



VNIVERSITATIS VALÈNCIA

Departament d'Història de la Ciència i Documentació

Estudis Històrics i Socials sobre Ciència, Medicina i Comunicació Científica

TESIS DOCTORAL

“La publicidad sanitaria y farmacéutica en la prensa diaria valenciana: *El Mercantil Valenciano* y *Las Provincias*, 1886”.

Presentada por:

José Merita de Lujan

Dirigida por:

Prof. Dra. Pilar Carla Aguirre Marco.

Prof.Dr. Antonio Laguna Platero.

Valencia, julio 2016

Dra. Pilar Carla Aguirre Marco, Profesora Titular de Historia de la Ciencia de la Universitat de València.

Y

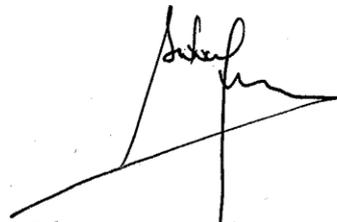
Dr. Antonio Laguna Platero, Profesor Titular de Historia del Periodismo de la Universidad de Castilla la Mancha.

CERTIFICAN: Que bajo su dirección D. José Merita Lujan ha realizado el trabajo "La publicidad sanitaria y farmacéutica en la prensa diaria valenciana: *El Mercantil Valenciano* y *Las Provincias*, 1886".

y para que conste a los efectos legales oportunos firman la presente en Valencia a 28 de julio de 2016.



Fdo.: Pilar Carla Aguirre Marco



Fdo.: Antonio Laguna Platero

Agradecimientos

Este trabajo que se presenta como Tesis Doctoral ha sido realizado en el Departamento de Historia de la Ciencia y Documentación de la Universidad de Valencia. Deseo expresar mi más sincero agradecimiento al profesor Dr. Juan A. Micó Navarro, mi primer contacto con el departamento. Al profesor Dr. José María López Piñero (†) un personaje fascinante. A la profesora Dra. Carla P. Aguirre Marco que ha dirigido esta aventura investigadora junto al profesor Dr. Antonio Laguna Platero del Departamento de Periodismo de la Universidad de Castilla la Mancha.

Quiero expresar mi agradecimiento al personal bibliotecario del Departamento de Historia de la Ciencia y Documentación, de la Biblioteca Valenciana y de la Biblioteca Histórica de la Universidad de Valencia, con un recuerdo especial para Mari Cruz Cabezas Sánchez-Albornoz.(†)

También se lo dedico a toda una serie de farmacéuticos que con su dedicación a la oficina de farmacia, han reservado una parte de su tiempo a la historia de su profesión. Un recuerdo in memoriam a Carlos Pau desde Segorbe (Castellón), Pedro Vernia desde Burriana (Castellón), Ramón Jordi González, desde Barcelona y Pedro Malo García desde Madrid. Un recuerdo especial para los dos últimos, cuya aventura tuvo de cierto paralelismo con la nuestra. Un interés por el periodismo, las oficinas de farmacia pequeñas y en el caso de Pedro Malo, una tesis doctoral a una edad tardía. En los años universitarios comencé las actividades comunicativas, escribiendo artículos y realizando las fotografías de una revista estudiantil llamada “El Culebro”, y la creación de un laboratorio de fotografía en la facultad de Farmacia. Este trabajo de investigación no ha contado con ninguna ayuda pública, por tanto agradecer de manera total el apoyo de mi mujer e hijos que han soportado mis papeles.

Abreviaturas

AC: Anuncio con continuidad es cuando en una inserción publicitaria se produce algún cambio en su configuración.

Bailly-Bailliere : Anuario del comercio, de industria, de la administración y la magistratura. 1886.

BOPII : Boletín Oficial Propiedad Intelectual e Industrial.

BSAHCFC : Butlletí de la Societat d'Amics de la Historia de la Ciència Farmacèutica Catalana.

Cod : Codex medicamentarius gallicus.

DTCM : DICCIONARIO *terminológico de Ciencias Médicas*. (1977), 11ª ed. Barcelona, Editorial Salvat.

EHE : CARRERAS, A.; TAFUNELL, X.coord... (2005). *Estadísticas Históricas de España: siglo XIX-XX*. 2ªed., 3 volúmenes Bilbao, Fundación BBVA.

EMV : periódico *El Mercantil Valenciano*.

FE : Farmacopea Española.

INDICADOR : INDICADOR *General de Valencia año I*, (1888), Valencia, Federico Doménech editor.

LP : periódico *Las Provincias*.

OEPM : Oficina Española de Patentes y Marcas.

RAE 21ed. : DICCIONARIO *de la Lengua Española*. (1992) 21ª ed., 2vols Madrid, Real Academia Española.

Roldán : ROLDÁN GUERRERO, R. Diccionario Biográfico y Bibliográfico de Autores Farmacéuticos Españoles. 4 tomos. Madrid, IMPHOE, 1959-1976.

RSCHF: Revista de la Societat Catalana d'Història de la Farmàcia.

SUMARIO

INTRODUCCIÓN	9
Justificación de la investigación	10
Planteamiento del problema	11
La sanidad en España y Valencia a final del siglo XIX con especial referencia a la Farmacia	16
La prensa diaria y la publicidad en España en la segunda mitad del Siglo XIX	30
· El mercado periodístico en la década de 1880	35
· Características de los anuncios	37
· Difusión y ámbito de influencia	43
· Agencias de publicidad	52
Objetivos	65
Material y métodos	67
Las fuentes: Historia de las dos cabeceras	69
Estructura informativa de las dos cabeceras	75
Criterios para la realización del trabajo	93
INVENTARIOS	97
Inventario de Productos en EMV	99
Inventario de Productos en LP	177
Inventario de Ocupaciones y Profesiones Sanitarias en EMV	293
Inventario de Ocupaciones y Profesiones Sanitarias en LP	324
Inventario de Aguas, Baños y Balnearios en EMV	354
Inventario de Aguas Baños y Balnearios en LP	366

ANÁLISIS PUBLICIDAD	395
La publicidad de productos en EMV. Estadística descriptiva	396
Estudio de la relación Título / Producto en EMV	397
Estudio de la publicidad y los lugares de venta en EMV	404
· Productos Locales / Venta Local	406
· Productos Nacionales / Venta Local	416
· Productos Extranjeros / Venta Local	422
La publicidad de productos en LP. Estadística descriptiva	434
Estudio de la relación Título /Producto en LP	434
Estudio de la publicidad y lugares de venta en LP	440
· Productos Locales / Venta Local	443
· Productos Nacionales / Venta Local	445
· Productos Extranjeros / Venta Local	450
La publicidad de productos en EMV y LP	459
La publicidad de Ocupaciones y Profesiones en EMV y LP	466
La publicidad de Aguas, Baños y Balnearios en EMV y LP	478
RESULTADOS	487
CONCLUSIONES	497
BIBLIOGRAFÍA	503
APÉNDICE DOCUMENTAL	517

INTRODUCCION

Nuestro trabajo se inserta en una de las líneas de investigación que desde hace casi medio siglo desarrolla el Departamento de Historia de la Ciencia y Documentación de la Universidad de Valencia, la dedicada al estudio de la medicina y la ciencia en la sociedad española del siglo XIX y su tránsito al siglo XX. La sociedad valenciana ha constituido en sí misma un foco central de ésta y otras investigaciones colectivas. Fundada especialmente sobre los documentos y las publicaciones especializadas, periódicas o no, sin obviar las fuentes materiales e iconográficas, viene utilizando las técnicas clásicas y las así llamadas nuevas técnicas de la historia de la ciencia, las sociométricas (López Piñero 1975).

En su momento, de forma pionera, decidimos recurrir a la prensa diaria como fuente exclusiva de información y, dada nuestra profesión, incluir la farmacia con la sanidad como objeto de estudio. La ingente cantidad y diversidad información vaciada sistemáticamente de dos periódicos valencianos a lo largo de un solo año, nos llevó finalmente a consagrar la investigación a la publicidad.

Justificación de la investigación

Tras acabar la licenciatura de Farmacia no pude iniciar la tesina de licenciatura porque “la dedicación exclusiva al quehacer farmacéutico era incompatible con la investigación” según dijo quien iba a dirigirla. Mi andadura “boticaria” se combinó con otras de mis dos ocupaciones: la fotografía y el periodismo. En un momento dado, la creación de una Escuela de Fotografía e Imagen, donde acabé como director y abría la puerta de la docencia, se hacía necesaria la realización de una tesis doctoral.

La elección no tuvo dudas, el Departamento de Historia de la Ciencia y Documentación donde integrar mis intereses por la ciencia y la historia. Por eso el tema de la tesis ha versado sobre áreas donde poseía conocimiento y vocación: Farmacia y Comunicación. Al finalizar los cursos de doctorado se produjo el inesperado cierre de la Escuela de Fotografía (1994). El trabajo de investigación se quedó alojado en la nube del desconsuelo.

Con la llegada de la crisis económica y los impagos a las farmacias, dejé de atender la oficina de farmacia. Decido acabar una tarea inconclusa, espero que el desarrollo de este trabajo de investigación cumpla sus objetivos iniciales porque la travesía ha sido procelosa. Como “voluntario” de la investigación también he perseguido que ésta pueda resultar de interés al colectivo sanitario. El empeño se ha nutrido de algo tan intangible como el amor a la Farmacia y a la Historia.

Planteamiento del problema

El recurso a la prensa diaria como fuente de la historia de la medicina y la ciencia tiene en España una dilatada pero irregular tradición. Recientemente se viene utilizando combinada con otras fuentes y también como fuente exclusiva para estudios históricos de envergadura que centran la mirada en la sociedad y sus relaciones con la salud, la enfermedad, la ciencia y los profesionales sanitarios.

Entre los primeros destacan los de Porras Gallo a partir del de 1994 sobre la epidemia de gripa de 1918 en Madrid. El uso combinado de este tipo de fuentes se ha hecho ya habitual, por ejemplo, en los proyectos encabezados por Rosa Ballester desde 2006 con la propia Isabel Porras (2007) y con MJ Báguena (2007a y 2007b) sobre enfermedades infecciosas infantiles, También los más recientes de JL Fresquet, sobre la segunda etapa del Instituto Médico Valenciano (2016, en prensa) o sobre la compleja figura del médico valenciano Faustino Barberá (1850-1924) (2016, en prensa), combinan escritos médicos especializados con la prensa de información general, a lo que se añade el cuidado de la incorporación de la iconografía pertinente.

Entre los segundos, y dentro de la línea del Departamento de Historia de la Ciencia y Documentación de la Universidad de Valencia, podemos citar el de Thomas Glick (1976) como temprano ejemplo de estudio de controversias médicas contemporáneas en la prensa de información general, la endocrinología entre la clínica y la fisiología mediados el siglo XX. También las tesinas de Gimeno Soro (1986) utilizando el *Diario de Valencia* y de Ribes Cuenca (1986) con el *Diario Mercantil de Valencia* . El de Vicente

Salavert et al. (2000) fue el primero en mediar la presencia de información científica en la prensa diaria. Abarcaba las informaciones de un año completo, 1898, en *El Mercantil Valenciano* y el Almanaque de *Las Provincias*, las mismas cabeceras que constituyen la fuente de nuestro trabajo. El peso de las informaciones médicas destacaba notablemente sobre el resto en concordancia con los estudios internacionales de esa clase. Más recientes son los que han resultado del proyecto encabezado por JL Fresquet (2008-2012) dedicado a la imagen de la medicina en la prensa, a través de dos diarios, *El Imparcial* y *Las Provincias* entre 1898 y 1930. Comenzando con la presentación del proyecto y las posibilidades que abría la organización de los materiales que arrojaba (Fresquet; Micó, 2012) y ejemplificarlo en un caso particular (Aguirre, 2012), se ha publicado también la cuantificación y tipificación de los materiales de uno de los periódicos (Fresquet, 2011a) se han realizado estudios monográficos sobre la última epidemia europea de peste, la de Oporto (Aguirre; Fresquet, 2011), o sobre el primer quimioterápico inexistente en la naturaleza, la primera sulfamida (Fresquet, 2011b y 2011c) entre otros. Recientemente, Fresquet (2015) ha abordado el caciquismo en la medicina de comienzos del siglo XX a través de un caso particular que ha seguido en más de 15 periódicos diferentes, además de recurrir, en menor medida, a fuentes de archivo y a revistas médicas. Esta tradición mereció un número monográfico de *El Argonauta español* en 2011, dedicado a “Medecine et presse médicale en Espagne: entre les savoirs et les pouvoirs (XIXe siècle premier tiers du XXe siècle).”

Desde la perspectiva del periodismo se han venido realizando también estudios sobre la presencia de la medicina en la prensa actual, como los de G. Revuelta y J. Minelli (2008) en un análisis de diez años o los de A. Aiestaran et al. (2014) en la prensa vasco-navarra. Otros se acercan a la sanidad y a la medicina dentro de un contexto más general, como el de E. Garcia de Torres (2004) al estudiar la evolución de los contenidos según secciones y organización de la información en *Las Provincias* durante el siglo XX.

El recurso a la publicidad en la prensa diaria como fuente para el estudio histórico de la sanidad en nuestro país tiene el trabajo hemerográfico de Villacorta Ortiz (1999). El trabajo académico de C. Díaz y de Ovando (1990) sobre odontología y publicidad en la prensa mexicana del siglo XIX, es un ejemplo aislado de investigación de la profesionalización sanitaria a través de la publicidad inserta en prensa de información general, aunque se queda más bien en su reflejo en la prensa sin profundizar. El punto de vista de la historia de la publicidad y del propio periodismo está del todo ausente.

Por otro lado, los estudios sobre publicidad farmacéutica en España apenas recurren a la publicidad en la prensa diaria ni la abordan sistemáticamente, sino que se centran en la producción publicitaria de los propios laboratorios farmacéuticos, sea en los envases de los productos, en los panfletos o en la iconografía, dirigidos a la farmacia, los farmacéuticos, los médicos y el público en general como es el caso de J. Puerto Sarmiento (2004 y 2005). De la misma manera se ha abordado ocasionalmente la introducción de medicamentos en el mercado sanitario español, como sea la de los anticonceptivos en revistas especializadas por Ignaciuk (2014), en cuyo análisis prevalecen el factor ideológico y la perspectiva de género. En absoluto contemplan, ni pretenden abordar el tema crucial de toda publicidad que es su vertiente económica y el mercado. La propia historia de la publicidad también resulta ajena a estos trabajos.

Nuestro propósito al iniciar esta investigación ha sido reunir y analizar la publicidad sanitaria en la prensa diaria local valenciana para evaluar por primera vez lo que podía revelar sobre medicina, farmacia y sociedad en el paso al siglo XX, momento de grandes cambios en todos los aspectos socioeconómicos, políticos, culturales, científicos y sanitarios. A este fin seleccionamos los dos diarios de mayor tradición, continuidad y tirada, e ideológicamente dispares, de Valencia, y un año 1886, inmediatamente posterior a la última gran epidemia de cólera -la última gran epidemia europea sin más- y a la vacunación de Jaime Ferrán, ambos acontecimientos de enorme impacto social dentro y fuera de las fronteras del país.

La elección de los periódicos que fundamentan esta investigación obedece a dos tipos de criterios: en primer lugar, porque representan de forma fidedigna el modelo de prensa dominante en la segunda mitad del siglo XIX en España, caracterizado por sus cuatro páginas, sus contenidos políticos como eje dominante, sus breves informativos que compran a las agencias nacionales y extranjera, sus colaboraciones literarias... y finalmente, en su cuarta plana, con sus anuncios variados, maquetados sin más criterio que encajar el tamaño de cada uno de ellos. La otra razón obedece a la importancia que estos diarios tienen en el mercado valenciano. Si *Las Provincias* constituye el diario de referencia de la ciudad para todo el conservadurismo por su estrecha ligazón con el “silvelismo”, *El Mercantil Valenciano* lo es para buena parte del republicanismo por su compromiso con las ideas derrotadas en 1873. Ambos son dominantes en el mercado, tanto por el tamaño de sus tiradas (entre 5 y 10.000 ejemplares) como por sus innovaciones que cada poco tiempo van incorporando a sus procesos de

producción y venta. Y, finalmente, ambos tienen un público bien definido: mientras *Las Provincias* es el diario de la burguesía, lo que es tanto como decir de todos los que hacen del orden su principio rector, *El Mercantil Valenciano* lo será de los menestrales y pequeña burguesía de la provincia, aquellos que reclaman cambios en cuestiones tan básicas como la fiscalidad o las quintas. En suma, por cómo están hechos, por cómo llegan a la población y por cómo recogen los anuncios de fármacos, tanto uno como otro nos permite avalar la representatividad de los anuncios que hemos seleccionado.

Cuando se empieza el trabajo de investigación a mediados de la década de los noventa del siglo pasado, el profesor López Piñero, estaba interesado en ver que podía dar de sí la prensa diaria como fuente, sugirió comenzar por el año 1886. Suponemos influido por los trabajos realizados sobre la epidemia de cólera de 1885 y su impacto en Valencia. El año ha sido una fecha de anclaje dada la cantidad de información aparecida, y entre el material encontrado nos hemos centrado en la publicidad, dejando el resto de material para posteriores investigaciones. Pese a ello hacemos referencias a la segunda mitad del siglo XIX, partiendo de la realidad local y regional, trascendiendo a la nacional, y reflejando el contexto europeo. Tras reunir y clasificar los anuncios observamos el desproporcionado peso de la farmacia frente a la publicidad de ocupaciones, profesiones, balnearios y baños. El punto de vista publicitario y comercial ha prevalecido sobre otros en nuestro análisis y ha desvelado muchos aspectos de los cambios que se producían en ese momento relativos a la constitución de la farmacia moderna y el desarrollo de la industria farmacéutica, así como los que sufría los inicios de la propia publicidad, como sea la aparición de las agencias entre otros. Las legislaciones sobre oficinas de farmacia, ejercicio profesional y sobre publicidad farmacéutica son cambiantes también este periodo y el estudio nos ha permitido acercarnos a su nivel de cumplimiento real.

Además de inventariar los anuncios, se han analizado los aspectos formales y los contenidos de cada uno de ellos, lo que, con el cuantitativismo, en particular la estadística descriptiva y las técnicas bibliométricas, nos ha permitido acercarnos objetivamente a todos esos cambios que se producían al final del siglo XIX, y desde dos periódicos dirigidos a sectores ideológicos y socioeconómicos diferentes de la sociedad valenciana. Por eso hemos mantenido separados los inventarios de cada una de las cabeceras y hemos procedido a su comparación tanto cuantitativa como cualitativa. La reproducción de los anuncios pertinentes en el cuerpo de la memoria y la reunión del resto de anuncios hasta alcanzar el total de ellos en un apéndice

documental, la creemos necesaria y no menos importante , puede facilitar ulteriores estudios de detalle sobre el tema.

La historiografía contemporánea, en general ha eludido la dimensión comunicativa de la experiencia humana como uno de los posibles factores explicativos del devenir, lo que no deja de ser un tanto sorprendente cuando es casi imposible comprender la Historia Contemporánea sin analizar el papel que han jugado los medios de comunicación en la articulación y funcionamiento de las realidades sociales. Mientras el uso del periódico como fuente documental ha sido práctica habitual en las reconstrucciones de todos los planos y especialidades del pasado, la concentración de la mirada en la propia prensa como sujeto y objeto de análisis ha sido considerado como una especie de subgénero, una especialidad menor de la que, por consiguiente, cabía esperar pocas luces al fin último de reconstruir el pasado oculto.

Normalmente los historiadores han utilizado la prensa preferentemente para ver qué se decía sobre un tema político o cultural, qué decía un determinado dirigente político o sindical, o que escribía u opinaba algún creador o crítico. Ésa es una explotación un tanto pobre y reduccionista de la prensa como fuente contemporánea de información. Sus posibilidades van mucho más allá, porque a través de la prensa se pueden saber muchas otras cuestiones y asuntos sociales importantes, desde los modos de vida, hasta las costumbres y mentalidades, pasando por las actitudes y preocupaciones de toda una época. Muchos de los aspectos significativos para comprender las razones que nos mueven hoy en día y los imaginarios colectivos que compartimos aparecen en los medios de comunicación.

Con nuestro trabajo ofrecemos una nueva mirada a la prensa decimonónica, centrándonos en los contenidos comerciales relacionados con la salud. El anuncio del remedio, fuese unguento, jarabe, pastilla o inyección, poblará una buena parte del papel que conformaba el conjunto llamado diario, especialmente en su cuarta plana. Y todo ello desde una larga tradición. Desde el *Diario de Valencia*, aparecido en 1790, en donde ya se anunciaban la venta de hierbas y otros procesos curativos, hasta la publicidad audiovisual de hoy en día, la publicidad de fármacos ha constituido una parte clave del mundo de los medios de comunicación. Un negocio para el mundo farmacéutico, para los periódicos y hasta para las agencias de publicidad que luego se encargaron de su diseño y distribución.

La sanidad en España y Valencia a finales del siglo XIX, con especial referencia a la Farmacia.

A mediados del siglo XIX, la sanidad adquiere una estructuración profesional por la influencias de tres factores: políticos, científicos y académicos. En el orden político por ejemplo, para la profesión farmacéutica se va a producir una evolución ideológica hacia una profesión con cierto carácter conservador. La aparición del Liberalismo y el Progresismo, junto con las alternancias en el gobierno y contradicciones propias del momento, hizo que las acciones políticas se tradujeran en leyes de escasa eficacia. Así, durante el Bienio Liberal se prohíben los específicos amparándose en razones sanitarias. Sin embargo en la Gloriosa se defienden los específicos por razones sanitarias. Otro caso, que viene de antiguo, son los llamados “remedios secretos”. El conflicto entre la publicidad comercial y la información con el remedio secreto inician su ocaso ante el progreso de la ciencia. Para intentar regular su presencia aparece la ley de 28 noviembre 1855 del Servicio General de Sanidad que los prohíbe, en su artículo 84 dice:

” Se prohíbe la venta de todo remedio secreto. Desde la publicación de esta ley caducan y quedan derogados todos los privilegios o patentes que se hubieran concedido para su elaboración o venta ”.

Otra actividad persistente en el ámbito sanitario es el intrusismo de otras ocupaciones y profesiones, tanto de drogueros, charlatanes, curanderos y hasta médicos entre otros. Cuya investigación ha sido recogida por Albarracín Teulón (1972) en un artículo iniciático. Cabe recordar que el médico valenciano Arnau de Vilanova, recomendaba a los Papas que se pusieran un anillo de oro para aliviar las dolencias de sus riñones. Una de las causas de la aparición de los remedios secretos será la relación difícil entre Medicina y Farmacia. Concebidos por los médicos y elaborados generalmente por los drogueros, que empezaron actuar como unos nuevos auxiliares subalternos, sin las prerrogativas que habían alcanzado los boticarios, ya organizados en Colegios de Farmacia más difíciles de manejar. A siete años de publicación de las Ordenanzas de 1860, el presidente del Colegio de Farmacéuticos de Barcelona (Ronquillo , 1867, 7) utiliza los términos de “intrusión” para describir el fenómeno y explica como lo hacen los “droguistas” y “herboristas”. Aún siendo parte interesada es un testimonio de la época.

