tabaco no lo aceptaron. Dice Avendaño que la gente empezó a caracterizarse por fumar cigarrillos que llegaban de Estados Unidos y de Europa e, incluso, “era como romper con esa idea de que el fumador de tabaco un burdo que se mantenía con la boca llena de colillas” y en cambio tenía un valor, sobre todo, viril.

De manera que había otras tres marcas que, como el Pielroja, estaban asociadas con soldados tanto en la Primera Guerra Mundial como en la Segunda. Eran el Lucky Strike —que como recuerdan las fuentes era el cigarrillo que fumaban los marihuaneros—, el Camel y los Gauloises, de Francia, un tabaco negro sin filtro que lo fumaban franceses de la resistencia amparados en el sentido de la osadía y del heroísmo.



Autorretrato Pielroja (2003) – Memo Vélez

El Pielroja trató de mantener su estilo, era el cigarrillo que fumaban los soldados de la patria, el que fumaba la gente joven, mujeres y también quienes por lo general hacían guardia y vigilancia solitaria y nocturna.

Pero el periodista e historiador Reinaldo Spitaletta recuerda que a mediados de los cincuenta, el cuero de esos cigarrillos que venían en su característico paquete de celofán, servía para armar tabacos de marihuana por su calidad y, más allá de anécdotas semejantes, la marca evocaba para algunos la lucha del líder Pielroja norteamericano de Seattle, cuando en 1854 dirige una carta el

Presidente de los Estados Unidos que les había hecho una oferta para comprarles territorios, y la respuesta resultó profética sobre los usos de la tierra en América (*Ustedes son extranjeros que llegan por la noche a usurpar de la tierra lo que necesitan. No tratan a la tierra como hermana sino como enemiga. Ustedes reconquistan territorios y luego los abandonan, dejando ahí sus muertos sin que les importe nada)* y fueron pioneros de movimientos ecologistas y naturalistas, como el caso del poeta Walt Whitman.

A medida que los cigarrillos empezaron a tener más cantidad de suavizantes, de químicos para producir olores, para hacerlos más dulces, junto con esto la llegada de filtros, los tabacos empezaran a ser mucho más costosos en Colombia, pero el Pielroja inmune.