En el siglo XIX, las profesiones sanitarias sobre todo Medicina y Farmacia se encontraban satisfechas de sí mismas, no supieron ver lo que les avecinaba. Por un lado, los remedios secretos y las prácticas de la medicina creencial, término creado por Pedro Laín Entralgo (Lopez Piñero, Garcia Ballester, Faus Sevilla, 1964, 19) donde en nota a pie de página escribe “creo conveniente introducir el adjetivo “creencial” para nombrar “lo relativo a las creencias”. El sentido con que habitualmente se usa el término “credencial” (que acredita) hace aconsejable, pienso, la introducción de esa nueva forma”. Pese a su formulación hace años, este término no ha sido recogido en el diccionario RAE 21 ed. y eso que su autor ocupó la dirección de la docta institución. Por otro lado, la industrialización de la farmacia, recuperando los drogueros y las herboristerías unas parcelas abandonadas por los boticarios o en un terreno indefinido. Como dice Raúl Rodríguez Nozal (González Bueno, Rodríguez Nozal, 2003,93) “y un cierto grado de oportunismo histórico, al llenar el vacío dejado por la propia Farmacia a principios del siglo XIX”. Los comercios de droguería serán uno de los principales proveedores de materias primas para elaborar medicamentos por los farmacéuticos. La relación entre droguerías y farmacias sufrió diversos avatares, desde la conflictividad a la coexistencia pacífica. Algunas droguerías se hacían certificar por un farmacéutico, otras veces se produjo la asociación benéfica para ambas partes como la unión del droguero Uriach y el farmacéutico Alomar. Según (Jordi Gonzalez, 1997,454) en 1865 Joan Uriach Feliu y Joaquín Alomar Font crean una sociedad para el comercio de drogas. En Valencia hemos encontrado las siguientes denominaciones para un mismo negocio: Droguería de San Antonio, almacén droguería San Antonio y Blas Cuesta e hijos. En un momento dado aparece el farmacéutico Francisco Calvo Sebastián como aval de las actividades de esta droguería. En aquel momento la droguería estaba establecida en Plaza Mercado 70-71 según (Bailly-Bailliere, 1886,1768) y Calvo Sebastián aparece en (Roldán, 1958, 1, 491) como catedrático de la Facultad Libre de Farmacia (1868-1874). En 1866 aparece como colegiado (Loras, 1951 ,83) y por tanto está establecido con botica en la ciudad. ¿Donde se localiza la oficina de farmacia?, encontramos en (Bailly-Bailliere, 1886,1773) un F. Calvo en Correjería, 12, a su vez en (Loras, 1951,8) cita una botica en la calle Correjería y también en (Indicador, 1888,156) aparece Calvo con farmacia en Correjería, en ambos casos sin indicar el número.

Uno de los intentos legislativos será el Real Decreto de 18 abril de 1860 de Ordenanzas para el ejercicio de la profesión de farmacia, comercio de drogas y venta de plantas medicinales, que citaremos muchas veces como “Ordenanzas de 1860”, donde aparece una normativa para farmacéuticos, drogueros y

herbolarios. Son varios los artículos que afectan a la actividad publicitaria. En el artículo 16 se afronta el asunto de los remedios secretos no permitiendo su venta y la publicidad en periódicos por el artículo 21.

Art. 16. Queda absolutamente prohibida, según la ley de Sanidad, la venta de todo remedio secreto, especial, específico ó preservativo de composición ignorada, sea cual fuere su denominación.

Figura 1. Reproducción *Gaceta de Madrid*, 24-4-1860.

Art. 21. Se prohíbe á los Farmacéuticos, únicos autorizados para la venta de remedios y medicamentos, el anunciar estos en periódico alguno que no sea especial de Medicina, Cirujía, Farmacia ó Veterinaria.

Figura 2. Reproducción *Gaceta de Madrid*, 24-4-1860.

El contencioso entre drogueros y farmacéuticos se manifiesta a lo largo de este periodo, por una regulación equivocada según los artículos 54 y 55. Como observaremos a lo largo de esta investigación sus propuestas para evitar el intrusismo y regular la profesión tuvieron una regular fortuna.

Art. 54. Los drogueros pueden vender por mayor ó menor, y en rama ó polvo, todos los objetos naturales, drogas y productos químicos que tienen uso en las artes, aunque lo tengan también en medicina. Sin embargo, las sustancias que son á la vez de uso industrial y medicinal no podrán venderlas al por menor, ni en polvo, cuando les conste ó sospechen que se destinan al uso terapéutico.

Art. 55. También podrán vender los objetos naturales, drogas y productos químicos exclusivamente medicinales, pero siempre al por mayor, y sin ninguna preparación, ni aun la de la pulverización: solamente á los Farmacéuticos podrán los drogueros vender estos artículos al por menor, cuando los pidan por escrito y bajo su firma, debiendo aun en este caso expenderlos sin ninguna preparación.

Figura 3. Reproducción *Gaceta de Madrid*, 24-4-1860.

En la realidad se va a producir una convivencia de los remedios secretos y la elaboración artesanal del medicamento con la aparición de un nuevo concepto de medicamento: la especialidad farmacéutica. Estamos manejando tres conceptos: remedio secreto, especialidad y medicamento, que

conviene precisar. Especialidad, según J. Puerto “son medicamentos de composición definida y denominación especial y cuyo propietario ha sido autorizado para su distribución y venta”. Los medicamentos serían productos de elaboración artesanal e industrial. Esto lleva al profesor Puerto a afirmar que “toda especialidad es un medicamento pero no todo medicamento es una especialidad” (Puerto,2014,17).

Con respecto a la prescripción médica se produce la convivencia de la preparación *magistral* con la preparación *oficinal*. El preparado magistral se elabora para usarlo y el farmacéutico lo prepara en el acto a la vista de la receta médica. En el caso de los preparados oficinales, unos existen siempre elaborados y otros cuando se han de usar según la FE. La nueva terapéutica tiene un traslado parcial a los libros oficiales como es la Farmacopea en su quinta edición de 1865 y más completa a partir de la sexta edición de 1884. Conviene recordar de dónde veníamos con un apunte clarificador del profesor Javier Puerto Sarmiento, cuando tras explicar la separación de las profesiones médica y farmacéutica, dice: ” Esta separación que va extendiéndose , poco a poco por toda Europa, excepción hecha de las Islas Británicas y luego de sus colonias americanas, aparecen las farmacopeas, libros autorizados e impuestos en su uso por las autoridades civiles, mediante los cuales se obliga a los médicos a recetar y a los farmacéuticos a preparar sus medicamentos” (Puerto,2004,14). Nos indica un desarrollo del mundo anglosajón distinto al europeo continental que llega hasta nuestros días.

Siguiendo con la cita del profesor Puerto,”De esta manera se observa cómo lo científico se convierte en oficial para defensa de los pacientes. Todos los componentes de los medicamentos estaban teóricamente identificados y contemplados en libros oficiales. Pese a ello siempre existió algún particular, algún experto, poseedor del secreto de medicamentos distintos a los conocidos, que ofrecía a sus conciudadanos como panacea, con la intención de curarlos y, desde luego, de hacerse rico” (Puerto, 2004,14).

La elaboración de las prescripciones estaba regulada por las **Farmacopeas**. Este periodo de cambio y desgobierno afecta a una normativa que necesita un ambiente sosegado y paciente para su actualización. Como dice el farmacéutico catalán Ramón Codina Länglin “desde el momento que no existe formulario legal y uniforme que sirva de régimen y de norma a las clases médicas en general, cada farmacéutico para llenar la prescripción facultativa se cree autorizado para prepararla a su gusto, escogiendo entre las formulas publicadas la que más le cuadra o inventándola a su antojo, si así le

place. Con la propagación de conocimientos que rápidamente transmiten en este siglo, la publicidad científica y la no científica se anuncian y ponderan de continuo medicamentos y creyendo que hay uniformidad en la preparación de estos, y que las formulas son las mismas en todas las boticas, los prescriben sin indicación ni dosis administrando cantidades variables de principios activos, según la oficina donde la prescripción se haya preparado”. Esta cita proviene de la revista *El Restaurador Farmacéutico* del año 1874, en el periodo que se edita en Barcelona.

La aparición de la industria farmacéutica es un proceso paralelo a la demanda de las nuevas *formas farmacéuticas* y la presión provocada por la invasión de medicamentos extranjeros, sobre todo franceses. Aparece un nuevo concepto “específicos” y se habla de “especificistas franceses” cuando haciendo una traducción del francés se denominarán también “especialidades” (*spécialités*).

Les spécialités pharmaceutiques sont des médicaments dont les formules sont publiées, et dont certains pharmaciens s'efforcent de monopoliser la préparation et la vente à leur profit à grand renfort d'annonces et de réclames.

Figura 4. *Jeannel,J; Jeannel,M.(1886).Formulaire officinal et magistral international.4ª ed. Paris, página 12.*

Diríamos que los *específicos* eran medicamentos de producción industrial, y ahí se produce un corte en la profesión farmacéutica. Se dividen en “especificistas” y “antiespecificistas”, a esto se añade la división a raíz de las Ordenanzas de 1860 en “Ordenancistas” que a su vez se posicionan como “antiespecificistas” y de corte tradicionalistas, los “no ordenancistas” eran su opuesto. Para complicar las cosas conviene afirmar que muchos específicos eran remedios secretos fabricados de modo industrial. A esto se pueden añadir las afirmaciones del profesor Javier Puerto sobre la resistencia de los farmacéuticos españoles a la industrialización del fármaco (Puerto, 2004,27). Cabe señalar la importancia de la aparición del medicamento elaborado como objeto de consumo sometido a las leyes del comercio, frente a la elaboración de la receta médica en el momento donde se cobraba por el conocimiento técnico-sanitario. En el fondo como decía el profesor López Piñero se resistían a abandonar la ancestral “teoría y práctica de

boticarios”.En 1871 se reúne la sección científica del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid (Alegre ; Gil, 1992,48) para discutir la definición sobre los específicos. Se acordó desechar la palabra *específico* admitiendo la de *especialidades farmacéuticas*. En 1893, el Consejo de Sanidad propuso la definición de *específico* a los efectos de la Ley del Timbre del Estado (Gaceta de Madrid nº183,1-julio-1892,15). Hubo que esperar hasta 1919, siendo Ministro de la Gobernación Amalio Gimeno, para que en el Reglamento para la Elaboración y Venta de Especialidades Farmacéuticas se supriman las palabras específico y remedios secretos.

En el orden académico, nuevos planes de estudios, regulación de estudios y organizaciones colegiales configuran el panorama. Solo a modo de apunte indicaremos que tras la invasión napoleónica se añaden al Colegio de Farmacia de Madrid, los nuevos colegios de Barcelona, Santiago de Compostela y Sevilla. El Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid creado en 30 julio de 1732, quedó constituido oficialmente cuando Felipe V aprobó sus estatutos el 21 agosto de 1737. En el caso valenciano, el antiguo “Col.legi d’Apotecaris de Valencia” creado en 1441, tras la abolición del régimen foral valenciano por Felipe V (1707), según Salvador Rodríguez-Cortelles (1995,67-71) subsistió hasta 1819. El proceso de creación del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Valencia culminó el 21 de marzo de 1864.

¿Cuál era la orientación de estas organizaciones? Los Estatutos reformados del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid, aprobados en 1855, definían a esta institución en su Artículo Primero como. “una asociación científica de profesionales de farmacia cuyo objeto es promover y propagar los adelantos de dicha ciencia y sus auxiliares, velar por el buen orden en el ejercicio de su profesión y contribuir al decoro y prosperidad de la clase farmacéutica”. La creación de los Colegios de Farmacia se produce por Real Cédula de 28 septiembre 1801. El profesor J.R. Carracido como firma el citado libro (Rodríguez Carracido, 1917,88) indica que nuestro país creó estas instituciones mucho antes que las academias científicas, “los colegios de Valencia, Barcelona y Zaragoza datan del siglo XIV... es de suponer que ya anteriormente existían en la forma más modestas de hermandad o cofradía” . Una pretendida reforma de los estudios unía Farmacia y Medicina en 1843, y ampliaba la formación de cuatro a cinco años. Dos años después, los colegios de Farmacia de Madrid y Barcelona se incorporaban a la Universidad. En años posteriores se creó la Facultad de Farmacia de Granada y pasaba de Colegio a Facultad de Farmacia de Santiago. En 1857 aparece un nuevo plan de estudios de seis años, dos de los

cuales eran de práctica en una farmacia, el título obtenido era el de Farmacéutico Habilitado, titulación que daba derecho a establecerse en poblaciones cuyo número de habitantes no fuera superior a cinco mil; fue suprimida un año después. Un nuevo plan de estudios y las Escuelas de Farmacia que se llamaron “Facultades Libres” aparecieron en 1866 duraron 8 años. En Valencia financiada por la Diputación Provincial la “Facultad Libre inició su actividad en 1868 hasta 1874 (Loras, 1951, 24). En 1886 los estudios de farmacia sufren una nueva modificación, introduciendo las asignaturas en cuatro grupos , dando una especial importancia a la “Materia Farmacéutica Vegetal”.

En el orden científico, los avances en fisiología, farmacología y bacteriología obligarán a cambiar el ejercicio de los profesionales sanitarios. A mediados del siglo XIX podemos constatar la aparición de una química científica que va a revolucionar los campos de la Farmacia y por tanto de la Medicina con la aparición de nuevos principios activos naturales como los alcaloides y glucosidos, o de principios activos de síntesis con el desarrollo de la química del carbono como la fenacetina(1883) o la antipirina (1884),

Se puede hablar de un tránsito de la protoquímica a la Química científica. Cuando se habla de Alquimia siempre aparecen sus aspectos esotéricos y los charlatanes. Una permanencia que obedece más que a razones científicas a características propias del ser humano. Su rastro se va a refugiar en la Farmacia con aquellos medicamentos llamados remedios secretos, y antes, en algunas referencias en las Farmacopeas. No se puede olvidar la pervivencia de un preparado medicinal llamado Triaca, cuya elaboración llegó hasta finales del siglo XIX.

Muchos autores sitúan el nacimiento de la Química moderna con Lavoisier (1743-1794). Se constata que en 1808 se seguía la química científica de Lavoisier y la nomenclatura botánica de Linneo. Otro aspecto a considerar es que la medición de los componentes de los productos sanitarios se basaba en su peso. (Rodríguez Carracido, 1917,89) indica que los boticarios valencianos del siglo XIV pretendieron “unificar todas las pesas y medidas en todo el reino y el mandato de que en las boticas hubiera la pesa de un gramo”. Hasta 1879 no se introdujo el sistema métrico decimal. Antes, el sistema estaba basado en la libra medicinal, onzas, dracmas, escrúpulos y gramos.

En la segunda mitad del siglo XIX se producen grandes cambios sociales, económicos y políticos. Para algunos historiadores generales la

decimonovena centuria comienza con la Revolución francesa, mientras que otros la retrasan a la derrota de Napoleón. Para la historia de las Ciencias de la Salud, quizá comienza con el descubrimiento de la vacunación por E. Jenner y el inicio del aislamiento de principios activos como la morfina por F.W.A. Setürner en 1806. Y el siglo finaliza con el descubrimiento del *Salvarsan* por Paul Ehrlich en 1907, el primer quimioterápico inexistente en la naturaleza y el primero dirigido a eliminar en exclusiva al agente infeccioso de una enfermedad (lo que se denominó una “bala mágica”). En su segunda mitad se establecieron definitivamente, para las ciencias biológicas, el método experimental moderno y la teoría celular. Se desarrolló en consecuencia la revolución quirúrgica, superando el dolor con los anestésicos, la infección con la antiseptia y la asepsia y, finalmente, la hemorragia con diversas técnicas de hemostasia hasta la transfusión sanguínea moderna. Al final del siglo se había establecido la patología moderna en la clínica y en el laboratorio, centrada en las lesiones, las disfunciones y las causas de enfermedad, incluidas las vivas según la teoría microbiana de la infección. Se unificaron la medicina y la cirugía, tanto doctrinal como profesionalmente, y surgió la Higiene pública o medicina preventiva que conduciría al desarrollo de la Salud Pública. La salud en las sociedades industrializadas asiste al final de una etapa de grandes epidemias que están siendo sustituidas por las enfermedades infecciosas crónicas, como la tuberculosis, la fiebre tifoidea o el paludismo, que dominarán la mortalidad hasta mediado el siglo XX.

La actividad sanitaria y sus profesiones pivotan sobre un triángulo formado por Farmacia, Medicina y Veterinaria, donde la Medicina figura en el vértice superior. Esas formas de dominio y competencia han sido observadas por Porrás Gallo en una situación de emergencia como sea una epidemia. Si durante el siglo XIX van surgiendo de la Medicina especialidades, en el caso de la Farmacia van adquiriendo protagonismo la Química y la Biología. En el caso de la Veterinaria esta quería huir de la imagen de “medicina equina, del forjado y colocación de herraduras y la práctica de sangrías”. Como dice Porrás Gallo (2009,493-494) “ la renovación de la Veterinaria y su reorientación hacia temas de Salud Pública y problemas de los animales de producción era la vía más idónea y casi obligada para poder hacer frente al momento crucial en el que se encontraba esta profesión, como consecuencia de la sustitución de los caballos – principal cliente de los veterinarios – por los vehículos de motor. La Veterinaria podía ser competitiva frente a otros profesionales sanitarios en el desempeño de algunas tareas de Salud Pública. Ahora bien, estos intentos de afirmación del rol del veterinario en el terreno de la Salud e Higiene Públicas chocaron frontalmente

con la supremacía que la clase médica venía detentando en el ámbito de la Microbiología”.

Con la Revolución Industrial los avances científicos se extendieron a la tecnología de las industrias posibilitando la celebración de Exposiciones Nacionales e Internacionales donde mostrar sus descubrimientos. Los productos farmacéuticos van a concurrir a estos certámenes. La celebración de la Exposición Farmacéutica Nacional en 1882 tuvo dificultades y tardó más de 10 años en realizarse por falta de estímulo entre los farmacéuticos y falta de recursos económicos. Una de las características del siglo XIX es el tránsito de una profesión farmacéutica artesanal. Si antes profesión y ciencia andaban juntas ahora se separan. Por un lado, los farmacéuticos que se dedican a la investigación científica tanto en laboratorios públicos como privados, de la naciente industria. Por otro, los farmacéuticos que realizan su ejercicio profesional en la oficina de farmacia.

En las farmacias la elaboración de productos para favorecer la salud adquiría varios niveles. El primero era la elaboración individualizada de prescripciones de los médicos. Un segundo nivel era la elaboración masiva de formulas propias y ajenas. A su vez, se podían iniciar actividades de distribución, tanto de especialidades propias como nacionales y extranjeras. La expresión “de todo en botica” iba adquiriendo otros contenidos según cambiaban las épocas. El médico Rodrigo Pertegás en un estudio sobre los boticarios valencianos del siglo XV cita las diversas actividades, “los boticarios de Valencia, como comerciantes que eran en especies y drogas, como elaboradores de dulces y confituras, y como fabricantes de cirios...” (Rodrigo Pertegás, 1929,111).

Antes hemos escrito sobre las relaciones de los drogueros y farmacéuticos como proveedores de materias primas. Conforme avanza el siglo XIX, esa distribución de drogas va adquiriendo dimensiones mayores y será abordada por sociedades mercantiles. Vamos a citar las que aparecen en nuestra investigación. En Francia a mediados del siglo XIX , los farmacéuticos crean un concepto empresarial al que denominan “Farmacia Central“ para dar soporte a la actividad de las farmacias. En nuestro país, tanto en Madrid como en Barcelona surgen movimientos asociativos entre los farmacéuticos que no llegan a cuajar. En 1882, Ramón Jordi González indica que surge la “Sociedad Farmacéutica Española” (Jordi González, 1997, 456) para surtir a las farmacias de materias primas para ejercer su actividad, la nueva sociedad es continuadora de la empresa G. Formiguera y Cía. Al

fundarse la “Sociedad Farmacéutica Española” según Ramón Jordi Gonzalez se aportaron 300.000 pesetas en productos químicos, farmacéuticos, especialidades y utillaje de laboratorio. Hemos encontrado en la publicación *La Farmacia Española*, órgano del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid, dos anuncios que se publicaron a página completa y en las dos últimas páginas. En estos reclamos publicitarios, se indica el año de fundación (1882), la composición, (600 farmacéuticos accionistas) y el capital (2.500.000 pesetas) que ha aumentada tras pasar trece años de su fundación. Además se observa que un tercio de los productos anunciados son especialidades muchas de ellas extranjeras. En este trabajo de investigación recogemos la aparición del anuncio de Píldoras Restauradoras del Dr. Formiguera (EMV nº75 y LP nº 67). En 1865, Joan Uriach Felú y Joaquín Alomar Font crean una sociedad para el comercio de drogas(Jordi Gonzalez,1997,454).

La industria farmacéutica se origina en los llamados laboratorios anejos a la farmacia. Solían ser dependencias adjuntas al establecimiento farmacéutico, siendo el farmacéutico y el propietario la misma persona. Su decadencia según Ramón Jordi González (1987, 82) llega hasta “cuando la Ley de Bases de Sanidad de 1944, se autorizaba nada más que la existencia de laboratorios anejos hasta que el titular dejará de serlo y por traspaso”. El movimiento empieza cuando en la botica empiezan a coexistir las fórmulas magistrales y los preparados de prescripción con los “medicamentos” envasados. Ponemos las comillas dadas por las diferentes denominaciones para lo que hoy conocemos como medicamento . Estos medicamentos envasados van a ser de procedencia extranjera, donde la industria química se ha desarrollado antes. Entonces, según su capacidad económica, algunas boticas comienzan la elaboración de preparados medicinales. Aún así Ramón Jordi González, en la anterior publicación citada, cuestiona que “la preparación en las farmacias de medicamentos seriados en forma de especialidades farmacéuticas constituya un germen de industria farmacéutica” por cinco motivos que conviene recordar:

- Los grandes descubrimientos terapéuticos en el campo de la farmacología se habían producido en el extranjero.
- El impulso que mueve a los farmacéuticos a elaborar especialidades farmacéuticas, no es un impulso creativo sino Más bien defensivo y sin visión de futuro industrial aplicada al medicamento.

- No se conocen datos y parece ser que no existe un deseo de arriesgar capital para impulsar el estudio o favorecer la búsqueda de medicamentos para industrializarlos.
- El sentido comercial de algunas farmacias grandes y más concretamente concesionarios, distribuidores, representantes etc. crecidos fuera de la farmacia predomina más que un espíritu deseoso de conseguir nuevos descubrimientos como en Francia, Alemania, Estados Unidos, etc.
- Se pueden contar con los dedos de una mano los nombres de farmacéuticos y firmas comerciales catalanas que han llegado a los años sesenta de nuestro siglo con un impulso creativo en el campo del medicamento. Y de los pocos, algunos han claudicado y servido de cabecera de puente favoreciendo la implantación de las multinacionales del medicamento.

SOCIEDAD FARMACÉUTICA ESPAÑOLA

ANTIGUA CASA G. FORMIGUERA Y COMPAÑIA

L. GAZA EN COMANDITA

CAPITAL: 2.500.000 PESETAS

BARCELONA, TALLERS, 22

Casa fundada en 1882 con un núcleo de 600 accionistas, todos farmacéuticos, y creada al objeto de proporcionar á la clase farmacéutica española toda suerte de ventajas en sus compras y ventas.

Empresa la más importante, por su capital y arraigo, que la clase farmacéutica ha realizado en España, y cuya importancia comercial está á la altura de las casas más fuertes dedicadas á este ramo.

Completo surtido de productos químicos y farmacéuticos para la industria, las artes y especialmente para la Farmacia, Droguería y Herboristería farmacéuticas; Especialidades nacionales y extranjeras; Aguas minero-medicinales; Aparatos y utensilios para farmacia y laboratorio. Especialidad en alcalóides y preparados farmacéuticos puros. Productos garantidos. Resolución de consultas sobre explotación de productos y sobre cuestiones profesionales á los señores asociados. Facilidad de propaganda para los mismos y para todo farmacéutico español.

Precios corrientes periódicos, y especiales para casos determinados y que su importancia lo exija.

Envíos rápidos por correo ó á gran velocidad de artículos necesitados con urgencia.

La Sociedad Farmacéutica Española tiene en sus precios la norma de ponerlos lo más económico posible, dentro de una buena calidad del producto.

Dirección:

SOCIEDAD FARMACÉUTICA ESPAÑOLA

L. GAZA EN COMANDITA. — TALLERS, 22

APARTADO 69

BARCELONA

Figura 5 . *La Farmacia Española*, 24-1-1895, página 62.

SOCIEDAD FARMACEUTICA ESPAÑOLA

TALLERS, 22, BARCELONA

1.º Noviembre 1894.—PRECIOS VARIADOS

		Reales.			Reales.
Aceite almendras dulces Pick.	lsta.	60	Carbonato litina atarz. Lepard.	fras.	48,75
— rizado corriente.	lsta.	4	Mixir emético Tissot.	—	49,50
Acido citrico.	kg.	45	— pepina Grimaldi.	—	42,50
— salicilico amarillo Cerckel.	—	34	— protoclora hidr. Babouin	—	49,75
— — cristal.	—	63	Kaparat. carbonatado soon Beslier.	rollo	44
Acoum, raiz.	—	5	Ratomojo artificial.	fras.	35,50
Antipirina Knorr.	—	61	Pocoglicina Gressy.	—	13
Asafre cubo.	—	1	Gotas carbonato litina Robins.	—	18
Balsamo Peru liquido.	—	445	Grasas homogeneas Deschamps.	—	48,50
Benzoína corriente.	—	3,70	Jarabe —	—	48
— rectificada (cer).	—	5	— lactofestado cal Dussart.	—	48,25
Benzozafiol.	—	79	— protaclor. "hier." Babouin	—	43,50
Betel.	hect.	46	Kofalé.	—	44
Carbonato cronaca.	—	38	Papel Arsenico, circulo 4 metros.	metr.	0,85
— gusyatol.	—	30	Pastillas antilepticas Morello	caja.	8
Cebada perlada.	kg.	2	— Geraudel.	—	4,00
Cedrosia, raiz.	—	46	Perlas caseas trementina Grind.	fras.	4
Cere vegeta.	—	6,29	Wildorus Debus.	g. caja.	47
Citrato magnesio españ. S. P. B.	—	18,59	— Nussau.	P.	40,75
Clohidrofosfato de cal.	—	42	Pulver carne Adria.	libra	13
Clouro picrocarpio.	gr.	32	Revalenta arsbig. lta 12 libras.	—	420
Durelina.	hect.	80	Solucion brom. "est." Parof. Javal.	fras.	45,50
Esencia anis estrellado.	kg.	435	— Clin salicilato de sod.	—	33
— — serrano natural.	—	430	— lactato est. "Parof. Javal.	—	48,59
— — hincjo.	—	96	Valeriano amoniac Ferial.	—	38
Estramonio, hojas.	—	4,50	Vejigatorio liquido Boet.	—	4,35
Exalgina.	hect.	50	Vino kola fosfato Solasch.	—	40,35
Gasycol.	—	21	— homogeneas Deschamps.	—	48,35
Helecho macho, filoma.	kg.	4,50	— pepina y diastasa Glastaing	—	44,75
Hipocalfato de cal.	—	33	— quina ferrug. Grimaldi.	p.	10,50
Ioduro potasio Carof.	—	465	— oronado Pasqu.	—	37
— — suello.	—	160			
Ipecacuana, raiz.	—	75	Accesorios.		
Mazo, casca.	—	42	Cajas cartón n.º 4 para 4 cachets	caja	38
Miel blanca superior.	—	4,25	— — — 6 —	—	38
Mostaza grano grueso Bombay.	—	3,45	— — — 12 —	—	36
Nitrato natrio.	—	5,35	— — — 4 — 12 —	—	40
— picrocarpio.	gr.	30	Capsulas amil. hipocor. "Dignel"	caja.	3,75
Oxalato potasa amero.	kg.	9	N.º 00, cajas de 100 capsulas.	—	3,80
Picrocarpio puro.	gr.	33	— 0.	—	3,85
Precipitado blanco.	kg.	33	— 1.	—	3,90
Sacarina.	hect.	60	— 2.	—	4
Sal apodera.	kg.	8	— 3.	—	5,25
Salicilato sosa amero.	—	61	— 4.	—	5,40
— — — Cerckel.	—	61	— 5.	—	5,40
— — — cristal.	—	81	— 6.	—	5,45
— — — Cerckel.	—	88	— 7.	—	5,45
San Rupa, hojas.	—	5	— 8.	—	5,45
Schottstroh limonado corriente.	—	75	— 9.	—	5,45
Tebromina.	gr.	4,75	— 10.	—	5,45
Zaragston.	kg.	4,10	— 11.	—	5,45
			— 12.	—	5,45
			— 13.	—	5,45
			— 14.	—	5,45
			— 15.	—	5,45
			— 16.	—	5,45
			— 17.	—	5,45
			— 18.	—	5,45
			— 19.	—	5,45
			— 20.	—	5,45
			— 21.	—	5,45
			— 22.	—	5,45
			— 23.	—	5,45
			— 24.	—	5,45
			— 25.	—	5,45
			— 26.	—	5,45
			— 27.	—	5,45
			— 28.	—	5,45
			— 29.	—	5,45
			— 30.	—	5,45
			— 31.	—	5,45
			— 32.	—	5,45
			— 33.	—	5,45
			— 34.	—	5,45
			— 35.	—	5,45
			— 36.	—	5,45
			— 37.	—	5,45
			— 38.	—	5,45
			— 39.	—	5,45
			— 40.	—	5,45
			— 41.	—	5,45
			— 42.	—	5,45
			— 43.	—	5,45
			— 44.	—	5,45
			— 45.	—	5,45
			— 46.	—	5,45
			— 47.	—	5,45
			— 48.	—	5,45
			— 49.	—	5,45
			— 50.	—	5,45
			— 51.	—	5,45
			— 52.	—	5,45
			— 53.	—	5,45
			— 54.	—	5,45
			— 55.	—	5,45
			— 56.	—	5,45
			— 57.	—	5,45
			— 58.	—	5,45
			— 59.	—	5,45
			— 60.	—	5,45
			— 61.	—	5,45
			— 62.	—	5,45
			— 63.	—	5,45
			— 64.	—	5,45
			— 65.	—	5,45
			— 66.	—	5,45
			— 67.	—	5,45
			— 68.	—	5,45
			— 69.	—	5,45
			— 70.	—	5,45
			— 71.	—	5,45
			— 72.	—	5,45
			— 73.	—	5,45
			— 74.	—	5,45
			— 75.	—	5,45
			— 76.	—	5,45
			— 77.	—	5,45
			— 78.	—	5,45
			— 79.	—	5,45
			— 80.	—	5,45
			— 81.	—	5,45
			— 82.	—	5,45
			— 83.	—	5,45
			— 84.	—	5,45
			— 85.	—	5,45
			— 86.	—	5,45
			— 87.	—	5,45
			— 88.	—	5,45
			— 89.	—	5,45
			— 90.	—	5,45
			— 91.	—	5,45
			— 92.	—	5,45
			— 93.	—	5,45
			— 94.	—	5,45
			— 95.	—	5,45
			— 96.	—	5,45
			— 97.	—	5,45
			— 98.	—	5,45
			— 99.	—	5,45
			— 100.	—	5,45

Figura 6. La Farmacia Española, 24-1-1895, página 63.

En nuestro entorno más próximo, Amparo Soler Saiz y Eugenio Portela, han colaborado en el estudio de la Química. La farmacéutica Amparo Soler Saiz realizó una tesis titulada “Aportación al estudio de la literatura química en el periodismo médico-farmacéutico español (1851-1868)” presentada en la Universidad de Valencia en 1979. Pese a utilizar revistas destinadas a profesionales, de este trabajo nos interesa destacar “...esta dependencia casi absoluta con respecto a la literatura química francesa no se corresponde con el potencial real de la época, y por tanto, resulta perjudicial para la química española. En efecto, a mediados del siglo XIX la importancia de Alemania y Gran Bretaña, en cuanto a la química se refiere,

era mucho mayor de lo que a través de nuestro estudio pudiera deducirse” (Soler ;Portela,1979,79) .

Para dificultar la entrada de productos extranjeros se acudió a políticas aduaneras y el registro de patentes, dado que se acusaba a muchos de estos productos como “remedios secretos”. Como veremos posteriormente, uno de los mayores anunciantes “Las Pildoras Holloway” así era considerado. Para confirmar estos datos acudimos a la obra colectiva Estudios Históricos de España siglo XIX-XX donde nos aparecen datos estadísticos sobre Patentes (EHE,2005,853-860). Para el año 1886 existen 1.010 solicitudes, de éstas por su procedencia; 362 de residentes, 648 de no residentes y se autorizan 927. Por países corresponden a los más avanzados industrialmente como Alemania (91), Gran Bretaña(100), Estados Unidos(117) y Francia(235).

Una de las razones esgrimidas por Soler y Portela es la siguiente: “La fijación española a Francia, que se dio en muchos otros aspectos de la cultura, pudo estar causada en nuestro caso por el hecho de que en el momento en que la ciencia de nuestro país quedó al margen de la europea, la vigencia de la química correspondía a los científicos franceses. La reincorporación no pudo realizarse de una forma crítica y subsistió una influencia que de no haber mediado ninguna discontinuidad hubiera quedado mermada “. En nuestra investigación hemos constatado la presencia mayoritaria de publicidad de productos medicamentosos franceses en los periódicos estudiados. Denotando que en la investigación de Amparo Soler se utilizaron publicaciones periódicas médico farmacéuticas: *El Restaurador Farmacéutico*, *El Siglo Médico* y *La España Médica*. Observación importante dado que se dirigían tanto a prescriptores como elaboradores de las prescripciones.

La presencia francesa se transmitió por su modelo farmacéutico de ejercicio. Hay una personalidad farmacéutica francesa, François-Laurent-Marie Dorvault (1815-1879) que a los veintinueve años publica un libro “L’Officine ou Répertoire Général de Pharmacie pratique”, más conocido como “L’Officine” o el “Dorvault”. Se realizaron innumerables ediciones en Francia y fue traducido al castellano a partir de la segunda edición francesa. En nuestra bibliografía hemos utilizado la publicación francesa de nuestro año de estudio 1886, corresponde a la undécima edición en ese país. Las acciones de este farmacéutico en la mejora de la farmacia no quedaron ahí : en 1852 crea con otros farmacéuticos la “Pharmacie Centrale des Pharmaciens de France”,un almacén de fabricación y distribución de productos farmacéuticos que inicia sus actividades comerciales a principio de 1853. Sus catálogos eran

editados con traducción al Inglés, alemán, español, italiano y portugués. Dos años después cambia el nombre en “Pharmacie Centrale de France” y nosotros la denominaremos “Farmacia Central”. Esta entidad en 1867 se fusiona con la “Maison de Droguerie Menier”, una distribuidora del sector fundada en 1816. La actividad de Dorvault concluye fundando en 1860 la revista mensual *L'Union Pharmaceutique*, que se distribuía entre los socios de la Farmacia Central. Este modelo tendrá su replica en España con la “Farmacia General” de Fernández Izquierdo en Madrid que también publica *Los Avisos* los días 10, 20 y 30 de cada mes, dirigido por el propio Fernández Izquierdo. En Barcelona ya hemos comentado como surge la “Sociedad Farmacéutica Española” que también publica el *Boletín Farmacéutico* dirigido por Ramón Codina Langlin.

La prensa diaria y la publicidad en España en la segunda mitad del siglo XIX.

El papel social de la prensa ha sido ampliamente descrito por diversos investigadores especializados. Se ha analizado preferentemente, su perspectiva política en la medida que son instrumentos básicos en la conformación de opiniones. También sus relaciones con la vida cultural y social de los ámbitos donde se editan y difunden. Ahora pretendemos situarlo en el terreno de la salud observando el papel que desempeña en la lucha contra las enfermedades. En el periodo estudiado la prensa periódica va a ser un vehículo para desarrollar actividades científicas nuevas, como la Biología.

La prensa y la publicidad forman un binomio inseparable desde sus mismos inicios en el siglo XVIII. Los profesores Laguna y Rius han estudiado los anuncios específicos del *Diario de Valencia* en 1790-94, donde los denominan “crónicas de un mundo pequeño”, destacando que constituyen una parte fundamental de sus contenidos. También es conocido cómo a partir de los años treinta del XIX, *La Presse* de Girardin se convierte en campo de experimentación acerca de cómo la publicidad podía ser la gran vía de ingresos que permitiera abaratar los precios de venta. La publicidad fue la salvación o su contrario de muchas publicaciones, los datos (Weill,1962,145) de *Le Siècle* son reveladores: “Tenía 30.000 abonados , de ellos 10.000 en París y 20.000 en provincias. Los ingresos regulares que daban estas

suscripciones ascendían a 170.000 francos. Los gastos fijos comprendían 50.000 francos de administración, 100.000 de redacción, 64.000 de composición tipográfica, 30.000 de interés por el capital invertido. Esto hacia 240.000 francos. La diferencia de 74.000 francos entre los ingresos y los gastos tenían que cubrirla los anuncios. Estos produjeron el primer año 45.000 francos, el segundo 177.000, el tercero 134.000, el cuarto 127.000 (de ellos 50.000 francos de malos valores). Hay, pues un ingreso importante, pero muy variable, que hay que estabilizar por medio del arrendamiento; el director firma en 1840 un contrato arrendando las 5/6 partes de la cuarta página del periódico por el precio anual de 180.000 francos”.

La publicidad influye en la supervivencia de los periódicos diarios. Estas publicaciones tenían un precio elevado entre otras causas por:

- Precio elevado del papel, se disminuye su coste cuando se sustituye el papel de trapos por el papel de pasta madera.
- Dificultad en distribución ejemplares. La venta mayor es por suscripción más que por venta directa.
- Público lector escaso, alto nivel de analfabetismo.

Se recurre a la estrategia de abaratar costes para reducir el precio del periódico y aumentar el número de lectores. A su vez esto conlleva aumentar la tirada y entonces acuden los anunciantes aumentando el número de reclamos publicados. Un estudiante de medicina, Manuel María Santa Ana (Sevilla, 1829-Madrid, 1894) estuvo exilado en Francia en 1844 durante dos años y debió conocer *La Presse* de Girardin. Cuando retorna a Madrid funda *La Carta autógrafa*, un precedente de lo que será una agencia informativa. Girardin conecta con la publicación cuando en 1846 se inaugura el telégrafo eléctrico entre Madrid e Irún. Santa Ana, un auténtico personaje de la comunicación fue propietario del diario *La Correspondencia*, la Sociedad General de Anuncios, una imprenta y una fábrica de papel. (Alvarez Fernández, 1981, 174-177)

La publicidad está abandonando el uso de los voceros y las hojas volanderas, el inicio de la publicación de anuncios en la prensa diaria supone la aparición de la publicidad como actividad comercial. A mediados del siglo XIX esta actividad comunicativa se origina por:

- El proceso de industrialización desencadenado por la Revolución Industrial.

- Traspasar el ámbito regional y llegar a más consumidores y distribuidores.
- La creación de “marca” para aumentar el consumo
- Un mayor conocimiento de su producto. Poner en contacto al fabricante con el consumidor.
- Una nueva mentalidad comercial y empresarial.

Las relaciones entre los anunciantes y la prensa constituyen uno de nuestros objetivos más complejos, dado que en este periodo se estaba estructurando esta actividad. En París, Charles Louis Havas funda la Agencia Havas en 1835, como un servicio de traducción de noticias extranjeras. En 1845 Charles Duveyrier funda la “Société Générale des Annonces”, aparece una figura que se sitúa entre las empresas de prensa y los anunciantes. Además tiene la exclusiva publicitaria, a cambio de una cantidad anual y la exclusiva por 25 años de los periódicos de mayor tirada en Francia como, *La Presse*, *Le Constitutionnel* y *Les Journals des Débats*. Esta aventura empresarial de Duveyrier finaliza tres años después (5 de abril 1848) según *Le Presse*. En 1852 la Agencia Havas ofrecía servicios de traducción, información y publicidad tanto de medios nacionales como extranjeros.

En España, el año 1867 surge la Agencia Fabra (Valls, 1988,166-167) cuando quiso ofrecer noticias internacionales firmó un contrato con la Agencia Havas. Podemos decir que esta agencia monopolizó las noticias del exterior, desde 1870 hasta 1901, cuando los periódicos diarios nacionales enviaron corresponsales a París. Al producirse el reparto mundial de agencias por zonas de influencia, España aparece dentro la Agencia Havas (1913).

Los primeros publicitarios que vamos a llamar “agentes” eran comisionistas de anuncios y de comercio en general, y así suelen aparecer en las guías comerciales consultadas. Eran intermediarios entre el anunciante y el diario. Surgen para los anunciantes de fuera del ámbito del diario, ya que los anunciantes locales se podían dirigir directamente a la redacción del periódico. De todas formas en Valencia no hemos encontrado ningún agente ni agencia de publicidad por estas fechas. Para el año de investigación de nuestro trabajo en el apartado de Agencias de Publicidad, hemos encontrado.

Para Barcelona en (Bailly-Bailliere,1886, 829) aparecen:

- Grañen y comp^a, Princesa, 42.
- La Propaganda española, Palma de San Justo ,9.

- Roldós y comp^a, Escudillers, 3.

Para Madrid en (Bailly-Bailliere, 1886, 245) aparecen:

- Bentfeldt (Gustavo), Tudescos, 39.
- Bill y comp^a (Alejandro), Rubio, 24
- Empresa de anuncios en los tranvías, Cádiz, 9.
- López (Manuel), Esparteros, 1
- Martín (Isidro), Jardines, 19.
- Runqui (Aguiles), Fuentes, 6.
- Saavedra (C.A.), Sordo, 31.
- Storr (Ricardo), Valverde, 19. Agencia de publicidad la más antigua en todos los periódicos nacionales y extranjeros, telones de teatro, tranvías y demás medios conocidos.

Ahora siguen dos nombres de interés por las actividades que desarrollan y el lugar de su procedencia.



Figura 7 . Anuario Bailly-Bailliere, 1886, página 245.

Observese que su aparición no sigue el orden alfabético, así mismo el señor Durán aparte de ser el “Agente” de este Anuario, indica su domicilio en la calle Sargento número 7 de Málaga. El otro anunciante es Azcarate & F. Ducos, que debe ser el socio francés, domiciliado en San Juan de Luz. Están

especializados en anuncios para “periódicos” de vinos de España, Francia, Italia, Bélgica y Suiza.

Siempre que hemos podido realizamos una mirada en los alrededores informativos, sobre todo en una actividad con tan poca documentación como los inicios de la publicidad. En la *Agenda e Indicador de Madrid para 1882*, aparecen como Agencias de Publicidad (página 56) las siguientes:

- Escamez D. Antonio, Preciados, 35.
- Quintanilla D. Manuel, Fomento, 23.
- Storr D. Ricardo, Ballesta, 7.

De estos tres agentes, solo continua anunciándose en 1886, D. Storr aunque cambiando de dirección postal.

También aparecen otros soportes de publicidad como los carteles en edificios y calles, así como en un nuevo medio de locomoción como los tranvías. En los dos periódicos analizados aparece la posibilidad de anunciarse en ellos.

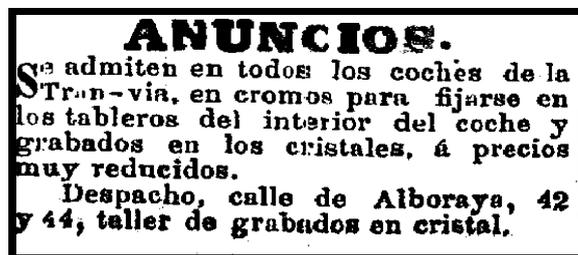


Figura 8 . *El Mercantil Valenciano*, 13-1-1886, página cuarta.

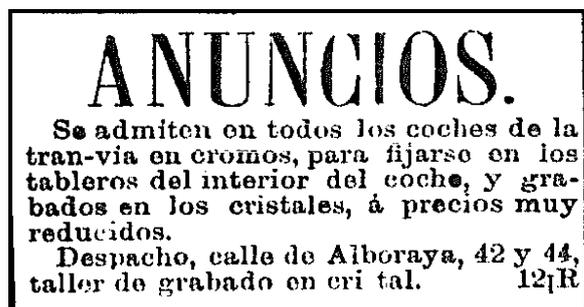


Figura 9 . *Las Provincias*, 13-1-1886, página cuarta.

En el caso de la publicidad sobre la salud se va a centrar mayoritariamente en los anuncios sobre productos medicamentosos. Ya hemos comentado en algún apartado las cautelas en la denominación de lo que actualmente conocemos por medicamentos. Si la publicidad como actividad está en sus inicios, los estudios sobre ella tampoco son abundantes. En 1972 aparece la publicación “Propaganda y Medicamentos” de Ramón Jordi Gonzalez y tres años después “Estudio Histórico de la Especialidad Farmacéutica en España” de María del Carmen Francés Causape, que tiene un apartado sobre publicidad. Llama la atención el empleo de la palabra *Propaganda* cuyo uso, acordado de modo general se utiliza desde hace años para la publicidad ideológica o política. Para finalizar una definición de publicidad del catedrático de Historia de la Farmacia de la Universidad madrileña, también coleccionista de artículos publicitarios relacionados con la profesión y que dedicó su tesis de licenciatura al escritor Antonin Artaud. “La publicidad ,entre otras cosas, es un exudado de la cotidianidad, una forma menor de arte, más o menos popular, y una fuente de información”(Puerto, 2004,56).

El mercado periodístico en los ochenta

La ciudad de Valencia, a fines del siglo XIX, era una populosa urbe, la tercera más poblada después de Madrid y Barcelona, sumida en constantes trasiegos mercantiles la mayor parte de ella, siendo eco de las múltiples problemáticas que rodeaban a los habitantes de su abastecedora periferia, albergando unas elites dirigentes nada ajenas a los rumbos políticos de la propia Nación.

Diariamente, cada valenciano que supiese leer y tuviese la cantidad de 5 céntimos de peseta en su bolsillo, podía elegir entre 7 periódicos distintos, y a lo largo del año, entre 48 publicaciones que iban desde boletines de sociedades concretas, pasando por semanarios de distinto signo -alguno de ellos escrito en valenciano- hasta revistas monográficas de muy diverso tipo.

Entre estas publicaciones, además de los dos diarios de referencia que hemos seleccionado, también destacan los periódicos de anuncios que se lanzan al mercado en estos años. En primer lugar, el *Diario de Avisos de Valencia*, publicado en el primer semestre de 1884 que dejó de salir el 1 de

julio después de 156 días de vida. En el mismo mes que el anterior, cesaba *El Eco de Valencia*, subtítulo “diario de Valencia” y *El Papel*, “periódico religioso de noticias. Órgano defensor y propagador de la doctrina católico-democrática”, del que tan sólo se publicaron tres números. Es el caso también del “Diario político independiente”, titulado *El Defensor de Valencia*, que se publicará entre abril y julio de 1888. Su lema, “Todo por Valencia y su provincia”, expresado de forma reiterativa en su primer número, identifica un cierto tono nacionalista acorde a las corrientes regionalistas del momento. En 1889 se suceden las iniciativas para crear publicaciones básicamente de anuncios con reparto gratuito. Así, en enero de 1889, Francisco Carrión Muedra solicitaba permiso al Gobernador para publicar el semanario *El Anunciador Valenciano*, “con el objeto único y exclusivo de insertar anuncios del comercio” y repartirse gratuitamente por Valencia y principales poblaciones de la provincia. Después, nacían *El Cid Anunciador* y *El Veloz Anunciador*, con idéntico planteamiento. La experiencia se repite con *El Anunciador*, un “Diario de noticias, literatura y anuncios”, aparecido el 3 de septiembre de 1890, del que tan sólo se publicaron 4 números; un diario de “Avisos y noticias”, con el conocido título de *Diario de Valencia*, que tan sólo duró la primera semana de enero de 1893. Como se comprueba, ninguna de estas iniciativas donde la publicidad se convierte en el objetivo básico logró superar el trimestre de vida.

La mayor parte de estos diarios presentan unas características formales muy parecidas: son ejemplares de cuatro páginas, con un tamaño de cuatro folios cada una de ellas y una división de cinco columnas por página. La principal novedad de esta etapa será la incorporación del teléfono a los datos registrales que figuran en la cabecera en 1888. Hasta su incorporación, los flujos informativos (Laguna-Martínez, 1992, 88) viajaban a través del correo, telegrama y telégrafo, su intervención por irregularidades en el servicio de correos, secuestro de telegramas y corte de líneas telégrafo suponía una forma de censura. El pionero será *Las Provincias* con el número 16; luego *El Mercantil Valenciano* con el 62; y así hasta el resto. El teléfono, a medida que la red vaya creciendo, impulsará el periodismo informativo y abrirá las puertas al periodismo de crímenes que inaugura el ocurrido en la calle de Fuencarral de Madrid. Diarios como *El Mercantil Valenciano* dedicarán, como si de una sección fija se tratase, su espacio y su atención a este suceso desde julio de 1888 hasta junio del siguiente año. Otros, como *Las Provincias*, se negarán a publicar este tipo de noticias, por considerarlas “impropias de hogares decentes”.

Características de los anuncios.