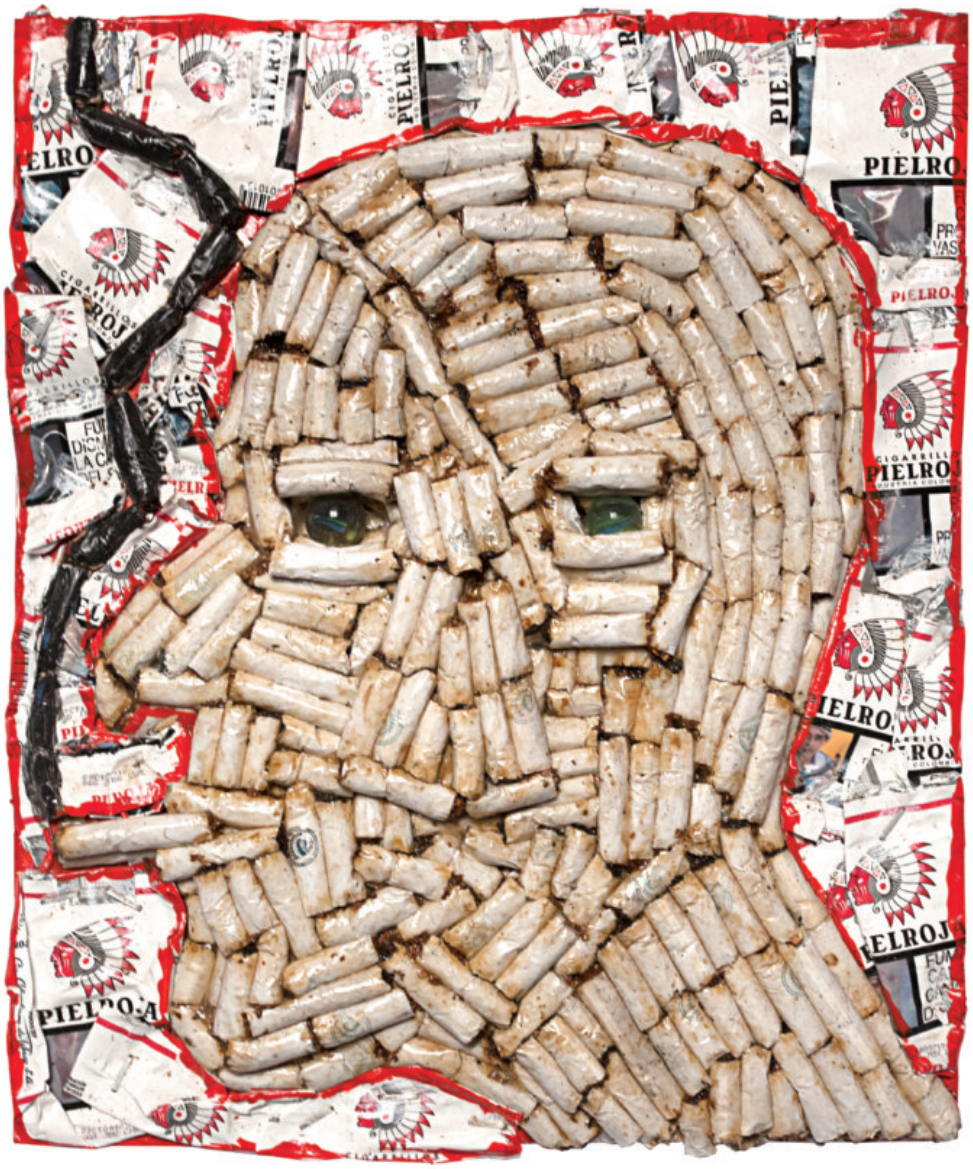
En la década de los sesenta, por alejarse de los oligarcas, como relata la filósofa, mucha gente empezó a tener ciertas costumbres asociadas con el campo y andaba con sandalias tres puntadas de cuero sin curar, tomaba café de olla –con aguapanela– y, para demostrar que no estaban del otro lado, a pesar de estudiar en la universidad, de estar en la ciudad o hacer parte de eventos políticos, fumaban cigarrillo Pielroja y así admitían el gusto por el pueblo.

***

Indio eres y en humo te convertirás, como dice Spitaletta. Y es que al Pielroja se le asocia también con los recogedores de café –y con otra cantidad de cosechas– porque, primero, como relata Avendaño, era un cigarrillo nacional que se podía conseguir en todo el territorio, y de hecho muchos santandereanos que trabajaban recogiendo cacao no consumían cigarrillo santandereano porque era mucho más fácil para ellos conseguir un peche, otra razón adicional para que fuera el cigarrillo que identificaba al campesinado. Muchas mujeres no fumaban, pero fumaban en la noche como una manera de espantar a los mosquitos.

En regiones profundas se masticaba el tabaco y se consumía constantemente. La filósofa recuerda que Alberto Aguirre, periodista, escritor y crítico paisa que fumaba Pielroja, escribió cómo el tabaco fue utilizado por los recolectores en las cosechas con la idea de que fuera repelente. “Y cómo algunos agrónomos empezaron a pedirle a la gente que depositara las colillas en canecas con agua porque ese tabaco sin filtro, al diluirse, hacía una mezcla estupenda para echarle a las plantas como pesticida natural”. Acaba con el pulgón, palomillas, chapolas y demás. “Al fin y al cabo el tabaco es

un tóxico”.



Esperando el tino (2015) – Memo Vélez

A propósito, Aguirre recibía “noticias en el reverso de un paquete vacío de Pielroja” de Gonzalo Arango, quien también fumaba el mismo tabaco, con pensamientos como este: *He visto a un hombre que sacaba basuras y cartones de un tarro; lo que yo escribí no soluciona nada, yo mismo no me soluciono, entonces que sigan los artistas con sus banderas puras de ángeles y que no las dejen descender a la tierra porque se van a ensuciar*.