Los anuncios son recuadros informativos que aparecían mayoritariamente en la página cuatro. En muchas ocasiones estos anuncios se repiten bastantes días y entonces aparece lo considerado como un gran anunciante. Ahora bien en nuestro vaciado manual con material de microfilm, en aras a una mejor visualización, minimizar al máximo la pérdida de visión y realizar su mejor lectura, hemos utilizado una óptica de aumento. Por tanto nuestra ficha de papel reproduce el anuncio no a escala 1:1 sino aumentada. Para no perder esa información anotamos en cada una de las fichas de trabajo todos los días de inserción del anuncio, hemos primado más la información que el espacio ocupada. Por estas fechas, creemos es más importante la frecuencia del anuncio que su tamaño. De hecho veremos casos de anuncios de gran tamaño cuya frecuencia es de pocas inserciones. Para su reproducción en esta publicación hemos procedido a escanear todo el material obtenido a partir de material microfilmado, y más recientemente a partir de soportes digitalizados. Por ello aparecen diversas calidades dependiendo del momento y soporte utilizado.

PILDORAS Y UNGÜENTO HOLLOWAY.									
ESTOS MEDICAMENTOS obtienen una aceptación y una venta más universales que las de ningún otro remedio en el mundo.									
LAS PILDORAS son el mejor purificante conocido para la sangre, originan todos los desórdenes del hígado y del estómago, y son igualmente eficaces en los casos de disentería; en fin, no tiene rival como remedio de familia.									
EL UNGÜENTO cura pronto y radicalmente las heridas antiguas, la llagas y las úlceras, aun cuando oponen veinte años de existencia, y es un específico infalible contra las enfermedades cutáneas, por malignas que sean, tales como la lepra, el escorbuto, la sarna y todas las demás afecciones de la piel. Cada caja de Pildoras y bote de Ungüento van acompañados de amplias instrucciones para el uso del medicamento respectivo, pudiendo obtenerse estas instrucciones impresas en todas las lenguas conocidas.									
LAS PREPARACIONES HOLLOWAY se hallan de venta en todas las principales boticas y droguerías del mundo, y en LONDRES, 338, Oxford Street, en el Establecimiento central del Profesor HOLLOWAY. En Valencia, farmacia de Andrés y Fabiá, frente al caballo de San Martín.									
CP 15-1-88 p 7	13-2	12-3	27-4	18-6	26-7	15-8	1-9	21-7	7-10
22-1	16-2	19-3	29-4	19-6	28-7	17-8	2-9	22-7	8-10
25-1	17-2	20-3	1-5	22-6	29-7	18-8	3-9	23-7	9-10
27-1	18-2	25-3	8-5	25-6	1-8	19-8	4-9	24-7	10-10
29-1	19-2	26-3	10-5	27-6	4-8	20-8	5-9	25-7	11-10
30-1	20-2	30-3	17-5	30-6	5-8	21-8	6-9	26-7	12-10
3-2	21-2	2-4	24-5	3-7	6-8	22-8	7-9	27-7	13-10
5-2	22-2	7-4	27-5	7-7	7-8	23-8	8-9	28-7	14-10
6-2	26-2	7-4	30-5	13-7	9-8	24-8	9-9	29-7	15-10
22-2	27-2	13-4	31-5	13-7	10-8	25-8	10-9	30-7	16-10
9-2	2-3	14-4	6-6	21-7	11-8	26-8	11-9	31-7	17-10

Figura 10. Ejemplo de Ficha en papel de Trabajo.

Un diario se componía de una administración, una redacción donde se encontraban los periodistas y gacetilleros y tenía asociado un taller de impresión, que muchas veces, en los grandes rotativos se encontraba en el

mismo edificio. Por varias razones, una, para poder publicar las noticias de última hora y otra, para disponer de una libertad e independencia de publicación que se podía poner en peligro si se compartía la imprenta.

En Prensa, la maqueta del periódico es el modelo o forma de cómo va a ser una plana del diario. El confeccionador va distribuyendo los espacios y por tanto se dice "imponía su dictadura" sobre todo con la disposición de espacios fijos para información ya conocida, como pueden ser la publicidad y los avisos oficiales. La distribución del espacio en aquella época se hacía a mano (letra a letra), en tiras llamadas columnas, la plana de los periódicos investigados constaba de cinco columnas. Esto respondía a criterios tecnológicos, (Gürtler,2005,61), citando a un periódico emblemático como *El Times* londinense indica que ese cambio se produjo cuando adoptó las prensas Stanhope, una prensa plana metálica que sustituyó a las antiguas de madera "que además de una calidad de impresión superior y aumento de la tirada... hacían posible formatos de periódico significativamente mayores. Esto comportó que a partir del 30 enero de 1809 las ediciones de los lunes se editaron a cinco columnas. Esta disposición a cinco columnas se adoptó con carácter general desde 1811".

La disposición en el espacio de la publicidad que ha aparecido en los diarios estudiados ha sido de diversas maneras, que conforman diferentes tipos de anuncios:

- **Entradillas** o Reclamos: anuncios de texto breve que aparecen en la primera plana, en otro tipo de letra y muchas veces remiten a un anuncio en la plana cuarta.
- **Generales**: publicados en la última página, encartados con algún filete negro, algún dibujo y distinto tipo de letra.
- **Clasificados**: conocidos también como anuncios por "palabras" suelen acompañar a los anteriores y en la última plana.
- **Noticia**: son publicidad enmascarada entre la información y en sus planas. A veces solo cambian el tipo de letra.

Todo discurso publicitario tiene un texto y una parte gráfica. El texto publicitario contiene la información que se distribuye en tres apartados : **Titular**, **Cuerpo** y **Cierre**. En la parte gráfica situamos los aspectos tipográficos e ilustrados (dibujo, grabado, fotograbado...).

El **Titular** suele apelar al nombre del producto del que se informa, en él suele intervenir recursos tipográficos. Cuando la publicidad se haga más creativa puede aparecer un “antetítulo” para llamar la atención del lector.

El **Cuerpo** es la parte central de reclamo publicitario. Es la zona de la argumentación, donde se va inducir la compra del producto. Usando desde el charlatanismo a la argumentación científica. El espacio donde se colocan las citas de autoridad. Aunque los premios y medallas obtenidos por el producto suelen acompañar al Titular.

El **Cierre** es la parte de abajo, el final del anuncio, donde aparecen las conclusiones o beneficios del producto y el lugar donde comunicar donde se puede encontrar el producto publicitado.



Figura 11. Ejemplo de los tres elementos de un anuncio.

En aquellos tiempos, la parte gráfica se resolvía con los recursos tipográficos, el uso de los distintos ornamentos y algún dibujo o grabado. Procedimientos como el fotograbado, huecograbado y offset todavía no habían sido descubiertos por aquellas fechas. Esto hace que el balance entre texto e imagen, en aquellas fechas sean citados como recursos gráficos, se encuentre inclinado hacia el texto. En la fase de redacción del trabajo de investigación nos hemos visto obligado a usar una serie de palabras como:

aviso, reclamo, anuncio, prospecto, proclama... para no repetir en exceso las palabras como “anuncio” y “publicidad”. Estas palabras a lo largo del tiempo han tenido diferentes significados y su estudio histórico-filológico no es objeto de nuestra investigación.

Además nos hemos tenido que dotarnos de algunos recursos procedentes del mundo de la Artes Gráficas para describir los anuncios. La edición de un periódico se componía de dos operaciones: la composición y la impresión. En la composición intervenía el cajista o tipógrafo que debía conocer los recursos de la tipografía. La tipografía, en el diccionario de la RAE 21ed. se define como “arte de imprimir”. Hemos consultado el “Manual completo de Tipografía Española” de Antonio Serra y Oliveres, publicado en 1852 por la Librería de D. Eduardo Oliveres de Madrid . Esta publicación se vendía por suscripción y el autor comunica que el editor valenciano D. Mariano Cabrerizo, “ ha suscrito veinte y tres ejemplares”.

Este texto coetáneo con el periodo estudiado nos proporciona la terminología del momento. Los citamos a modo de diccionario, su descripción procede del texto de Antonio Serra, que publica un diccionario en las páginas 249 hasta 266 de su publicación:

Bastardilla.-Carácter declinado, inventado en Italia.

Bigote.-Una raya en figura de lanzaderas que sirve para separación de materias y otros objetos.

Blancos.- Separación que se pone entre las páginas y las líneas.

Carácter.-Todos los signos tipográficos que sirve para la impresión.

Corondel.- Filete grueso de cuerpo que se ponen para división de columnas.

Cuerpo.- El grado de la letra.

Cursiva.- (V.Bastardilla)

Errata.- Las equivocaciones en la colocación de los tipo que se cometen al componer.

Filete.-Tiras largas y delgadas de metal a la altura de la letra siendo de raya gruesa, delgada o de dos finas

Mayúsculas.- Letras capitales del alfabeto.

Minúsculas.-Las letras correspondientes a la caja baja.

Ojo.- La parte que en relieve forma la letra en su extremo de la misma

Orlas.- Viñetas y otros adornos fundidos de varios tamaños y dibujos.

Tipo.- el molde de cada letra.

Versales.-Las letras mayúsculas.

Versalitas.-Las mismas solamente de ojo más pequeño.

Viñetas.- (V.orlas)

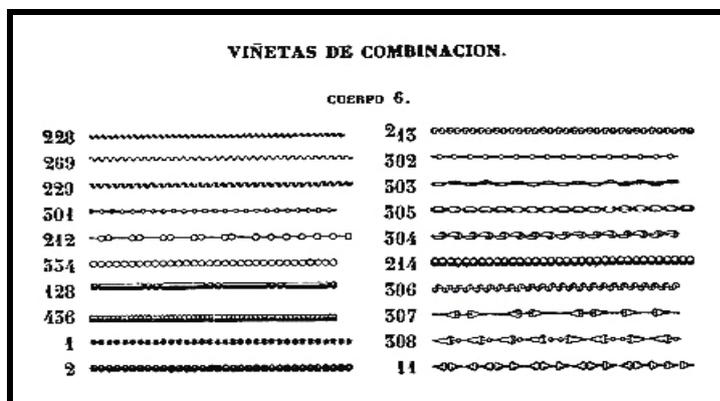
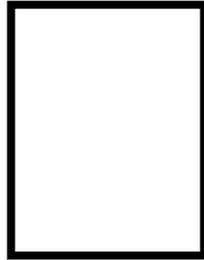


Figura 12. Serra Oliveres, A.(1852) *Manual Completo de Tipografía Española.* página 317.

Una de las denominaciones más tipográficas gira alrededor de la palabra "Caja ". Se trata de un cajón con divisiones donde se alojan cada uno de los tipos metálicos de las letras. El que maneja ese "caja" se le puede llamar cajista, pero también componedor. Otros términos son: Caja Alta y Caja Baja, según la zona donde se encuentran los tipos. Si están arriba se habla de "caja alta" y lo contrario. Pero también sirve para

denominar a las letras. En la Caja Alta se encuentran las mayúsculas y en la Caja Baja las minúsculas .

La disposición de estos anuncios puede ser en vertical u horizontal.



Vertical



Horizontal

A su vez el texto puede estar enmarcado por diversos recursos gráficos que se llaman filetes , de diferente grosor y forma. Pueden ser líneas, bolas y otros recursos gráficos, pero enmarcando el texto. Se trata de distinguir el espacio publicitario dentro de una plana del periódico.

La composición básica de los reclamos publicitarios tiene una amplitud de una o dos columnas, la longitud podía ser mayor, y para precisar introducimos los formatos de anuncio que denominamos **horizontal** y **vertical** . Lo que en publicidad se llama “modulo” sería un espacio de igual ancho que largo, en nuestro caso un cuadrado de la anchura de una columna. A veces, para dar una idea del tamaño contamos las líneas de texto publicitario, todas las líneas incluidos los titulares. Está claro que los anuncios más impactantes a la vista del lector son los más grandes, dado que los llamados recursos gráficos todavía son escasos, suele aparecer algún dibujo o grabado. Por tanto tendremos anuncios a 5 columnas en disposición horizontal o vertical. En el inventario indicaremos los tamaños excepcionales y los habituales serán de 2 y 1 columna, en estas circunstancias no se dice nada respecto al tamaño.

Las posibilidades de un anunciante pueden ser varias:

- Cuantitativa, en número de inserciones publicitarias.

- Cualitativa, cambiando la configuración del reclamo publicitario.

Ambos modelos se reúnen en uno que hemos llamado **Anuncio de Continuidad**. En los inventarios hemos introducido el concepto de Anuncio de Continuidad (AC) para tipificar esta publicidad. Veamos un caso paradigmático: la Emulsión Scott de aceite de hígado de bacalao. Tiene tres modelos publicitarios que a nivel de inventario se consideran como uno, por tipo AC. Tiene un modelo vertical con 49 días anunciados, otro vertical con 39 días y 33 Anuncio Noticia, en total tenemos 121 impactos publicitarios.

Difusión y ámbito de influencia

Los datos para conocer la difusión y el ámbito de influencia son equívocos y de difícil cuantificación. Como dice Josep Francesc Valls, “pocos y escasos datos han aportado los estudios de cuantificación de la prensa española en el XIX sobre tirajes reales, las ventas y menos sobre la aceptación de los lectores a tal o cual periódico” (1988, 43). Unos autores recurren al número de suscriptores, otros a los gastos en Correos, y otros al Impuesto del timbre. La controversia reside en que una información es proporcionada por los propios interesados (tirada) pero a su vez adquiere una dimensión recaudatoria (Impuesto del timbre). Este aspecto es interesante no solo desde el punto de vista histórico, económico y social, sino también del publicitario. En el caso de los reclamos publicitarios suele funcionar el parámetro de: a mayor difusión se puede cobrar más por las anuncios.

En la primera plana *El Mercantil Valenciano* reproduce con el titular “ A los anunciantes” un texto ya reproducido el año anterior para justificar su difusión. Anuncia el servicio de suscripción de la capital más las poblaciones que tienen suscrito ese sistema reparto. Luego cita el ferro-carril de Gandía y Denia como vía de reparto a las poblaciones atravesadas.

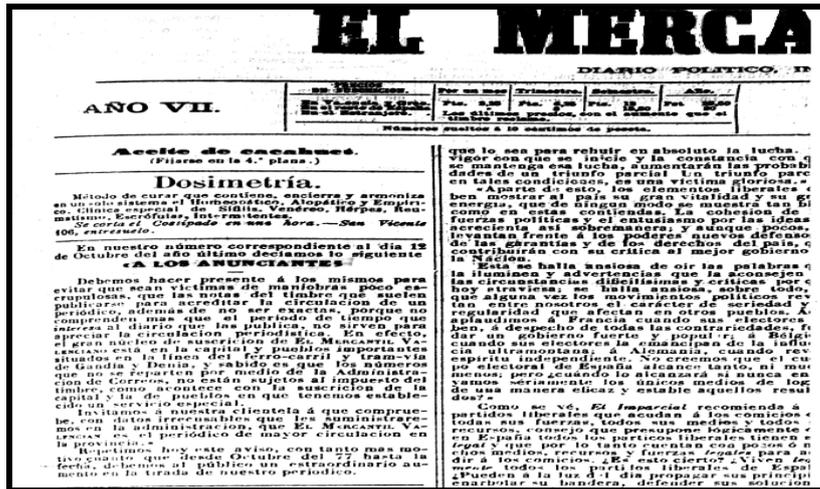


Figura 12. El Mercantil Valenciano, 17-8-1878, primera plana.

Volviendo al año de 1886, vemos que debajo del Título y Subtítulo de *El Mercantil Valenciano* aparece la fecha de publicación y al lado izquierdo el precio de las suscripciones y al lado derecho el precio de los anuncios.



Figura 13. El Mercantil Valenciano 13 -1-1886, primera plana.

Como no se pueden leer fácilmente los datos de la publicidad, situados en la parte derecha, procedemos a realizar su ampliación.

PRECIOS DE LOS ANUNCIOS.	EN 1.ª PLANA. Por línea.	EN 2.ª Y 3.ª PLANA. Por línea.	EN 4.ª PLANA. Por línea.
Para SS. suscritores..	Ptas. 0'50	Ptas. 0'20	Ptas. 0'04
Para los que no lo son.	" 1	" 0'25	" 0'07
Esquelas funerarias y reclamos: precios convencionales.			
Corresponsal en PARIS para anuncios y reclamos:—Monsieur A. Lorette, 51 bis, rue Sainte-Anne.			

Figura 14. *El Mercantil Valenciano*, 13-1-1886, precio anuncios.

Nos interesa destacar que los precios de los anuncios descienden en función de las páginas de lectura, de más cara la primera hasta la última página. Tanto para suscriptores como los que no lo son, teniendo los primeros un pequeño descuento. También aparece un corresponsal en París, Monsieur A. Lorette, para anuncios y reclamos. Al iniciarse el último trimestre del año, aparece una noticia publicada en la primera plana los días 15,16 y 17 octubre que reproducimos por su interés.

A LOS ANUNCIANTES.

Accediendo á los deseos que nos han manifestado algunos señores industriales y comerciantes, y teniendo en cuenta la crisis penosa por que atraviesa nuestra region, ofrecemos hoy al público una *nueva tarifa especial para anuncios permanentes, á precios muy reducidos.*

Estos contratos á precio reducido se harán por un minimum de treinta inserciones de anuncios ó reclamos en tres meses y en cualquiera de las cuatro planas del periódico.

La baja acordada es proporcional al número total de líneas contratadas.

La Administracion.

Figura 15. *El Mercantil Valenciano* 15,16, y 17-10-1886, primera plana.

Esta publicidad nos habla de una “crisis penosa en nuestra región”, suponemos debida a los estragos ocasionados por la reciente epidemia de cólera (1884-1885) que según algunos autores produjo la desaparición de 20.000 valencianos. En el campo publicitario, oferta un precio reducido a los

que coloquen treinta inserciones en tres meses, y lo más interesante en cualquiera de las cuatro planas. Por este anuncio, podemos confirmar la presencia de un agente o persona especializada en la gestión de esta actividad.

En las tarifas de publicidad del periódico del mes de octubre se han producido cambios. Aparece una tarifa única y rebajas a los suscriptores. Se mantiene el corresponsal en París, aunque cambia de dirección, y lo más importante aparece “SS Roldós Compañía”, una de las primeras agencias publicitarias de la cual hablaremos en su momento.

PRECIOS DE LOS ANUNCIOS.		
EN 1.ª PLANA. Por línea.	EN 2.ª Y 3.ª PLANA. Por línea.	EN 4.ª PLANA. Por línea.
Ptas. 1'00	Ptas. 0'50	Ptas. 0'07
Rebajas convencionales á los SS. suscritores.		
Corresponsales en PARÍS.—Monsieur A. Loreux, rue Caumartin. En Barcelona.—SS. Roldós, Comp.ª Escudillers, 30.		

Figura 16. *El Mercantil Valenciano*, 7-10-1886, precio anuncios.

Para el final de año, se mantienen las tarifas de los anuncios y los mismos agentes en París y Barcelona.

PRECIOS DE LOS ANUNCIOS		
EN 1.ª PLANA. Por línea.	EN 2.ª Y 3.ª PLANA. Por línea.	EN 4.ª PLANA. Por línea.
Ptas. 1 00	Ptas. 0'50	Ptas. 0'07
Rebajas convencionales á los SS. suscritores		
Corresponsales en PARÍS.—Monsieur A. Loreux, rue Caumartin. En Barcelona.—SS. Roldós, Comp.ª Escudillers, 30		

Figura 17. *El Mercantil Valenciano*, 31-12-1886, precio anuncios.

La otra posible variable para influir en el aumento de la tirada sería alterar el precio de la suscripción. Bajo la hipótesis, de que disminuir el precio de suscripción, podría aumentar el número de suscriptores y por tanto aumentar la tirada. Conocemos los datos que se publican en la parte izquierda de la primera plana, tanto de principio como de final de año.

DIARIO PO				
PRECIOS DE SUSCRICION.	POR UN MES.	TRIMESTRE.	SEMESTRE.	AÑO.
En Valencia	Ptas. 2'25	Ptas. 6'25	Ptas. 12	Ptas. 23'50
En el resto de España . . .	" "	" 8	" 15'50	" 30
En el Extranjero, Union postal	" "	" 13	" 25	" 50
Redaccion y administracion, Gracia, 78, principal y bajo.				

Figura 18. *El Mercantil Valenciano* 13-1-1886. Precios suscripción.

Se podría pensar que si se altera el precio de suscripción, aumentaría el número de suscriptores.

DIARIO PO				
PRECIOS DE SUSCRICION.	POR UN MES.	TRIMESTRE.	SEMESTRE.	AÑO.
En Valencia	Ptas. 2'25	Ptas. 6'25	Ptas. 12	Ptas. 23'50
En el resto de España . . .	" "	" 8	" 15'50	" 30
En el Extranjero, Union postal	" "	" 13	" 25	" 50
Redaccion y administracion, Gracia, 78, principal y bajo.				

Figura 19. *El Mercantil Valenciano* 31-12-1886. Precios suscripción.

Al consultar el último ejemplar del año 1886 vemos que se mantienen sin variación: los precios de suscripción, la dirección postal de la redacción y de la administración, como se observa en el último ejemplar del año reproducido arriba. En el caso de *Las Provincias*, la cabecera de la primera plana, en el lado izquierdo figuran los lugares de suscripción (sic) y en el derecho los precios de suscripción (sic). Los precios de los anuncios no los hemos encontrado.

PRECIOS DE SUSCRICION.	
En Valencia	En el resto de España . . .
mes, 10 rs.	12
trimestre, 28	36
semestre, 54	70
año, 102	140
Fuera de Valencia. En la Península: trimestre, 36 rs.; semestre, 70; año, 140.—En Ultramar, Francia, Italia, Inglaterra, Alemania y demás países de la Unión Postal: trimestre, 54. Número suelto, 10 céntimos.	

Figura 20. *Las Provincias* 13-1-1886. Precios suscripción.

Las cosas no estaban tan claras, dado que la edición de todo tipo de diarios estaba a la orden del día, hubo cabeceras que solo duraron un mes. Para situarnos hemos confeccionado una tabla con datos de los precios de suscripción, tanto de los periódicos locales estudiados como de dos de los más influyentes de época, como son *La Correspondencia de España* y *El Imparcial*.

Tabla 1. Comparación dos cabeceras locales y dos nacionales.
Fuente :cabeceras periódicos en 1886.

Cabecera	Precio ejemplar	Suscripción Local	Suscripción Resto
EMV	10 cts.	2,25ptas./mes	6,25ptas./trimestre
LP	10 cts.	10 reales/mes	36 reales/trimestre
Correspondencia	5 cts.	-----	-----
Imparcial	5 cts.	1 ptas./mes	6 ptas./trimestre

En la elaboración hemos utilizado el mayor número de datos comparables. Aunque existían precios para un mes en el caso de la Suscripción Resto (fuera del ámbito local) utilizamos el dato trimestral que nos proporciona más información. En el caso de *La Correspondencia de España*, si que existen datos diríamos que distorsionados, dado que están en una campaña de regalo de ejemplares de una enciclopedia a los suscriptores. Nos llaman la atención los siguientes datos:

- Los diarios editados en Madrid como *La Correspondencia de España* y *El Imparcial* el precio del ejemplar suelto es la mitad de los diarios valencianos.
- En el caso de la suscripción mensual, ocurre lo mismo. El periódico *Las Provincias* es de 10 reales. Para realizar una comparación hemos de traducir los reales a pesetas. En la Gaceta de Madrid de 26 marzo de 1869 se insertan unas Tablas de reducción antiguas monedas, desde la introducción de la peseta por decreto 19 octubre 1868. Entonces 10 reales de plata= 2,59 pesetas; 4 reales de vellón =1 peseta. Por tanto la suscripción mensual de *Las Provincias* equivale a 2,50pesetas.
- Precios superiores a la 1 peseta del *Imparcial*, y aunque no hemos encontrado precio de *La Correspondencia*, por su competencia tendría el mismo precio.



Figura 21. *El Imparcial*, 6-1 1886. Cabecera.

Si observamos la cabecera de *El Imparcial*, vemos que pone la tirada del día anterior (60.110). La publicidad en los periódicos está relacionada con el precio del anuncio y el número de ejemplares impresos lo que se llama “tirada”, luego estarían los ejemplares vendidos y por último los leídos. En estas fechas nos manejamos con los datos de tirada siempre controvertidos, que ha sido prácticamente imposible conocer con certeza, dado que las informaciones no son contrastables. Para los diarios estudiados, (Laguna-Martinez, 1992, 89) en un informe de Gobierno Civil de 1889, establece una tirada mensual para *El Mercantil Valenciano* de 120.000 ejemplares y para *Las Provincias* de 180.000 ejemplares.

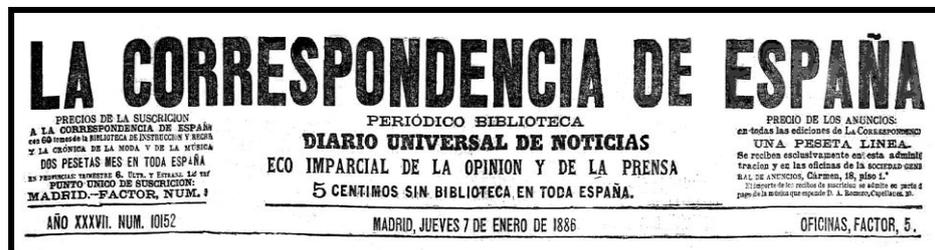


Figura 22. *La Correspondencia de España*, 7-1-1886. Cabecera.

Para las tarifas de publicidad recogidas, elaboramos una tabla con las siguientes observaciones. No encontramos datos de *Las Provincias*. En el caso del diario *La Correspondencia de España* la tarifa es única para todas las ubicaciones. Normalmente la página de colocación de los anuncios es la cuarta, cualquier otra debería tener una tarifa superior. Como ocurre con *El Imparcial*, donde la inserción de una publicidad en la tercera plana se dispara a 3 pesetas la línea. En esta publicación diaria hay una tarifa para Extranjero a 0,75 céntimos línea. Suponemos se refiere anuncios recibidos desde el extranjero, aunque como serían recibidos por agentes o agencia se les aplicaría el tarifario elegido. Con mayor certeza es para publicidades en las ediciones de Colonias y Ultramar. La ausencia de tarifas en *La*

Correspondencia de España, se debe (Eguizabal, 1998 ,445) a que firmó un acuerdo con la “Sociedad General de Anuncios de España” que alquiló la cuarta plana por casi mil pesetas diarias durante quince años.

Tabla 2. Comparación precios publicidad nacional.
Fuente: cabeceras periódicos en 1886.

A N U N C I O S				
N A C I O N A L				
CABECERA	1ª Plana	2ª Plana	3ª Plana	4ª Plana
Correspondencia	No especifica		1 ptas./línea	
Imparcial			3ptas./línea	0,50 cts/línea
EMV	1 ptas/línea	0,25ptas/línea	0,25 ptas./línea	0,07ptas./línea
LP		[S.D.]		

Pero las cosas eran complejas, dado que las tarifas de publicidad funcionaban con la tirada de ejemplares y estas a partir de 1871 (Gaceta de Madrid 2-V-1871) se mide con la cuota del timbre de papel que es única (3 pesetas/kilo). Por tanto, pagar una cuota elevada del timbre suponía una tirada mayor. Pero podía ocurrir que esta relación no fuera así de cierta. De una escisión del diario *El Imparcial* surgió *El Liberal* (31-5-1879) unos meses después, el 2 de octubre demostró que en *El Imparcial* había diferencias entre las tiradas declaradas en la primera plana y la cuota del timbre satisfecha.

Las principales fuentes de financiación de las publicaciones eran la venta por suscripción más que por quiosco (o más bien voceadores de esquina) y la publicidad. *El Liberal* introdujo el 23 de diciembre de 1879 la sección de “Anuncios recomendados”, lo que conocemos hoy como “Anuncios por palabras”. En aquellas fechas este diario (Gómez Aparicio,1971,413) publicaba lo siguiente: “ Desde hoy abrimos en la cuarta plana un cuadro especial, de gran utilidad para los comerciantes, industriales y anunciantes de todo género de servicios. Los establecimientos fijos pueden anunciarse en ese cuadro diariamente por 25 reales mensuales. Los anuncios de servicios personales, alquileres de casas, huéspedes, pérdidas, almonedas, ventas, préstamos, traspasos, nodrizas, etc., se admitirán para esta Sección hasta las 12 de la noche anterior al que deban publicarse y no se satisfará por ellos más que un real por línea de inserción, siendo gratis la línea general que encabeza el anuncio”

En el tema publicitario las relaciones entre anunciantes y los periódicos suelen ser controvertidas. En 1880 surge el “Gremio de Anunciantes Españoles”, que estaba compuesto por 86 miembros, muchos de ellos anunciantes en los periódicos estudiados en esta investigación. *El Liberal* del 1 abril de 1880 publica la lista de los miembros y acuerdos con el “Gremio de Anunciantes Españoles”. Una de sus cláusulas decía que no se anunciarían ni en *El Imparcial* ni *La Correspondencia de España* hasta no convenir precio y condiciones. Otra cláusula era anunciarse a precio convenido en “La Liga de los diez periódicos”. Estas experiencias fueron efímeras, el pacto entre el Gremio y la Liga se rompió mediante anuncio en *El Liberal* de 19 abril por un artículo del farmacéutico Dr. Garrido. En el caso de la relación entre el Gremio y *El Liberal* duró un poco más, hasta octubre del año en curso.

Entre las fuentes utilizadas en este trabajo de investigación, para contrastar la información publicitaria aparecida en los diarios hemos utilizado Guías y Anuarios comerciales. En un principio pensábamos que la inserción de los nombres aparecían por un precio al editor. Sin embargo han aparecido publicidades donde la inserción a modo de directorio era gratuita, y los anuncios que ocupen un espacio eran de pago. Reproducimos dos anuncios que verifican esta afirmación.

Aviso importante.— Se nos ruega la inserción del siguiente:
“Los señores Farmacéuticos de España que hayan mudado de domicilio, y los que no estén incluidos en la lista de los Médicos, Cirujanos, Farmacéuticos y Veterinarios de la *Agencia médica*, se les ruega pasen nota, para incluirlos en la de 1887, que está en prensa, á la librería del Sr. BAILLY-BAILLIERE, plaza de Santa Ana, 10.

Figura 23. Anuncio gratuito en *Agenda Médica de bolsillo*.1887.

“Igualmente se suplica á los Farmacéuticos de Madrid, Provincias, Ultramar y América que deseen figurar en el *Anuario del Comercio para 1887*, que está en prensa, se sirvan mandar sus señas á la misma librería. La *inserción* en ambas publicaciones es gratuita.”

Figura 24. Anuncio de publicidad gratuita.

Agencias de Publicidad.

Los reclamos publicitarios se podían encargar en la misma redacción del periódico, o a través de un intermediario que en un principio era una persona, y después llegaron a ser auténticas empresas. Entre los pioneros de la publicidad y destaca el barcelonés Rafael Roldós Viñolas (1846-1918). Este personaje hijo de zapatero y madre de familia de impresores, se independizó en 1857 empezó a realizar todo tipo de actividades publicitarias. Para el *Diario de Barcelona* era corredor de anuncios hasta que en 1870 fundó “Roldós y compañía”.

CENTRO DE ANUNCIOS
PARA TODOS LOS PERIÓDICOS
DE BARCELONA, MADRID Y DEMÁS PROVINCIAS DE ESPAÑA,
ULTRAMAR Y EXTRANJERO.

ROLDÓS Y COMP.^A

Es conveniente á los señores anunciantes que, antes de empezar á publicar sus anuncios, consulten sobre los mismos con el Director de este CENTRO, al objeto de indicarles el modo de obtener mejores resultados en la publicación de sus artículos.

Los anuncios de las provincias de España, Ultramar y Extranjero, no se pagan sin prévia presentación de los justificantes. Este CENTRO se encarga gratuitamente de traducir los anuncios que se han de insertar en los periódicos extranjeros. Entre los varios sistemas de anunciar que en esta antigua y acreditada casa se proporcionan, son: Tranvías de Barcelona á Gsacia, Barceloneta y Pueblo Nuevo.— De Barcelona á Sans, y de Circunvalacion.— Tranvías de Valencia y de Valencia al Grao.— En Bilbao: en los de Bilbao á las Arenas.— Para el telon de boca del Teatro Romea y del Teatro Español, y cuantos medios de anunciar hay conocidos.— Tambien se encarga este CENTRO de fijar carteles, repartir prospectos, circulares, etc., etc.

La combinacion de anuncios que este CENTRO proporciona, hace que los señores anunciantes encuentren una economia de un 50 por ciento en los precios de los anuncios.

Los anuncios para todos los periódicos de Barcelona, se reciben desde las 8 de la mañana á las 10 de la noche, excepto los dias festivos.

DESPACHO:
Calle de Agú, núm. 9, bajos, y Escudillers, 41.
BARCELONA.

Figura 25. *Diario de Barcelona* 1881. Anuncio.

Este anuncio indica los servicios publicitarios que realiza, no solo en prensa sino en tranvías y el telón de boca de los teatros, además de fijar carteles, repartir folletos, circulares, etc. Cuando escribimos sobre las tarifas de publicidad en *El Mercantil Valenciano*, aparecía como agencia en Barcelona con domicilio en Escudillers, 30, y cinco años antes, estaba en el número 41 de la misma calle. Hemos localizado en (García Ruescas, 1971,

282) una reproducción de una carta de esta agencia publicitaria ofreciendo sus servicios publicitarios para la Exposición Universal de Barcelona de 1888, a Salustiano Orive. Este personaje farmacéutico autor del “Licor del Polo” aparecerá en nuestra memoria. La anterior publicación reproduce otra carta del año 1876, para colocar un anuncio en el diario *El Imparcial*, del laboratorio del doctor Andreu, con “un ancho de tres columnas y un filete negro de 12 puntos”. La relación entre prensa y publicidad se constata cuando este publicista fundó en 1896 un diario llamado *Las Noticias*.

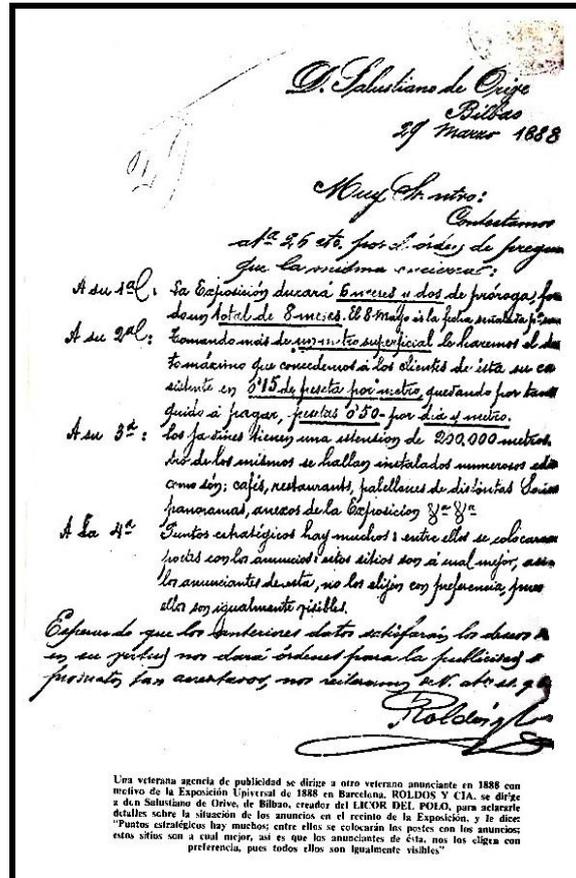


Figura 26. Carta de Roldós a S. Orive. (García Ruescas,1971,282)

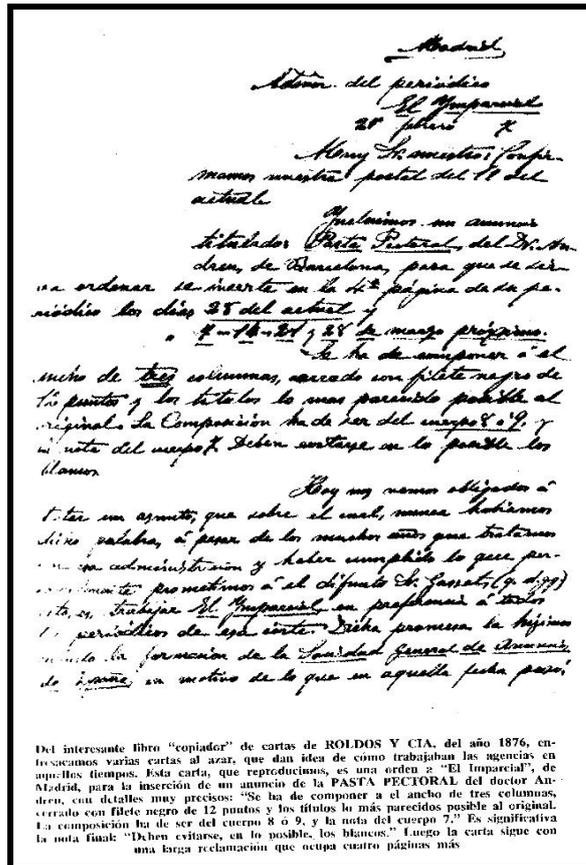


Figura 27. Carta Roldós al diario *El Imparcial*. (García Ruescas, 1971, 279)

Cuando antes citamos *La Correspondencia de España* aparece una entidad publicitaria que consigue la exclusiva de este diario llamada "Sociedad General de Anuncios de España". Los datos son que se constituye en Paris, cotiza en la Bolsa de Paris, tiene participación de la Agencia Havas, un capital de tres millones de pesetas (1 pesetas=4 reales) y sucursales en Barcelona y Lisboa. Estas informaciones aparecen en una publicidad de gran tamaño, ocupa la mitad inferior de la plana cuarta del diario *El Liberal*. En este anuncio explica sus propósitos y entre ellos el firmar contratos por un largo periodo de años con muchos periódicos de Madrid. Al final del anuncio publica una lista de los periódicos, entre ellos destacan: *La Correspondencia de España*, *El Globo*, *El Liberal*, *El Popular*... No aparece *El Imparcial* ni tampoco ningún periódico local.

SOCIEDAD GENERAL DE ANUNCIOS DE ESPAÑA.

SOCIEDAD ANÓNIMA.—CAPITAL 12.000.000 DE RS.
 Constituida en Paris por escritura pública ante el notario Mr. Deslaudes.—Domicilio provisional de la Sociedad: MADRID, MAGDALENA, 1, pral.
SUCURSALES EN BARCELONA Y LISBOA.

La creación de una gran Sociedad de tal, no hay duda alguna de que este ser...

Todos los países de Europa tienen Agencias expresamente organizadas para dar la publicidad el mayor desarrollo posible en un factor del comercio y de la industria; y la más poderosa de estas Agencias, la que extiende sus relaciones a todos los países del globo donde la prensa existe, la Agencia Havas ha sido la inspiradora de la constitución de esta nueva Sociedad, y en ella se reúnen sus vastos conocimientos y España no tardará en percibir las ventajas de ella.

La nueva Sociedad comenzará a funcionar el 1.º de setiembre próximo; pero antes de dar el desarrollo necesario a sus operaciones, cree de su deber dar al público algunas explicaciones claras y terminantes:

- 1.º Sobre los medios de que la Sociedad dispone.
- 2.º Acerca del fin que persigue.
- 3.º Sobre los procedimientos que ella empleará con los anunciantes.
- 4.º El capital de la Sociedad, que es de 12 millones de pesetas, se halla enteramente suscrito, y las acciones de la misma se cotizan con gran prima en la Bolsa de París.

Esta empresa exige un aumento de capital, no hay duda alguna de que este ser...

La Sociedad se halla en presencia de un estado de cosas irregular y lleno de dificultades así para los anunciantes como para los periódicos. Ella sabe muy bien que hay negocios en estos terrenos, y cree deber a los anunciantes, y que de alguna manera sepan aprovechar el aumento de los periódicos que ejercen estas oficinas. La Sociedad, por el contrario, procura con regularidad y método. Su objeto es favorecer el comercio natural de las cosas, estableciendo la igualdad del periódico al efecto del anuncio, porque es muy justo que el cliente o el industrial que hace los gastos...

La Sociedad entra en los propósitos de la Sociedad aumentar los precios generales de los anuncios, y al efecto ha formado los periódicos en sus administraciones, con el fin de evitar el que en adelante haya una tarifa general que sirva de base a las relaciones que habrán de hacerse según la importancia de los órdenes.

He aquí, pues, la lista de los periódicos con los cuales esta Sociedad tiene contratos:

La Correspondencia de España.—El Globo.—El Libero.—La Verdad.—El Siglo Futuro.—La Esfera.—La Época.—El Correo.—El Obrero.—El Poblador.—Correspondencia Ilustrada.—El Tiempo.—El Progreso.—El Quincenario.—La Integridad de la Patria.—La Patria.—El Espirita.—La Matanza.—El Estudiante.—El Obrero.—La Prensa Moderna.—El Constitucional.—El Independiente.—El Siglo.—El Clamor de la Patria.—La España.—La Correspondencia militar.—La Nación.—El Eco de Madrid.

Figura 28. *El Liberal* de 30-8- 1881. Página cuarta.

Esta sociedad empieza su actividad el 1 de septiembre de 1881, a los pocos días aparecen unos anuncios donde indica otro domicilio, el director de explotación y la posibilidad de poner anuncios en cualquier parte del mundo. La publicidad que reproducimos se publica en *El Globo*, periódico que tendrá a Pío Baroja como corresponsal en la Guerra de Marruecos y que publica por entregas sus primeras novelas. En la publicidad reproducida hemos dejado los restos de las cuatro columnas que ocupa el anuncio para que se observe su tamaño.

Pueden suscribirse a partes literarias en un libro de 100 páginas, con un precio de 10 pesetas, en la calle de la Magdalena, núm. 1, principal, se han trasladado definitivamente a la

SOCIEDAD GENERAL DE ANUNCIOS DE ESPAÑA.

SOCIEDAD ANÓNIMA.—CAPITAL SOCIAL, 12.000.000 DE REALES

Director de la explotación: D. LEOPOLDO CALZADO

Las oficinas de la Sociedad, que se hallaban provisionalmente en la calle de la Magdalena, núm. 1, principal, se han trasladado definitivamente a la

CALLE DEL PRINCIPE, NUM: 27.

La Sociedad tiene el honor de anunciar al público que a partir de 1.º del corriente mes, se reciben exclusivamente en las oficinas de la misma los anuncios, reclamos y hechos varios para los periódicos de Madrid.

La Sociedad previene también al público que ella recibe asimismo anuncios, reclamos y hechos varios para los periódicos de provincias y para los de todos los países de Europa, de Asia, América, Oceanía, Australia y la India.

En frente de la candidatura edilicia y a los recordatorios del Sr. Baroja, que hicieron la propia publicación de la gala número los extremos que se hicieron en el momento de esta.

Imp. de EL GLOBO, San Agustín 1, y Prado, 30.

Figura 29. *El Globo* 21-9-1881, página cuarta.

Esta Sociedad continuaba vigente en los años investigados en este trabajo. En 1888, hemos localizado una publicidad donde se produce un cambio de domicilio a la calle Carmen 18, y la aparición de un teléfono como novedad comunicativa.

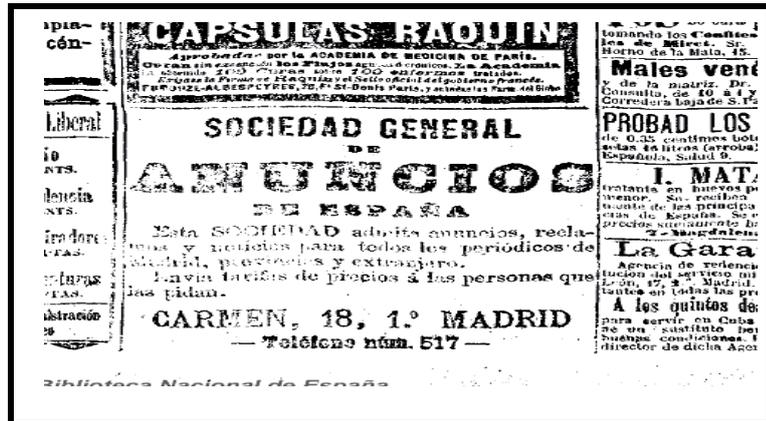


Figura 30. *El Liberal* 1-4-1888, página sexta.

En esta memoria de investigación han aparecido una mayoría de anunciantes extranjeros en periódicos diarios de provincia. Que este hecho se produjera en periódicos nacionales no levantaba sospechas, dado la Sociedad General de Anuncios de España tenía sedes en Paris, Madrid, Barcelona y Lisboa. Ahora bien en periódicos de provincias nos preguntamos ¿cómo se producía esa conexión?.

Buscando en revistas especializadas, nos apareció en la revista de Colegio Oficial de Madrid, *La Farmacia Española* un anuncio de C.A. Saavedra. Esta publicación constaba de 16 páginas y se publicaba cada 15 días, la numeración de las páginas es corrida. En uno de los ejemplares consultados aparece una página entera con anuncios de diversos productos medicamentosos con una indicación, Pedidos directos a C.A. Saavedra, Taibout, 55, Paris. En alguna otra ocasión indica, Pedidos Importantes, es decir al por mayor, estamos ante una entidad que ofrece diversos servicios. Reproducimos una plana de esta revista donde ocupa todo el espacio con diversas ofertas publicitarias.

L. VIENNOT

Ingeniero de artes y manufacturas
rue de l'Est, en Jvry Port
(Seine) Francia

Fábrica francesa de sulfato
de quinina

El dueño actual de esta fábrica, que existe hace ya ocho años y es muy apreciada en Francia, piensa darle todavía mayor extensión. Puede asegurarse que siempre se hallarán en ella: 1.º PRODUCTOS IRREPROCHABLES, haciéndose la fabricación bajo su inmediata vigilancia; 2.º PRECIOS MUY REDUCIDOS a fin de facilitar el desarrollo de sus relaciones en España.—Pedidos directos a C. A. Saavedra, Taitbout, 55, París

POLVOS HEMÁTICOS Y VINO HEMÁTICO
del Dr. GUERDER
Con Sangre de vaca secada.
ANEMIA, CLOROSIS, TISIS, DISPEPSIAS, AFECCIONES ORGÁNICAS.
Precios: Polvos, 4 P^{as} 50.—Vino, 5 P^{as} 50.
PARIS: Dalmon, 80, F^e St-Denis. — MADRID: S. Ocaña y Garcera — Pedidos por C. A. Saavedra.

Pedidos importantes a C. A. Saavedra Taitbout, 55, París.

AGUA MINERAL
EMINENTEMENTE RECONSTITUYENTE
Clorurada, Sódica, Bicarbonatada, Arsenical
(28 miligr. de Arseniato de sosa por litro).
UNO A TRES VASOS AL DÍA
LA BOURBOULE
Fuy-de-Dôme, (Francia)
REGENERA LOS NIÑOS ENDEBLES Y LAS PERSONAS DEBILITADAS.
Linfatismo. Enfermedades de la piel — Afecciones de las Vías respiratorias: Bronquitis, Asma, etc. — Reumatismo — Diabetes — Fiebres intermitentes.

Venta al por mayor: D. M. García, Tetuan, 15, Madrid. — Por menor: S. Ocaña, Garcera, Ortega, botica, Mayor, 83 y Atocha, 30.

PREMIO de 16.600 francos a T. LAROCHE



Aperitivo Reconstituyente

Las propiedades de los fosfatos asociadas a los de la Quina, constituyen un aperitivo digestivo, de un sabor agradable, muy poderoso contra el Reblandecimiento de los Huesos, Infartos de los Ganglios, Decaimiento de las Fterzas, Anemia, Linfatismo, Raquitismo, etc.

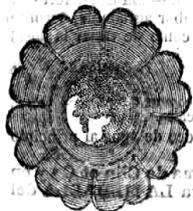
Reemplaza el Aceite de Hígado de Bacalao.

Es indispensable a las Mujeres en cinta y Nodrizas, pues, en ambos casos, es tan favorable a la madre como a la formación de los Niños.

PARIS, 22, RUE DROUOT y en todas las Farmacias de esta localidad.