Spitaletta recuerda la política que quiebra a Coltabaco y a otras tabacaleras de Colombia como la de Santander. Tiene que ver con el gobierno de César Gaviria, cuando ocurre la apertura económica y

se acaban muchas industrias nacionales. Es cuando entran, más adelante, trasnacionales como la Philip Morris International (PMI) y otras de diversa producción que absorben la industria nacional sin clemencia.

Hace por lo menos seis o siete años, parte de la producción de Pielroja no se quedaba en Colombia. Era muy difícil encontrarlo, como cuenta Avendaño. Y un porcentaje muy alto estaba destinando a Europa del Este en donde era un éxito el cigarrillo. Se producía en los últimos años más para el exterior que para el consumo nacional.

El impuesto al consumo que Duque aumentó con la Ley de Financiamiento en un 15 %, llegó a 25 % con respecto al gobierno Santos en 2016, que era de un 10 %, y esto desembocó en un cierre total de la Compañía. Despidieron a cerca de 900 trabajadores y ahora dirigen sus esfuerzos al consumo de los vaporizadores.

Dentro de los que pagaron un porcentaje altísimo para que se produjera publicidad advirtiendo que el tabaco era nocivo para la salud, estuvieron las mismas tabacaleras. A finales del siglo pasado empezaron a recibir demandas y en medio de una especie de giro cultural inclinado por el cuidado del cuerpo, a lo obsesión por lo sano, hizo que la prohibición resultara más atractiva. Cuando sucede, aumenta el número de fumadores que se estaba perdiendo.

El Pielroja no se publicita desde hace diez años, en 2009, cuando con la Ley 1335 quedó prohibida la propaganda de empresas tabacaleras. En ese mismo año, la Compañía Colombiana de Tabaco S.A. dejó de emitir el famoso almanaque.

La cacería de brujas es hoy cacería de indios. Desde el siglo XIX, según Otero, la producción de tabaco a gran escala disminuye en Colombia porque no es el de mejor calidad, y además la plantación secaba la tierra en algunos climas. Mantenerlo se fue convirtiendo de a poco en un proceso difícil. En las cifras de exportación de la época, se nota que se empieza a estabilizar la economía y, como dice la historiadora, hablar de exportación también implica hablar de importación —que termina teniendo otros impactos—. “El mayor consumidor de bienes importados en el siglo XIX es el campesino, no la élite: textiles, por ejemplo, los campesinos importaban telas. La mayoría era para vestir al pueblo y el tabaco también abre el mercado para que entren muchos

productos que van a cambiar las maneras de consumo colombianas”.



Fumando espero (2004) – Memo Vélez

En el siglo XIX, la publicidad de cigarrillos la representaban médicos. Y tenían en la cajetilla el retrato de un doctor recomendando el consumo como bueno y saludable. Eran medicinales, pero no iba a un sector social distinto, sino a todos los sectores: incluyendo intelectuales para el siglo siguiente. Pielroja le pega a algo que la publicidad ignoraba anteriormente: al placer.

Este texto fue publicado originalmente en Cerosetenta. Para ver la publicación, haga clic aquí.

CÓMO CITAR ESTE DOCUMENTO

FORMATO APA 7ª EDICIÓN

¡PACIFISTA! (2019, 1 de agosto). Requiem por el Pielroja. ¡PACIFISTA!. https://pacifista.tv/notas/pielroja-deja-produccion/

FORMATO CHICAGO (NOTAS Y BIBLIOGRAFÍA)

¡PACIFISTA!. «Requiem por el Pielroja». ¡PACIFISTA!, 1 de agosto de 2019. https://pacifista.tv/notas/pielroja-deja-produccion/

FORMATO MLA 9ª EDICIÓN

¡PACIFISTA!. "Requiem por el Pielroja". ¡PACIFISTA!, 1 de agosto de 2019, https://pacifista.tv/notas/pielroja-deja-produccion/.

ACCESO ABIERTO

Derechos de ¡PACIFISTA! y de sus autores. Archivo histórico de consulta pública. Documento generado por el Centro de Memoria de ¡PACIFISTA! a partir de la pieza conservada en su archivo histórico. Se distribuye para consulta, citación, estudio e investigación. Verifique siempre la versión en línea, que es la fuente autorizada.