ALGODON IODADO
PREPARADO POR
J. THOMAS, Farmac^o de la Clase
El algodón iodado es el agente mas favorable a la absorcion, del Iodo por la piel, y un revulsivo energético cuyos efectos pueden graduarse a voluntad. Se ha obtenido el mas completo exito en los hospitales de Paris: Jumbago, pleuridinia, dolores articulares de la rodilla o del hombro, derrames articulares o en la pleura, enfartos ganglionarios, etc., han sido curados, sin lesion de la piel, en muy corto tiempo.
PARIS: J. THOMAS, Avance d'Italie, 46

Por mayor: C. A. SAAVEDRA, Taitbout, 55, París.—Por menor: S. Ocaña, Garcera, Ortega y botica, Mayor, 83.



APARATO COMPRESIVO DE A. BESLIER

40, Rue des Blancs-Manteaux, PARIS

Para la CURA radical de la HERNIA OMBILICAL, de los Niños, y Adultos.

Sencillo, cómodo, muy fácil de aplicar, no incomodando y suprimiendo completamente toda clase de vendajes, vendas y cintas. Compónese de rodajas sobrepuestas del **Espardrapo de Muerdago de Beslier.**

- MODELO PEQUEÑO (N^o 1) para niños: Diámetro 7 cent. 1/2
- MODELO GRANDE (N^o 2) para niños: Diámetro 9 cent. 1/2
- MODELO SUPERIOR (N^o 3) para adultos: Diámetro 12 cent.
- MODELO GRANDE SUPERIOR (N^o 4) para adultos: Diámetro 15 cent. 1/2

Los Sres. Médicos que las deseen, recibirán muestras gratis.

Por mayor: M. García, Tetuan, 15, Madrid.—Pedidos importantes a C. A. Saavedra, Taitbout, 55, París.

Figura 31. La Farmacia Española 15-4- 1886. página 240.

¿Quién es C. A. Saavedra ?. Cuando investigamos en las Agencias de Publicidad de Madrid, en (Bailly-Bailliere, 1886, 245) nos apareció un C. A. Saavedra, Sordo, 41. En la anterior revista nos aparece referenciado a una dirección de París. Buscamos en otras publicaciones y en años anteriores a nuestro trabajo. En el periódico *El Popular*, en la cabecera aparece una publicidad de este “agente”, debajo de la fecha publicación del periódico.

<h1>EL POPULAR</h1>		
DIARIO POLITICO INDEPENDIENTE		
<p>Año XV</p> <p>PRECIOS DE SUSCRICION.</p> <p>En Madrid: Un mes 4 rs.; Trimestre, 10. En provincias: Trimestre, 12 rs.; por correspondencia, 15. En el extranjero 20. En Portugal, 20. En Ultramar: 20.</p> <p>Los comunicados y demás inserciones en el texto del periódico 3 y 10 rs. liza. Anuncios a UN REAL como a los suscritores, y doble precio a los que no lo son.</p> <p>Los anuncios cerrados a precio convencional.</p> <p>Toda la correspondencia se dirige a D. Miguel P. García.</p>	<p>Miércoles 25 de Abril de 1883.</p> <p>PARA SUSCRICIONES Y ANUNCIOS.</p> <p>PARIS: Agencia franco-hispano-portuguesa de D. A. Saavedra, única encargada de recibir los anuncios extranjeros.</p>	<p>OBSERVACIONES</p> <p>EL POPULAR se publica los días festivos. Redacción y Administración calle del Prado, núm. 15, bajo la derecha. No se responde de las cartas que condeguen sin ellas y no se pagan certificaciones. Los comunicados que se nos remitan en sellos abitarán al 5 por 100 de cambio. La mano de periódico de 25 ejemplares 6 rs. 50 cetas. No se sirve suscripción que no ocupaje su importe.</p> <p style="text-align: right;">N.º 9.805</p>
<p>SANTO DE MAÑANA. dos en el estómago por la sustancia lla- entre los obedientes miembros de nes que se unian á las inquietudes y os- después entran las dificultades, y</p> <p>mada previas que, en union del ácido híd- la mayoría, que van saliendo de da) poranza despiertas por la acción del de aquí los grandes trastornos nes</p>		

Figura 32. *El Popular* 25-4 1883, plana primera.

Si se observa este reclamo publicitario, dice: ” PARA SUSCRIPCIONES Y ANUNCIOS PARIS: Agencia franco-hispano-portuguesa de D.A. Saavedra, única encargada de recibir loa anuncios extranjeros”. Nos llama la atención lo de “Agencia franco-hispano portuguesa” por su coincidencia con las sedes de la “Sociedad General de Anuncios de España”. Existen varias razones para que fueran lo mismo. Otra razón, *El Popular* es uno de los periódicos que aparece citado en el primer anuncio de esta “Sociedad General de Anuncios de España”. Además añadir el carácter de “exclusividad” para recibir anuncios.

Seguimos investigando hacia atrás en el tiempo, y por eso de “anuncios extranjeros” buscamos en una publicación destinada a ultramar como *La América*. Una publicación de 16 páginas a tres columnas y que se publica dos veces al mes. Nos encontramos en el año 1864, aparece nuestro agente con una última página publicitaria. C. A. Saavedra está en plena actividad, en esta página a cuatro columnas, publica diferentes módulos publicitarios abarcando todo el espectro comercial que nos interesaba averiguar. Los titulares son: Transportes, Privilegios, Periódicos, A los Sres.

16

C. A. SAAVEDRA. PUBLICIDAD ES-
tranjera en los principales periódicos de Madrid y
provincias. — Los anuncios extranjeros para LA
AMERICA, se reciben exclusivamente en las oficinas
de la empresa C. A. SAAVEDRA, en París, rue Ri-
chelleu, 97 et 27, Passage des Princes.

Figura 34. Reproducción módulo.

Después se anuncia “Gota y reumatismo por el método del doctor Laville” indica como depositario para provincias la “Exposición extranjera” calle Mayor, 1º. Esta empresa debe ser un apéndice de C. A. Saavedra. Luego otro producto como la “Pasta y Jarabe de Berthe a la codeína” idéntico al anterior. Dos medicamentos extranjeros de origen francés distribuidos por C. A. Saavedra.

En el anuncio de Periódicos, nos indica la fecha de su fundación en 1845 en París. Y nos confirma la sospecha de que las direcciones de Richelieu 97 y Mayor 10 corresponden a la misma entidad, C.A. Saavedra.

PERIODICOS ESTRANJEROS. LA CASA
C. A. Saavedra, fundada en 1845, en París, rue
Richelleu, 97; y en Madrid, calle Mayor, núm 10,
recuerda al público que se encarga de las suscripcio-
nes a todos los periódicos extranjeros y especial-
mente a los siguientes como los mas importantes:

Figura 35. Reproducción módulo.

Entre las publicaciones francesas que se oferta la suscripción están: *La France*, *Le Siècle*, *Journal des débats*, *L'union*...El siguiente reclamo publicitario se titula como “Privilegios de Invención”. Vuelve asociar las direcciones en París y Madrid a C. A. Saavedra.



Figura 36. Reproducción módulo.

Nos encontramos en el año 1864, en España el primer texto legal sobre el asunto era un Real Decreto de 16 de septiembre de 1811. Estos autores (Rodriguez Nozal-Gonzalez Bueno,2005,300-318) afirman “Tanto en el mencionado Real Decreto de 16-XI-1811 como en las nuevas normas legales que habían de redactarse entre 1820 y 1826 no se hace mención expresa a la patentabilidad de los medicamentos”. Pero la Ley Orgánica de Sanidad de 1855 en su artículo 84 dice:

”Se prohíbe la venta de todo remedio secreto. Desde la publicación de esta ley caducan y quedan derogados todos los privilegios o patentes que se hubieran concedido para su elaboración o venta”.

El aparato legislativo sigue su curso, la Ley de Patentes se publica el 30 de Julio de 1878 y el Boletín de la Propiedad Intelectual e Industrial inicia su publicación a mediados de 1886. El anuncio que estamos estudiando se publica en el año 1864, desde nueve años antes están derogados los privilegios de invención afectos a ”medicamentos”. Por tanto, la actitud de C. A. Saavedra no es clara, está intermediando en otro tipo de productos, o introduciendo privilegios de invención para legalizar “medicamentos” extranjeros.

Esta agencia nos sigue sorprendiendo con sus actividades, también se ocupa del transporte de mercancías. A través de los “caminos de hierro de Madrid, Zaragoza y Alicante”.

<p>TRASPORTES PARA EL ESTRANJERO. Servicio directo entre Paris y Madrid, por Lyon, Marsella y Alicante, y por Pampiona y Bayona. C. A. Saavedra, agente especial y representante de la Compañía de los caminos de hierro de Madrid a Zaragoza y a Alicante. Pequeña velocidad, por Alicante 15 a 20 dias. Gran velocidad, 10 dias, Gran velocidad por Bayona, 5 dias. Precios completos y reducidos, segun el peso y clase de los géneros. Servicio de Paris y demas puntos del extranjero a todas las principales ciudades de España. Las tarifas se distribuyen en el despacho de la Agencia especial, travesía del Arenal; número 1.</p>
--

Figura 37. Reproducción módulo.

El anuncio más extenso es el dedicado a los farmacéuticos, suponemos por ser un colectivo que proporciona uno de los mayores anunciantes. En él resume todas sus dedicaciones, vuelve a repetir las dos sedes en Madrid y Paris además de todas sus gestiones. Importa señalar lo avanzado de sus propuestas comerciales, como combinar la venta de productos por representación con la publicidad. Las especialidades francesas se venden a través de Exposición Extranjera en Mayor, 10., otra sede que asociar a C. A. Saavedra. Así dice: " La publicidad, regalándola a los farmacéuticos que concentran sus compras en la Exposición Extranjera. Cada pago de mil reales tendrá derecho a cien líneas de anuncios". El asunto no era solo comprar productos elaborados sino su pronta venta, para ello la publicidad era la manera óptima de crear "marca" e incitar a la compra.

Otra propuesta es , "todo farmacéutico que se obligue a comprar de quinientos a mil reales mensuales, según la importancia de su ciudad, será designado en sus anuncios como uno de sus depositarios". Vemos una forma de pagar la publicidad mediante la compra de una determinada cantidad de productos medicamentosos.

A LOS SRES. FARMACÉUTICOS.

Veinte años hace que la Exposición Extranjera en Madrid, calle Mayor, núm. 10, sucursal de la agencia franco-española de París se esfuerza en realizar comercialmente la famosa frase de Luis XIV, «No mas Pirineos.» Merced á la reforma de nuestros aranceles y á los ferro-carriles, cada dia desarrolla mas y mas sus importaciones y esportaciones.

Entre las primeras figuran las especialidades farmacéuticas. Su nuevo estilogó se distribuye gratis en la Exposición Extranjera, y se remitirá franco á las provincias.

Es el caso de repetir con mas verdad que nunca (1) que sus precios por mayor, ya desde París, ya desde Madrid, son algunos mas ventajosos, y otros tanto como los de los propietarios y evidentemente mas bajos que los de cualquier otro intermediario. Compárense con los suyos.

NADA MAS NATURAL.

Despues de veinte años de prácticas, crédito y relaciones personales é inmejorables con su clientela extranjera, ha conseguido rebajas excepcionales; por otra parte, debe y quiere ceder á los señores farmacéuticos todo el beneficio de las ventas de especialidad puesto que cuenta con el de los anuncios.

Se remitirá si se desea con cada pedido la factura original patentizando asi siempre su legitimidad y baratura, y en particular hoy que tanto abundan las falsificaciones y pretendidas rebajas.

A estas dos ventajas se reunirá la publicidad, regalándola á los farmacéuticos que concentran sus compras en la Exposición Extranjera. Cada pago de mil reales tendrá derecho á cien líneas de anuncios á nombre del comprador y de las especialidades compradas entre los periódicos de la ciudad donde reside, y de los cuales es arrendataria (tiene 25 en Madrid y provincias.)

Además, todo farmacéutico que se obligue á comprar de quinientos á mil reales mensuales, segun la importancia de su ciudad, será designado en sus anuncios como uno de sus depositarios. Inútil es enunciar los beneficios de su constante publicidad; las ganancias realizadas por los primeros farmacéuticos las patentizan sobradamente.

Nuestras casas de París y Madrid, fundadas en 1845, abrazan:

1. ° Ventas por mayor y menor en la Exposición Extranjera, calle Mayor, núm. 10, con precios fijos.
2. ° Comisiones entre España y demás naciones de Europa y de América, y vice-versa.
3. ° La insercion de anuncios extranjeros en España y de anuncios españoles en el extranjero.
4. ° Suscripciones extranjeras ó españolas.
5. ° Trasportes de Madrid á cualquier punto de Europa ó América y vice-versa.
6. ° Cobros, pagos y giros internacionales.
7. ° Tóma y venta de privilegios españoles ó extranjeros.
8. ° Consignaciones en el extranjero de artículos españoles y en Madrid de artículos á la vez de las provincias ó extranjeros.

Posicion obliga, y la confianza con que nos honran la farmacia española y las grandes compañías de ferro-carriles, garantiza nuestro concurso futuro, tan leal, eficaz, activo y por lo tanto ventajoso como el pasado.

París: Agence franco-espagnole, 97, rue Richelieu, antes núm. 13, rue Hauteville.
Madrid: Exposición Extranjera, calle Mayor, 10.

(1) La prosperidad de sus conocidas agencias, que tanto se favorecen mutuamente partiendo entre si los siempre elevados gastos generales, le permite facilmente reducir sus tarifas.

Figura 38. Reproducción módulo.

Para rematar la plana se reparte un columna entera con dos anuncios de dos productos como Roy Boyveau Laffeteur y las Pildoras Holloway. En

páginas posteriores aparecen inventariados estos productos con las consideraciones pertinentes. En cabeza de esta columna un pequeño recuadro donde se ofrece residencia para estudiantes que quieran cursar estudios en París, remite a Saavedra calle Mayor,10. Lugar donde estaba la sede de Exposición Extranjera.

El misterio de C. A. Saavedra se desvela cuando encontramos su necrológica. Buscando en revistas profesionales la cita aparece en *La Farmacia Española* de 31 marzo 1887(página 204) y en *Los Avisos Sanitarios* de 30 marzo 1887 (página 261). Dicen ambas que fallece en París, sin indicar día pero se supone, en ese mes. Esta segunda revista, es la que nos aporta más información, dada la relación entre su director el farmacéutico Pablo Fernandez Izquierdo y el misterioso C. A. Saavedra. Así lo confirma al decir “ a quien todos conocían de oídas y muy pocos personalmente”. La razón de estos misterios, es que tras ellos se escondía un general carlista que participó en la guerra de los Siete Años . Que cuando se firmó el “Abrazo de Vergara” arengó a sus tropas diciendo que se iba a Francia. Por ello don Carlos le concedió el título de Conde de Vergara. En 1840 llegó a París sin recurso alguno, al principio fue periodista y autor dramático, decantándose después por la agencia de noticias franco-hispano-portuguesa y en esa doble faceta de publicista y de venta de productos. Tras las iniciales C.A. se escondía el nombre y el primer apellido: Carlos Algarra Saavedra.

Objetivos

- Conocer el papel que juega la prensa diaria para conocer la actividad sanitaria más cerca de sus usuarios, es decir, el enfermo. Con el objeto de poder encontrar las ofertas de remedios y servicios que tiene en el público general su principal destinatario.
- Conocer y evaluar la publicidad relacionada con el ámbito sanitario aparecida en los periódicos de información general.
- En el orden científico, la Revolución Industrial provoca una serie de avances en farmacología y otras actividades sanitarias que obligará a cambiar a los profesionales sanitarios. El descubrimiento de nuevos principios activos naturales como los alcaloides, o de principios activos de síntesis como la fenacetina (1883). Se va a producir la convivencia de los “remedios secretos” y la elaboración del medicamento artesanal, con la aparición de un nuevo concepto de medicamento: la especialidad farmacéutica. Todo ello nos indica que nos encontramos en los inicios de la industria farmacéutica y la aparición de nuevas “formas farmacéuticas”. Pretendemos verificar a través de los anuncios en los periódicos diarios estos cambios.
- Conocer el grado de cumplimiento de la Ordenanza para el ejercicio de la profesión de Farmacia, comercio de drogas y venta de plantas medicinales publicada en la *Gaceta de Madrid* de 24 abril de 1860, va a ser el marco regulatorio de un sector estudiado en esta memoria de investigación.
- Describir y analizar para realizar estudios cuantitativos y cualitativos de la publicidad en el ámbito de la salud, a partir de los dos periódicos estudiados en el año 1886.
- Analizar los aspectos local, nacional e internacional a través de la publicidad local, nacional y extranjera. Al utilizar dos periódicos de ámbito local aunque los de mayor difusión, nos

permitirá conocer el ámbito de influencia de productos y servicios sanitarios.

- El trabajo con los anuncios nos permitirá conocer la actuación publicitaria, su grado de organización, existencia de agentes y la aparición de agencias de publicidad.
- Estudiar y analizar los recursos publicitarios tanto desde el punto de vista textual como iconográfico de los anuncios publicados los dos periódicos estudiados en el año 1886 . Por ello se reproducen tanto en el texto redaccional, como en un anexo final.

Material y Métodos

Materiales

*“ Con mi gancho en la mano y mi saco al hombro recorro
el camino de la ciencia y voy recogiendo lo que encuentro “*

F. Magendie

Esta frase de F. Magendie me sirvió de acicate en mi tarea investigadora. Con la ficha de papel, tijera y pegamento (gancho) y los ficheros (saco) iba recogiendo los artículos, noticias y publicidad relacionados con la actividad científico sanitaria en la sociedad valenciana. En este venturoso camino nos fue apareciendo gran cantidad de material, un “mar de papel”. Si queríamos dar cierta profundidad, debíamos centrarnos a un año, porque ese mar se convierte en “océano”. Cuando se empieza el trabajo de investigación a mediados década de los noventa del siglo pasado, el profesor López Piñero, estaba interesado en ver qué podía dar de sí la prensa diaria como fuente, sugirió comenzar por el año 1886. Suponemos que influido por los trabajos realizados sobre la epidemia de cólera de 1885 y su impacto en Valencia. El año se ha convertido en una fecha de anclaje dada la cantidad de información aparecida, y entre el material encontrado nos hemos centrado en la publicidad, dejando el resto de material para posteriores investigaciones. Pese a ello hacemos referencias a la segunda mitad del siglo XIX, partiendo de la realidad local y regional, trascendiendo a la nacional, y reflejando el contexto europeo.

A la hora de poner en valor este trabajo de investigación no hay que obviar diversas circunstancias que han influido en su realización. En los inicios de esta memoria de investigación, las fuentes documentales: los periódicos se disponían en papel con acceso en la Hemeroteca Municipal y de material microfilmado. Se escoge esta segunda opción por dos razones, se podía utilizar un aparato microfilmador existente en Departamento de Historia de la Ciencia y la Documentación, pudiendo trabajar en cualquier horario y otra razón de tipo conservador de los fondos periodísticos, mejor que trabajar

con material de papel de la Hemeroteca. Por aquellas fechas, a mediados de los años noventa del pasado siglo XX, se hizo necesario comprar copias microfilmadas. En las instituciones públicas solo se encontraba “El Mercantil Valenciano”, la copia fue obtenida a partir de la existente en los fondos de la Biblioteca de la Universidad. Sin embargo para el periódico *Las Provincias* hubo que recurrir a solicitar una copia a la propia empresa.

	Departament d'Història de la Ciència i Documentació Universitat de València. Facultat de Medicina i Odontologia
C/Alameda, 17 - 46010 Valencia - Tel. 386 41 64 - Fax 361 39 75 - Correu electrònic: hicido@mac.uv.es - hiscien@mac.uv.es	
<p>LAS PROVINCIAS a la atención Sra. REYES ZARRANZ Dpto. Documentación Dels Grems,4 46014-VALENCIA</p> <p>Valencia,23 marzo 1995</p> <p>Estimada Sra.:</p> <p>El motivo de la presente es solicitar un duplicado en formato Microfilm de la edición del diario LAS PROVINCIAS del año 1886.</p> <p>Este material será utilizado como fuente de investigación en la tesis doctoral "Información científica en los diarios valencianos de 1886 " en fase de realización por el doctorando José Merita y que tengo el gusto de dirigir.</p> <p>Nos gustaría nos indicasen si es posible la realización de este duplicado ,y nos indicaran todo el proceso a seguir.</p> <p style="text-align: center;">Juan Antonio Micó. Profesor Titular de Historia de la Ciencia. Director de la Tesis.</p>	

Figura 42.- Carta solicitud copia microfilm

Lo relativo a la bibliografía crítica aparece descrito en el apartado reservado a la bibliografía. La búsqueda documental y la recogida de datos se han realizado en las siguientes bibliotecas y archivos:

-Archivo Municipal Valencia.

-Biblioteca de la Unidad de Historia del Instituto de Historia de la Ciencia y documentación “López Piñero” de la Universidad de Valencia.

-Biblioteca Valenciana.

-Hemeroteca Municipal de Valencia.

-Biblioteca Histórica de la Universidad de Valencia.

Las fuentes : Historia de las dos cabeceras

La difusión de las innovaciones era, por aquel entonces, mucho más restringida, no llegaba por entero al gran público como ocurre actualmente. En cualquiera de las materias médicas la difusión de las noticias y de los descubrimientos científicos sólo se establecía entre los miembros de la comunidad científica y, además, existían ciertas prioridades: en primer lugar las noticias se propagaban en el medio urbano, especialmente en las grandes ciudades, y posteriormente llegaban al medio rural .

Los dos diarios de referencia merecen para su correcta contextualización una breve síntesis histórica, todo ello sin ánimo de enmendar la plana a los diversos investigadores que ya se han aproximado, tanto a la historia de *Las Provincias* (J. Altabella) como a la de *El Mercantil Valenciano* (A. Laguna Platero y F Martínez Gallego). Veamos a continuación las principales características de estas publicaciones diarias, así como el mercado urbano donde concurren.

LAS PROVINCIAS.

Las Provincias tuvo un diario precedente: *La Opinión*, aparecido el 15 de julio de 1860 con el subtítulo de “Diario político, literario y de intereses

generales”, órgano de Partido Progresista. Lo iniciaron dos periodistas foráneos. Luis de la Loma y Corradi y Mariano Carreras y González.

Luis de la Loma y Corradi había nacido en Sanlúcar de Barrameda (Cádiz) el 14 de julio de 1829. En el momento de fundar el diario “La Opinión” se encontraba desempeñando el cargo de contador en la Fábrica de Tabacos de Valencia. Mariano Carreras y González era natural de Morata de Jalón, donde nació el 29 de junio de 1827. Era licenciado en Derecho y Medicina, doctor en Ciencias y profesor mercantil, autor dramático y periodista. Por aquellas fechas era profesor de Economía Política en la Escuela industrial de Valencia. De su biografía destacamos que llegó a ser catedrático de Economía Política y en su carrera periodística fue fundador de “El Magisterio Español” en 1867.

Ambos poseían una imprenta propia en la plaza de Ribot número 7, estaba situada en la confluencia de las calles Embajador Vich y Gascons. En un principio regentada por Adolfo Fernández y luego por Francisco Campos Martí. Parece ser que la publicación no tuvo demasiado éxito y tanto la cabecera como la imprenta fueron adquiridas por el banquero José Campo, perteneciente al Partido Moderado.

Pero los acontecimientos no fueron tan sencillos, el R.D. de 13 de julio de 1857, la conocida Ley Nocedal decía que el responsable de cualquier denuncia era el editor, pero además se le exigía un mínimo de contribución anual y un depósito previo. Este depósito o fianza ascendía a doscientos mil reales, una cantidad de dinero elevada que hizo que muchas publicaciones tipo “hoja volandera” desaparecieran automáticamente.

Las publicaciones importantes resolvieron el problema de la fianza con un aval. En el caso de *La Opinión* como en el caso del “Diario Mercantil de Valencia” fueron avalados por la “Sociedad de Crédito Valenciana”. Según (Laguna, Martínez, 1992, 51) “fue constituida el 6 de junio de 1858 por un grupo de importantes comerciantes e industriales de la ciudad, que un año antes habían participado a su vez en la creación de la Sociedad Valenciana de Seguros Marítimos. En ambos proyectos encontramos nombres como Gaspar Dotres, Juan Miguel de San Vicente, Francisco Pujals Santaló, José Caruana Berard, Tomás Casaña, Juan Diez de Brito, Mariano Ramiro, Vicente Ferrer Bartual, José Villalba y Mariano Royo”. Una sociedad creada para impulsar las obras del Puerto de Valencia, en disputa por el mismo asunto se encontraba otra entidad denominada “Sociedad Valenciana de Crédito y

Fomento” auspiciada por José Campo. En la adjudicación resultó favorecida la “Sociedad de Crédito Valenciano”.

El periódico *La Opinión* logró superar el aval, pero no pudo superar la sanción económica que acompañó a una denuncia que sufrió a principios de 1861. Esa circunstancia la aprovechó José Campo, aconsejado por su colaborador Ramón Ferrer Matutano, para realizar su operación sobre la citada publicación. Como afirma (Altabella,1970,81) Ferrer Matutano tenía “fraternal amistad literaria con sus colegas, los poetas Teodoro Llorente y Vicente W. Querol”.

En febrero de 1861 su director era Teodoro Llorente Olivares. El 1 de octubre de 1861 se produjo el traslado de la imprenta a unos locales en la calle Avellanas, 11 y 13 dirigiéndola José Domenech Taberner. *La Opinión* en manos de Llorente y sus colaboradores se convirtió en órgano del partido conservador. Ocho años después, el 1 de mayo de 1869, José Campo Pérez vendió a Domenech Taberner la imprenta por 24.000 escudos abonados en doce pagarés en un plazo de tres años.

La actividad económica y política de José Campo Pérez-Arpa, futuro Marqués de Campo, iba en aumento. Valencia se quedaba pequeña para sus ambiciones, establecido en Madrid no le interesaba seguir con *La Opinión*. Pero tanto el director, el impresor y parte de la redacción de la publicación deseaban seguir desarrollando su actividad. José Campo les vendió la cabecera pero cambiando su nombre. El 31 de enero de 1866 *La Opinión* pasaba a llamarse *Las Provincias*. Su redacción aparte del director, Teodoro Llorente Olivares, estaba compuesta por los siguientes redactores: Eduardo Attard Llobell, Antonio Polo de Bernabé, Rafael Ferrer Bigné y Manuel Ramírez Bonet.

Las Provincias se titulaba “Diario de Valencia”. Al lado izquierdo figuraban los puntos de suscripción, en Valencia en la administración del periódico situada en la calle Torno de San Cristobal, 3. En los Centros administrativos de: Alcira, Albaida, Alcoy, Buñol, Castellón, Denia, Gandía, Játiva, Liria, Morella, Onteniente, Requena, Segorbe, Sueca y Vinaroz. Y añadía en las principales librerías de España y el extranjero. Estos centros administrativos nos pueden orientar sobre el ámbito de difusión del periódico, por un lado casi toda la provincia de Castellón, llegado a puntos extremos como Morella y Segorbe por la montaña y Vinaroz por la costa. La provincia de Alicante aparecía con la frustrada gobernación de Játiva, que

llegaba a Alcoy y Denia, el resto de la provincia Alicante se quedaba al descubierto para la difusión de la publicación. En el lado derecho del título del diario aparecían los precios de suscripción. En Valencia: Mes 10 reales (rs), Trimestre 28rs, Semestre 54 rs, Año 102 rs. Fuera de Valencia: Trimestre 36 rs, Semestre 70rs, Año 136 rs. Ultramar y citaba países de la Unión Postal como Francia, Italia, Inglaterra y Alemania: Trimestre 56rs. El número suelto 10 céntimos. Su director propietario era Teodoro Llorente y se imprimía en la Imprenta Doménech estaba situada en la calle del Mar 48.

EL MERCANTIL VALENCIANO

Un grupo de literatos animados según anunciaban “por un espíritu libre e independiente al paso que imparcial y moderado” fundaban el “Diario Mercantil de Valencia”. El miércoles 19 de noviembre de 1834 aparecía el primer número del “Diario Mercantil de Valencia”. Su primer director fue Pascual Pérez y Rodríguez y entre sus colaboradores se encontraban José María Bonilla, Juan Arolas y Vicente Boix. Su impresor es Manuel López Gimeno y la imprenta está situada en la calle Bordadores, 11. A partir del 8 de junio de 1840 se traslada a la calle Cabilleros vulgo Santo Tomás, junto a la de Campaneros 5.

El 29 abril 1848 fallece el impresor López Gimeno y su hija Rosa López vende la imprenta y el diario a José María Ayoldí. Dos años después lo adquiere el impresor José Rius Benet. Este impresor entró en el negocio de la impresión al contraer matrimonio con la biznieta de uno de los impresores más conocidos de Valencia, Benito Monfort. En 1848 heredó la imprenta de su suegro.

El avalista del *Diario Mercantil de Valencia* fue la Sociedad de Crédito Valenciano. Cuando el Marqués de Campo era propietario de *La Opinión*, desde sus páginas se denunció que la Sociedad de Crédito Valenciano no había abonado los derechos de aduana del material importado para realizar obras del puerto. El *Diario Mercantil de Valencia* salió en defensa de su avalista, hasta que tuvo que retroceder ante los periódicos nacionales que dieron la razón al diario *La Opinión*. El 8 de noviembre de 1850 el editor del *Diario Mercantil de Valencia* consigue que le adjudiquen la edición del “Boletín Oficial de la Provincia”. Tres años después, el 28 de febrero, aumenta el tamaño, con una plana a cuatro columnas y aparece el folletín, una novela por entregas que tiene mucho éxito.

El 31 marzo de 1872 el diario publica en su primera página el anuncio de haber sido absorbido por el periódico *Las Provincias*. Tras una negociación secreta entre el impresor Rius (*Diario Mercantil*) y el director Teodoro Llorente (*Las Provincias*) en un intento de eliminar competencia. En el año 1869, el editor Doménech había conseguido para *Las Provincias* la edición del "Boletín Oficial de la Provincia". Pero una parte de la redacción apoyada de un sector de suscriptores, cambiando el nombre por *El Mercantil*. *Diario de Valencia*, sacan al día siguiente, 1 de abril de 1872, el nuevo diario. Se abrió un proceso de transición y redefinición de la publicación que culminará con la aparición el jueves 24 octubre de 1872 con la nueva cabecera de *El Mercantil Valenciano* con el subtítulo de "Diario Político Independiente, Literario, Comercial y de Anuncios". Los primeros números se imprimen en el taller de Vicente Daroqui y luego en la imprenta de Manuel Alufre Bens. El nuevo propietario y director fue el periodista Enrique Burguete, pero entramos en un periodo convulso en el que se suceden varios directores como: Francisco Peris Mencheta, Francisco Giménez, Fernando Alisal y Vicente Dualde. La estabilidad llegará con la dirección de Francisco Castell Miralles, que dirigió *El Mercantil Valenciano* desde 1874 hasta su muerte en 1917. Como periodista publicó sus primeros escritos en *Los Dos Reinos* órgano del Partido Progresista de José Peris y Valero. También fue diputado a Cortes y diputado Provincial. Francisco Castell Miralles nació en Alcoy en 1842, pero en el "Escalafón de Antigüedad de los Catedráticos Numerarios de las Universidades del Reino" con fecha de 1 enero 1907, aparece como fecha de nacimiento la siguiente: 21- IV- 1843.

261	• Pascual Tostor y Pasual.	Dr. en D.	18	IX	1862	Madrid.	C.	22	XI	1898	Valencia.	Estadística.	D. Sec. de C. S.	Madrid.
262	• Leopoldo Añeta y Fernández.	Dr. en F. y L. y Lic. en D.	9	XI	1841	Valencia.	C.	11	XII	1898	Salamanca.	Derecho penal.	D.	Valencia.
263	• Francisco Castell y Miralles.	Dr. en C. f. y Lic. en D.	31	II	1849	León.	C.	1*	II	1899		Lengua y literatura españolas.	F. y L., Sec. de L.	Oviedo.
264	• José Luis Castillo y Arimón.	Dr. en C. e.	13	IV	1843	Alicante.	C.	25	II	1896		Química inorgánica.	C. Sec. de q.	Valencia.
265	• Antonio Collantes y M...			XII	1857	Sevilla.	C.	21	III	1897	Barcelona.			

Figura 39. Escalafón de Antigüedad de los Catedráticos Numerarios de las Universidades del Reino, página 36.

Era hijo de un farmacéutico (Sánchez Santiró,1998,154) pero pronto su familia se instaló en Valencia. Obtuvo la licenciatura de farmacia en Barcelona el 21 de junio de 1864 con Premio Extraordinario (Loras,1951,52-53) y el doctorado en Madrid(1870-1871). En la Facultad de Farmacia de Valencia (1868 a 1874), fue Catedrático de Química Inorgánica hasta el último curso (1873-1874) que fue sustituido por José Lucia Gargalló. En los cursos de doctorado impartió Historia de la Farmacia. Además fue catedrático de Química Inorgánica en la facultad de Ciencias desde 1896 a 1914 (Sánchez Santiró,1998,160). Tuvo una farmacia en la calle San Vicente, 177 y un

laboratorio de productos, antes denominada “botica de Fé”. En nuestras investigaciones farmacéuticas sobre Francisco Castell hemos encontrado este anuncio de Extracto de Carne publicado en el *Formulario Silvio* de 1920 editado en Barcelona.

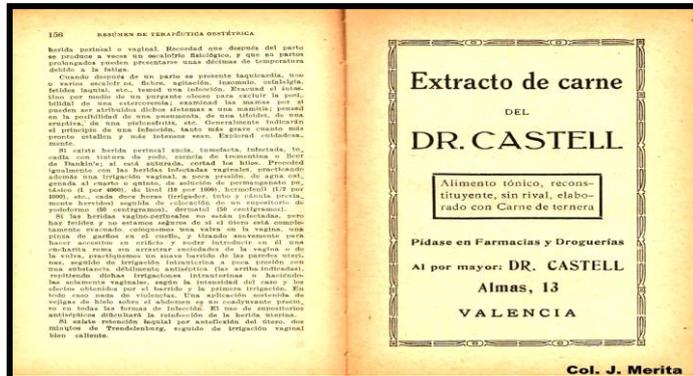


Figura 40. Anuncio Dr. Castell en Formulario Silvio.

Hemos reproducido las páginas 156 y 157 de este formulario, la publicidad aparece en la página de la derecha lugar preferente de una lectura rápida. Buscando sus orígenes alcoyanos hemos encontrado en el *Heraldo de Alcoy (19-11-1901)* en su página tercera un anuncio de “Extracto de carne”. Del texto nos llama la atención que se define como “Laboratorio Químico Industrial. Productos Alimenticios”. Se vende en farmacias y droguerías y en la dirección cambia el número por Almas,7. En un diario de la capital de provincia, *La Correspondencia Alicantina (16- 12- 1902)* en su página tercera aparece un anuncio del mismo producto que nos informa que ha sido premiado en la Exposición Universal con diploma, insignia y medalla de oro en Paris 1900, lo demás permanece igual. Se confirma la identificación, en los anuncios de *Caramelos Vegetales de Fé* (número inventario 7 de productos EMV) dice “Botica calle de San Vicente, núm 177 esquina a la de las Almas”. A su vez nos encontramos con un laboratorio anejo a la botica. Además nos aparece la transmisión de la Botica de Fé a Castell, o a su sucesor. En la dirección y propiedad del diario aparece: un sobrino llamado Vicente Fe Castell (Laguna Platero, Martínez Gallego, 1992, 215). Este sobrino era hijo del farmacéutico Gaspar Fe Martí y de Virginia Castell Miralles, inicio estudios de medicina. Tras la muerte de Francisco Castell Miralles (1842-1917) hemos visto que su laboratorio, tres años después continúa insertando anuncios, por tanto en ese momento debería estar en manos de su sucesor.

- **Correspondencia Particular.** Cartas a la redacción.
- **Espectáculos.** Programacion de cuatro teatros.
- **Diario Cristiano.** Santos de hoy, Santos de Mañana, Cuarenta-Horas.
- **Avisos Oficiales y Judiciales.**
- **Avisos Corporaciones.** Compañía de ferro-carriles económicos de Villena a Alcoy a Yecla y Alcudia de Crespins. Sociedad Económica de Amigos del Pais, Sociedad de los ferro-carriles de Almansa a Valencia y Tarragona. Sociedad del ferro-carril de Silla a Cullera. Banco Regional Valenciano. Ateneo Mercantil de Valencia. Ateneo Mercantil de Valencia.
- **Sección Comercial, con la Bolsa y Cotizaciones.**
- **Telegramas,** noticias de extranjero.
- **Ultima Hora ,** con Despachos telegráficos, Agencia Fabra y Agencia Especial.

En esta plana aparecen también.

- **Anuncios,** un total de cinco ocupando el espacio de una columna. Vino Cepa Picazo, Eladio López González ,Consultorio Médico-Homeopático, Consultorio Homeopático, Fabrica de Licores.
- **Esquelas,** un total de cuatro, dos ocupando una anchura de una columna y otras dos a dos columnas.

Al final de la ultima columna de la derecha pone

- **Imprenta Manuel Alufre,** Plaza de Pellicers, nº6 .
- **Redacción y Administración:** Gracia 78, principal y bajo

CUARTA PLANA



Primero, resaltar que esta página es publicitaria en su totalidad. Segundo, de las CINCO COLUMNAS en las páginas de información hemos pasado a más columnas, a simple vista aparecen cuatro columnas de anuncios por palabras y otros dos bloques de anuncios gráficos que son de doble columna.

Entonces ¿Cuántas columnas hay? Siguiendo este razonamiento tendríamos OCHO COLUMNAS, es decir la columna de texto ha disminuido

su anchura, dado que el soporte de papel no ha aumentado de tamaño. El objetivo perseguido es aumentar el rendimiento económico de esta plana.

Dado que nuestra investigación se ha basado fundamentalmente en esta plana, vamos a analizar no solo su rendimiento cuantitativo, sino el cualitativo indicando las materias de los anuncios publicados. En esta página aparecen 39 inserciones publicitarias más la columna lateral del extremo derecho que está ocupada por el trasiego marítimo de Buques y un anuncio al final de “Carbón”.

Los anuncios los podemos dividir en: Anuncios por palabras y Anuncios Compuestos (de composición gráfica y textual). Veamos los primeros.

Anuncios por palabras: un total de 21.

- **Subastas y remates:** 1 módulo con nueve operaciones.
- **Prestamos:** 1.
- **Negocios:** 8.
- **Traspaso:** 1.
- **Combustible:** 1.
- **Caridad:** 1.
- **Ocupaciones y Profesiones :** 8.

Vamos a citar los titulares de los dos grupos más numerosos que hemos denominado Ocupaciones y Profesiones y Negocios. El nombre es nuestro, y vamos a poner los titulares porque ellos son explicativos tanto del contenido como de su arbitrariedad. Esta última estaría condicionada por la anchura de la columna.

Negocios: Anuncios, Próximo a cerrarse, Ventas, Otra, Arriendo, Alquileres, Mesa Billar y Fr. Wilh Brand. Luego al proceder a su lectura nos resulta que en “Ventas” aparecen cuatro operaciones. “Otra”, titular que sigue al anterior módulo, aparecen cuatro operaciones más. “Fr. Wilh Brand” es un comisionista de frutas de Hamburgo.

Ocupaciones y Profesiones: Aprendiz, Barbero, Costurera, Peluquero, Bordadoras, Portería, Colocación y Nodrizas.

Anuncios Compuestos: un total de 18.

- **Transportes marítimos:** 2.
- **Medicamentos:** 10.
- **Instituciones sanitarias:** 1.
- **Combustible:** 1.
- **Banco:** 1.
- **Textil:** 2.
- **Madera:** 1.

De los 18 Anuncios Compuestos, dentro del ámbito sanitario tenemos que considerar los 10 de Medicamentos, donde hemos incluido la Harina Lacteada Neslé y 1 de Instituciones sanitarias que es el anuncio de Centro de Vacunación Animal. Dentro de los Anuncios Compuestos, los Anuncios Sanitarios representan el 61,11%, y dentro del total de anuncios de la plana cuarta el 28,21%.

En una valoración cualitativa esa columna de tráfico marítimo con los anuncios de los buques de los distintos consignatarios tiene un interés para las investigaciones de corte económico. Pero para nuestra investigación, nos preguntamos, ¿ si esta columna estuviera en la plana tercera, que ocurriría ?, ese espacio sería ocupado por anuncios parecidos de las columnas próximas.

Hemos valorado la columna próxima a los buques y arroja la siguiente carga publicitaria, unos 10 anuncios distribuidos de la siguiente manera.

Anuncios Compuestos: 4.

- **Medicamentos:** 3.
- **Transportes Marítimos:** 1.

Anuncios por palabras: 6.

- **Caridad:** 1.
- **Negocios:** 2.
- **Ocupaciones y Profesiones :** 3.

Tabla 3. Relación Anuncios Compuestos con el Total.

	número	%
Anuncios Palabras	21	53,85
Anuncios Compuestos	18	46,15
TOTAL	39	100
Transportes marítimos	2	11,11
Medicamentos	10	55,56
Instituciones sanitarias	1	5,56
Combustible	1	5,56
Banco	1	5,56
Textil	2	11,12
Madera-Almacén	1	5,56
TOTAL	18	100

El supuesto de la desaparición de la columna de Buques arrojaba un incremento de 10 anuncios. Para Anuncios por palabras 6 inserciones más y para Anuncios Compuestos 4 publicidades más. ¿Cómo afecta esto a nuestros porcentajes?.

Tabla.4. Variación desaparición columna “*Buques*”

	Número	%
Anuncios Palabras	27	55,10
Anuncios Compuestos	22	44,90
TOTAL	49	100

Esto supone un aumento con respecto al total de 25,64%. Con respecto a los Anuncios Compuestos el aumento es de un 22,22%. Dentro de estos se encuentran las diez inserciones publicitarias de medicamentos y el anuncio del Centro de Vacunación Animal, esos 11 anuncios se incrementarían en el 14,14% . Su porcentaje pasaría del 61,12% al 78,57%.

No hemos introducido los cinco anuncios de la tercera plana, que juegan en otra categoría publicitaria desde el punto de vista cualitativo, pero

si han sido valorados en los aspectos cuantitativos del trabajo de investigación.

LAS PROVINCIAS

Los periódicos a no ser que introdujeran nuevas máquinas de imprimir, se componían de 4 pliegos, cada uno de ellos impreso a cinco columnas y con una periodicidad diaria, excepto los lunes que se imprimían dos pliegos. En la portada aparecía el título, las esquelas mortuorias, algún anuncio, los vapores que salían o entraban en el puerto de Valencia y sobre todo las noticias. Las noticias de la primera página, eran de interés general: del extranjero como guerras, epidemias como el cólera o nacionales de tipo político. En la segunda y tercera aparecían las noticias de tipo nacional y local por columnas y texto más breve. También aparecían los anuncios oficiales y de corporaciones. La última página estaba reservada para la publicidad, tanto en anuncios por palabras como gráficos. El periodo estudiado abarca del día 1 de enero de 1886 , ejemplar número 7061, hasta el 31 de diciembre, ejemplar número 7434, del año XXI .

anuncios: Para plegar papel y coser libros, Ramón Mora e Interesante. Como Artículos largos los siguientes titulares: Asuntos del día, La sedición de Cartagena y Liga Católica.

SEGUNDA PLANA

<h3>VALENCIA.</h3> <p>Una noticia sensacional sobre el asesinato de un ministro...</p> <p>El ministro de Hacienda, Sr. D. Juan de Borja, ha sido asesinado en su domicilio particular...</p> <p>El crimen se cometió el día 15 de mayo, a las 10 de la noche...</p> <p>El asesino, Sr. D. Juan de Borja, fue encontrado en el momento de cometer el crimen...</p> <p>El crimen fue cometido en el momento de cometer el crimen...</p> <p>El crimen fue cometido en el momento de cometer el crimen...</p>	<h3>REMITIENDO.</h3> <p>El Sr. D. Juan de Borja, ministro de Hacienda, ha remitido a la Real Academia de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales...</p> <p>El Sr. D. Juan de Borja, ministro de Hacienda, ha remitido a la Real Academia de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales...</p> <p>El Sr. D. Juan de Borja, ministro de Hacienda, ha remitido a la Real Academia de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales...</p>	<h3>CORPORACIONES.</h3> <p>El Sr. D. Juan de Borja, ministro de Hacienda, ha remitido a la Real Academia de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales...</p> <p>El Sr. D. Juan de Borja, ministro de Hacienda, ha remitido a la Real Academia de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales...</p> <p>El Sr. D. Juan de Borja, ministro de Hacienda, ha remitido a la Real Academia de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales...</p>
---	---	--

Aparecen una serie de secciones cuyas cabeceras pasamos a reseñar.

- **Valencia.** Noticias locales.
- **Artículos.** Zorrilla en Murcia y Consistori dels Jochs Florals de Barcelona.
- **Remitido.** Cartas al director.
- **Espectáculos.** Programacion de seis teatros.
- **Oficial.**
- **Corporaciones.** Compañía de ferro-carriles económicos de Villena a Alcoy a Yecla y Alcudia de Crespins. Sociedad del ferro-carril de Silla a Cullera. Banco Regional Valenciano. Ateneo Mercantil de Valencia. Academia científico-literaria de la Juventud Católica.
- **Boletín religioso.** Santos de hoy, Santos de Mañana, Cuarenta-Horas.

En esta plana aparecen también.

- **Anuncios,** un total de seis ocupando el espacio de una columna. Repartimos s nuestros suscriptores La Hormiga de Oro, Oleografía de Maria Estuardo, anuncio por palabras de Agua de Colonia Orive, Vino Cepa Picazo, Sello garantía Dehaut y Obras declaradas texto.
- **Esquelas,** un total de cinco , cuatro ocupando con una anchura de una columna y otra a dos columnas.

Las diferencias más notables con respecto al otro rotativo son:

- Publicación de un artículo en valenciano titulado “Consistori dels Jochs Florals de Barcelona”.
- Se anuncian dos teatros más .
- En la esquelas se publican dos más. Cuatro a una columna y a dos columnas dos.

- **Puerto del Grao.** Entradas y salidas de barcos.
- **Madrid.** Publican noticias de la Gaceta.
- **Telegramas bursátiles.** con **la Bolsa y** Cotizaciones de la casa Ramón Mora.
- **Ultima Hora** , con Telegramas Oficiales, Telegrama de la “Correspondencia de Valencia”, Telegramas “Correo de Valencia”, Servicio telegráficos de Las Provincias : Agencia Fabra y Telegramas Mencheta .
- **Anuncios,** uno de Rafael Foz, ultramarinos.

Al final de la última columna de la derecha pone

- **Director y Propietario,** Teodoro Llorente .
- **Imprenta Domenech:** Mar, 48.

publicitario. Tenemos tres columnas de un módulo y dos columnas de dos módulos, por tanto podemos hablar de SIETE columnas.

Los anuncios que se publican en esta cuarta plana son 43. Están agrupados en: Anuncios por palabras y Anuncios Compuestos (de composición gráfica y textual). Veamos los primeros.

Anuncios por palabras: un total de 19.

- **Subastas:** 1 módulo con tres operaciones.
- **Remates:** 1
- **Monte de Piedad:** 1.
- **Negocios:** 6.
- **Ventas y Prestamos:** 3 con varias operaciones.
- **Combustible:** 2.
- **Comercio:** 1, zapatos.
- **Servicios:** 1, redención militar.
- **Profesiones y Ocupaciones:** 2.

Las variaciones más significativas son, no aparece el reclamo de Nodrizas, que tienen un publicación masiva pero irregular, su primera aparición es el día 21 de enero. Hemos separado de Negocios la sección de Ventas referidas a propiedades tanto urbanas como rústicas y a su vez la gestión de Prestamos. Entre las novedades la aparición del Monte de Piedad, su almoneda y la Redención militar como servicio.

Anuncios Compuestos: un total de 24.

- **Transportes marítimos:** 1.
- **Medicamentos:** 10.
- **Instituciones sanitarias:** 2.
- **Perfumeria:** 3.
- **Industria:** 2.
- **Guano:** 3
- **Servicios:** 2
- **Comercio:** 1.

De los 24 Anuncios Compuestos como novedades llama la atención los dos anuncios de Industria, en ambas actividades se cita la presencia de

“maquinas de vapor”. El tema de los hacendados agricultores aparece con tres anuncios de “Guano”. Dentro de nuestra investigación, en el ámbito sanitario tenemos que considerar, los 10 reclamos de Medicamentos, y 2 los de Instituciones sanitarias, el anuncio de Centro de Vacunación Animal y de Bassa dentista.

Tabla 5. Relación Anuncios Compuestos con el Total.

	Número	%
Anuncios Palabras	19	44,19
Anuncios Compuestos	24	55,81
T O T A L	43	100
Transportes marítimos	1	4,17
Medicamentos	10	41,70
Instituciones sanitarias	2	8,33
Perfumeria	3	12,51
Industria	2	8,33
Guano	3	12,51
Servicios	2	8,33
Comercio	1	4,17
T O T A L	24	100

Tenemos 12 reclamos publicitarios del ámbito sanitario, 10 de medicamentos mas 2 de Profesiones . Dentro los Anuncios Compuestos representan el 50,03%, y no añadimos las publicidades de Perfumería, muchas de las cuales en aquella época se comercializaban en farmacias.

Con respecto al total del espacio de la plana cuarta, los anuncios sanitarios representan el 27,91 %. Para los anuncios de la plana tercera, lo dicho en el análisis del anterior rotativo. Hay seis anuncios en esa plana, que si se valoran en los análisis cuantitativos.

Criterios para la realización del trabajo

El método de trabajo en esta investigación ha sido la lectura una por una de todas las páginas, es decir un vaciado manual de los periódicos *El Mercantil Valenciano* y *Las Provincias* del año 1886. Las sesiones de lectura del material microfilmado duraban unas dos horas más o menos. De esas aproximadamente 2880 páginas de información “bruta” se han ido extrayendo todas las informaciones relacionadas con el mundo de las Ciencias de la Salud. Se han realizado fichas manuales de cada información. En el caso de la publicidad, de cada anuncio se ha realizado una ficha en papel donde se han creado los siguientes campos: publicación, todas las fechas de inserción de la publicidad, página, y reproducción del anuncio. El material de nuestro estudio lo constituyen un total 483 anuncios distintos.

Cuando habíamos acabado la lectura de los periódicos estudiados, con todas esas fichas de trabajo procedemos a realizar una base de datos de las diferentes publicidades. La primera base de datos contenía todos los anuncios recogidos, la denominamos LISTADO. Cuando se inicia el proceso informático para elaborar el inventario, se observa que hay reclamos publicitarios de un mismo producto con diferentes contenidos informativos... Entonces decidimos agrupar cada una de esas variantes de un mismo anunciante en una sola unidad publicitaria. Esta nueva agrupación la denominamos INVENTARIO.

Resumiendo:

Esto nos explica las diferencias entre los anuncios de la base datos LISTADO y los de INVENTARIO.

- Utilizando el criterio de LISTADO aparecen TODAS las inserciones publicitarias recogidas en las páginas de los periódicos estudiados.
- Utilizando el criterio de INVENTARIO hemos introducido el parámetro de Anuncio de Continuidad(AC) para denominar a las diferentes variantes publicitarias. Es decir, si un reclamo publicitario tiene tres versiones en el Inventario se considera como unidad publicitaria.

Para manejar todo este material, hemos procedido a la reunión de los anuncios utilizando el criterio de INVENTARIO. En los Inventarios se describen las características y elementos informativos y publicitarios de cada uno de los anuncios.

Hemos procedido a su agrupación con en los siguientes seis inventarios:

- Anuncios de Productos en el periódico *El Mercantil Valenciano*.
- Anuncios de Productos en el periódico *Las Provincias*.
- Anuncios de Ocupaciones y Profesiones sanitarias en el periódico *El Mercantil Valenciano*.
- Anuncios de Ocupaciones y Profesiones sanitarias en el periódico *Las Provincias*.
- Anuncios Aguas, Baños y Balnearios en el periódico *El Mercantil Valenciano*.
- Anuncios de Aguas, Baños y Balnearios en el periódico *Las Provincias*.

La gestión de la información obtenida a partir de los periódicos estudiados la hemos contrastado con diferentes fuentes documentales que aparecen recogidas en la referencias bibliográfica al final de esta tesis. Pese a iniciarse la investigación en los albores de los recursos electrónicos, actualmente hemos tenido acceso a gran cantidad de fuentes a través de la web. Siempre hemos buscado por fechas iguales o próximas al año investigado.

Para la información sobre legislación hemos utilizado como fuente

- *Gaceta de Madrid* a través de la página web del Boletín Oficial del Estado.

El aspecto normativo sobre el campo de las ciencias farmacéuticas lo regulan las Farmacopeas:

- Farmacopea Española 1865 (5ª edición).

- Farmacopea Española 1884(6ª edición) .
- Farmacopea Española 1905 (7ª edición).
- Codex Medicamentarius, Pharmacopée Francaise (1884).

A su vez hemos consultado diversos formularios para la ejecución y conocimiento de los procesos farmacéuticos:

- Bouchardat, A. (1859), Novísimo Formulario Magistral, 2ª ed.
- Dorveault (1886), Répertoire General de Pharmacie Practique. 11ª ed.
- Carmouche (1885), Dictionaire médicale et thérapeutique des specialités pharmaceutiques et médicales. 1ª ed.
- Henry & Guibourt (1842), Farmacopea Razonada o Tratado de Farmacia. 3ª ed.
- Jeannel, J., Jeannel, M. (1886), Formulaire Officinal et Magistral international. 4ª ed.

Rastreando por la web hemos tenido acceso a fondos de la Hemeroteca Digital de la Biblioteca Nacional de España, la Biblioteca Nacional de Francia y de la Real Academia Nacional de Farmacia. Así hemos podido consultar revistas como *La Farmacia Española*, *El Restaurador farmacéutico*, *Los Avisos Sanitarios*, etc.

Para información más próxima hemos cotejado anuarios y guías como, el Anuario del comercio, de la industria, de la magistratura y de la administración (1886), de Carlos Bailly-Bailliere. El Indicador General de Valencia (1886), año I editado por la imprenta del diario *Las Provincias*. La Guia de Forasteros (1887) de Llombart y *Annuaire pharmaceutique* (1867) de Parisel, entre otros.

El método utilizado para catalogar, inventariar e identificar la publicidad sanitaria ha sido su descripción en forma de monografía sintética usando como herramienta el programa informático File-maker Pro 12 Advanced que es un gestor de bases relacional. Esta base de datos está compuesta por registros que deben ser previamente programados según los diversos campos que constituyen las características más relevantes de cada anuncio. La escritura del texto se ha realizado utilizando el programa Word que nos ha ocasionado algunos problemas, en la generación y disposición de las tablas y la colocación de los anuncios.

INVENTARIOS

Los criterios utilizados para la elaboración de cada tipo de Inventario han sido:

- Numeración decreciente, de mayor número de inserciones publicitarias hasta una sola. En el inventario hemos dado un número a cada uno de los distintos anuncios, para poder luego dialogar con ellos en nuestro trabajo de investigación.
- El número de inserciones se traduce en " días" de aparición del anuncio. Una publicidad se inserta una vez al día porque estamos ante un medio de comunicación diario.
- Un mismo reclamo publicitario puede tener diferentes formatos su descripción se realiza por orden cronológico de aparición en las páginas del periódico. Es un Anuncio Continuidad (AC).
- Cada inventario consta de varios apartados diseñados ex-profeso para la ocasión. Una descripción gráfica o más bien publicitaria con elementos como: tipo de letra, recursos tipográficos, tamaño y otros. Una descripción informativa con los textos publicitados, y reproducción de sus contenidos informativos, científicos y comerciales. Así se publican sus lugares de venta, la frecuencia publicitaria.
- Las denominaciones de cada publicidad del inventario surgen de los titulares de los anuncios . En la descripción de los titulares se emplea la barra inclinada (/) para separar diferentes líneas del titular.
- Se contrasta la información, para los contenidos científicos se utilizan tanto formularios como farmacopeas. En el apartado comercial se recurre a Anuarios Comerciales para verificar localizaciones.
- la publicidad sanitaria aparecida la hemos agrupado en tres grupos: 1) Productos, 2) Ocupaciones y Profesiones y 3) Aguas, Baños y Balnearios. Cada uno de estos epígrafes agrupa distintas materias. Se ha recogido todo tipo de publicidad (por palabras, entradillas, recuadros...) y de todo

tipo de procedencia del anunciante tanto sea local, nacional y extranjera.

El orden de mención es alfabético y será siempre así. Primero, *El Mercantil Valenciano* (EMV) y luego *Las Provincias* (LP). Todos los diseños publicitarios encontrados han sido publicados en este trabajo de investigación. Unos se reproducen en este apartado y los que faltan figuran al final del escrito, tras la Bibliografía, en el Apéndice Documental. El diferente tamaño de los anuncios ha generado una problemática específica, en su captación y posterior inserción en la maqueta del trabajo de investigación ha ocasionado la aparición de espacios en blanco por no haber cabido el anuncio. Siempre se ha buscado su legibilidad pese a la calidad deficiente de algunas reproducciones procedentes del microfilm, que se han intentado corregir en la medida de los recursos disponibles.

Los textos de los anuncios han sido copiados con su ortografía por ser documentos de época. Así por ejemplo, la denominación de farmacia y botica aparecen en unos anuncios con mayúscula y otros con minúscula. Veámos unos ejemplos: Botica de Sanchez (EMV-60), botica de Sanchez (EMV-64), Farmacia de Sanchez (EMV-49) Farmacia de Costas (EMV-8) y farmacia de Costas (LP-21, LP-110). A su vez aparecen apellidos sin acento, como en los casos de Sanchez, en Domenech (LP-6) y en el dentista Benito Zafon (EMV-2), entre otros.

Inventario de Productos en *El Mercantil Valenciano*.

1.-Discos Fé (AC)

Anuncio de diseño horizontal con enmarcado con filete, titular en mayúsculas y negritas de GASTRALGIA, debajo DISCOS FÉ y en la tercera línea en mayúsculas “el último de los descubrimientos”. Luego indica cuando se tiene que tomar y la dirección de la Botica de Fé, San Vicente 177. Aparece 125 días, desde el 13 de enero hasta el 1 de noviembre. Aparece algún día en la página segunda, porque los lunes se publicaban dos hojas. Un solo día, el 18 de diciembre, en la página tercera un anuncio con el título de GASTRALGIA, señala los efectos de una publicidad tan larga diciendo” el

crédito que ha adquirido este medicamento garantiza su verdad”. Lo más llamativo. Pedidos por Correo, San Vicente,177, Botica. En esa localización (Indicador,1888,252) y (Bailly Bailliere,1886,1744) aparece Gaspar Fé, farmacéutico. En la investigación periódica aparece que Francisco Castell Miralles deja el periódico a su sobrino Vicente Fé Castell, o sea que debía tener una hermana que se desposó con el boticario Gaspar Fé. En la página web de la “Fundació Josep Irla” aparece una semblanza de Vicent Fe i Castell: (Fill de Gaspar Fé, de València i de Virginia Castell d’Alcoi).

2.- Emulsión de Scott (AC)

Este anuncio presenta tres tipologías espaciales que son: el primero en aparecer, es vertical (2 columnas) con 49 inserciones, desde 2 enero hasta el 29 abril. Luego le sigue otro en posición horizontal (2-3columnas) con 39 inserciones, desde 1 septiembre al 27 diciembre. Ambos anuncios tienen parecido de texto pero diferente distribución. El producto que crea marca con el nombre de Emulsión de Scott, como sinónimo de aceite puro de hígado de bacalao con hipofosfitos de cal y de sosa. Luego en mayúsculas ES TAN AGRADABLE AL PALADAR COMO LA LECHE. Sus propiedades curativas, cura la tisis, escrófula, demacración, debilidad general, reumatismo, tos y resfriados, raquitismo de los niños. De venta en todas las Boticas y Droguerías. Scott & Bowne, químicos, Nueva York. En el anuncio tipo vertical se añade esto: Depósito general para venta al por mayor, Sres. Vicente Ferrer y Cía. en Barcelona.

La tercera tipología realiza 33 inserciones de Anuncio Noticia casi siempre en la tercera página. Son anuncios de médicos que agradecen y explican el uso de la Emulsion. Reproducimos varios de estos Anuncios Noticia, con la notación manual de la fecha.

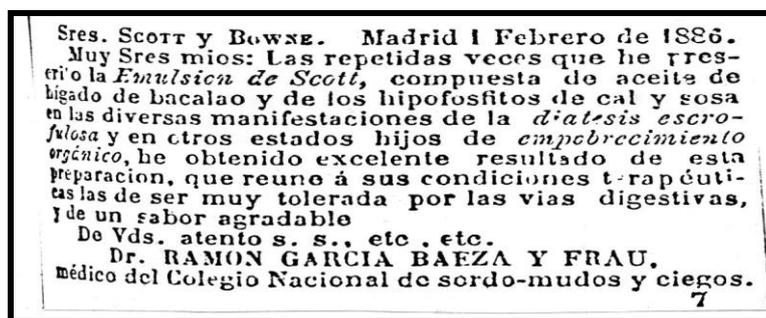


Figura 43. Anuncio Noticia EMV 25-9-86, p3.

Valladolid 28 Diciembre 1883.

El profesor de Medicina y Cirujía que suscribe, hace constar que la *Emulsion Scott* de aceite de hígado de bacalao con hipofosfitos de cal y de sosa, desde que la vengo usando en los enfermos del hospital que tengo á mi cargo y en mi práctica particular, he obtenido siempre con ella los mejores resultados, debido sin duda á la feliz combinacion de sus compuestos como á la facilidad con que se digiere, y á lo agradable que es de tomarse. Y para que conste doy la presente certificacion.

Dr. ILDEFONSO GONZALEZ AGUADO.

Figura 44. Anuncio Noticia 28-9-86, p3.

D. Vicente Sagarra Lascuain. Catedrático numerario de la facultad de Medicina de la universidad literaria de Valladolid, etcétera, etc Certifica: que habiendo empleado la *Emulsion de Scott*, de aceite de hígado de bacalao con hipofosfitos de cal y sosa, en aquellos casos que reclamaba su uso, especialmente en *el lupus* y en ciertas *dermatosis escrofulosas*, ha quedado altamente satisfecho de sus buenas cualidades, superiores por muchos conceptos á las del aceite de hígado de bacalao simple. Lo que tengo el gusto de consignar en obsequio á los señores *Scott y Borne*, sus preparadores.

Valladolid 27 Diciembre 1885.
Dr. VICENTE SAGARRA. 9

Figura 45. Anuncio Noticia 2-10-86, p3.

En total de este producto norteamericano se han colocado 121 anuncios. Hemos realizado un cuadro donde se colocan estos nombres a titulo informativo. Todos formaban parte del anuncio publicado en *Las Provincias*, siguen sin figurar ningún galeno de Alicante, Castellón y Valencia.

Tabla 6. Médicos Anuncio Noticia Emulsion Scott.

CARTA	LUGAR	MEDICO NOMBRE	ANUNCIO	CENTRO TRABAJO
15-11-1886	MADRID	JOSE EUGENIO OLVIDE	04-09-1886	HOSPITAL SAN JUAN DE DIOS
22-01-1886	MADRID	TELESFORO RODRIGUEZ SEDANO	04-09-1886	HOSPITAL DE LA VOF DE SAN FRANCISCO
14-01-1886	MADRID	JOSE DE FOJAR Y DEL CASTILLO	04-09-1886	MEDICO MAYOR DE REAL CUERPO DE ALABARDEROS
19-11-1885	FERROL	JUAN ACOSTA	04-09-1886	DIRECTOR HOSPITAL MARINA
1-02-1886	MADRID	FERNANDO CABELLO Y	04-09-1886	HOSPITAL LA LATINA Y REAL

		ASO		FAMILIA
7-01-1886	MADRID	E. SALCEDO	04-09-1886	[S.D.]
28-12-1885	VALLADOLID	DANIEL DE ZULOAGA	04-09-1886	CATEDRATICO MEDICINA
9-01-1886	MADRID	ADOLFO CERVERA TORRES	04-09-1886	JEFE CLINICA OFTAMOLOGICA
1-02-1886	MADRID	RAMON GARCIA BAEZA Y FRAU	04-09-1886	COLEGIO NACIONAL DEL SORDOMUDOS Y CIEGOS
28-12-1883	VALLADOLID	IDEFONSO GONZALEZ AGUADO	04-09-1886	PROFESOR DE MADICINA Y CIRUGIA
27-12-1885	VALLADOLID	VICENTE SAGARRA LASCURAIN	04-09-1886	CATEDRATICO MEDICINA
21-12-1885	BURGOS	HIPOLITO TOBES	04-09-1886	HOSPITAL
23-12-1885	BURGOS	FLORENTINO IZQUIERDO Y ORDOÑEZ	04-09-1886	MEDICO-DIRECTOR CLINICA BENEFICENCIA
18-12-1885	PALENCIA	CIRIACO BERMEJO PEREZ	04-09-1886	[S.D.]
14-12-1885	LEON	GABRIEL J. BALBUENA Y GIRONDA	04-09-1886	SOCIEDAD COOPERATIVA LA CARIDAD
4-01-1886	SALAMANCA	PEDRO SANCHEZ LLEVOR	04-09-1886	MEDICO PRIMERO BENEFICENCIA Y DECANO FACULTAD
11-11-1885	GIJON	DIEGO PELAYO Y LOPEZ	04-09-1886	MEDICO HONORARIO MILITAR
20-11-1885	FERROL	FRANCISCO BELLAS URIA	04-09-1886	MEDICO HOSPITAL DE CARIDAD
5-12-1885	OVIEDO	PLACIDO A. BURLA	04-09-1886	HOSPITAL PROVINCIAL
24-11-1885	SANTIAGO	MANUEL PIÑEIRO HERBA	04-09-1886	CATEDRÁTICO PATOLOGIA INTERNA
30-11-1885	PONTEVEDRA	FELIPE ISLA	04-09-1886	[S.D.]
6-08-1885	BILBAO	MANUEL SIRERA	04-09-1886	MEDICO HOSPITAL MILITAR
28-07-1885	S. SEBASTIAN	JOSE MANUEL OA	04-09-1886	MEDICO TITULAR
27-07-1885	S. SEBASTIAN	FERNANDO TAMES	04-09-1886	[S.D.]
8-08-1885	BILBAO	JOSE A. DE CAMIRUAGA	04-09-1886	MEDICO CIRUJANO
18-07-1886	PAMPLONA	LANDA Y ALVARO CARVALCO	04-09-1886	DIRECTOR HOSPITAL MILITAR
10-07-1885	LOGROÑO	JOAQUIN CORRAL	04-09-1886	MEDICO CIRUJANO
10-07-1883	LOGROÑO	FELIX PEREDA	04-09-1886	MEDICO HOSPITAL MILITAR
12-08-1886	SANTANDER	CASTO SOLANA	04-09-1886	[S.D.]

21-07-1885	PAMPLONA	JUAN LIZÁRRAGA Y AITRAN	04-09-1886	MEDICO HOSPITAL PROVINCIAL NAVARRA
1-07-1885	REUS	F.GRAS FORTUNY	04-09-1886	[S.D.]
9-07-1885	LERIDA	AURELIO ZARDOYA GARCÉS	04-09-1886	MEDICO MILITAR
13-02-1885	SEVILLA	PEDRO MARTINEZ	04-09-1886	PROFESOR MEDICINA Y CIRUGIA

El profesor Josep Boatella Riera en (RSCHF nº13,2010,9-20) escribe sobre el aceite de hígado de bacalao. Se utilizaba contra el raquitismo y como fuente de fosforo aunque su presencia era escasa, por eso se formulaba en forma de fosfatos, hipofosfitos y glicerofosfatos. En 1876, la Emulsión de Scott elaborada con hipofosfitos de calcio y sodio. También figura una monografía sobre el Aceite de Hígado de Bacalao en las siguientes Farmacopeas, FE VI(1884) página6, FE VII (página35), FE VIII (página 523) y FE IX (página 774). Boatella Riera indica que cuando se obtuvo por síntesis las vitaminas A y D, empezó la decadencia del uso del aceite de hígado de bacalao.

3.-Pildoras Doctor Dehaut (AC)

Parecer ser que es un producto conocido pues el anuncio comienza afirmando “las personas que conocen las píldoras del doctor Dehaut de Paris no titubean en purgarse” además la publicidad carece de lugar de compra. Es un Anuncio que tiene más que continuidad un paralelismo con otro Anuncio Noticia de siete líneas donde indica que un sello de correos aparece en todas las cajas de píldoras que salen de la Farmacia del Doctor Dehaut, “desde el 1 setiembre de 1884” . La continua lucha contra las falsificaciones. Forma original está rodeada de un filete negro en forma circular.

El primer anuncio se publica desde el 7 de enero hasta 30 de diciembre, con un total de 53 inserciones. El segundo desde el 3 enero hasta el 26 diciembre con 50 impactos que hacen un total de 103 anuncios publicados.

4.-Enolaturu Zarza-Costas

Se trata de un anuncio horizontal con un titular con dos tamaños de letra: Enolaturu ZARZA-COSTAS y luego ocho líneas distribuidas. Las

cinco primera líneas de texto para indicaciones: Poderoso depurativo que destruye en poco tiempo los “vicios humorales” de la sangre. Cura las irritaciones y erupciones, el venéreo y las sífilis, los herpes, escrófulas, manchas de la piel, etc. Las tres últimas para publicitar las Boticas.

- Costas:Sombrerería,5
- Castellón:Rives y Fabregat.
- Denia. Millá.
- Alcoy: Mollo.(sic)Moltó
- Chiva:Soler.
- Segorbe:Montesinos.
- Murcia: Martinez.
- Sr. Espinós,Gandia.

Este anuncio permanece con 102 inserciones, casi todo el año desde el 1 de enero al 14 de diciembre. Destacar la “errata” de Molló y comprobar quien es el “Sr. Espinós”, dado que esa configuración que se sale de la norma de publicación nos podría indicar otro tipo de establecimiento. En el (Bailly-Bailliere,1886, 1797) aparece Espinós como un farmacéutico de Gandía.

5.- Citrato efervescente al cerio de Milla

Anuncio horizontal con un titular en mayúsculas y negritas que dice EMBARAZO y luego seis líneas donde publicita la indicación que son vómitos, mareos, nauseas,etc. Y luego indica que Milla es farmacéutico en Denia, y a continuación publica lista Depositarios. Se publica 101 días desde 3 de enero hasta el 30 diciembre.

- Valencia:Costas y Dr. Climent.
- Cabañal: Morales.
- Carcagente:Bognora
- Requena:Simarro.
- Utiel: Cubells.
- Alcira:Fontna.
- Alberique:Fabra.
- Gandia: Chelvi.

6.-Vino Tónico-Aromático de Baixauli

Anuncio horizontal de siete líneas, tras el titular, dos líneas de indicaciones: dispepsias, gastralgias, clorosis, anemias, etc. El Depósito general, es la Farmacia y laboratorio químico del Dr. Fuster, sucesor de Baixauli, Mar,47,Valencia.Se publica 94 veces desde 3 de enero hasta el 1 de noviembre.

7.-Caramelos vegetales de Fé (AC)

Tiene tres tipos de anuncios, empezamos por el más abundante. Un anuncio vertical con el siguiente texto:”Caramelos Vegetales de Fé para la curación rápida, segura y radical de la Tos y Constipados” en Botica calle de San Vicente, 177, esquina a la de las Almas. Luego vienen varias líneas donde se indican las diferentes indicaciones. Esto es original pues invierte el orden de la redacción en la publicidad vista. Se publica 90 días desde 2 de enero hasta el 1 del noviembre. El siguiente anuncio es vertical a parte de un diseño triangular en la distribución del texto, inserta en el medio la palabra FÉ, una forma de apostar por la marca. Luego indica la dirección de Valencia, y en Castellon, la Botica de Pitarch, calle de Zapateros. Se publica 17 días desde 4 de enero hasta el 25 de diciembre. El otro anuncio es insertado en la página tres y una sola vez, el 27 de enero. En el texto pone la indicación y otra novedad, “ Pedidos por correo. San Vicente, 177, Botica”.

CARAMELOS VEGETALES
DE FÉ,
*para la curación rápida, segura
y radical de*
LA TOS Y CONSTIPADOS
Botica calle de San Vicente, núm. 177, esquina a la de las Almas.
VALENCIA.

Cuatro ó cinco caramelos tomados durante el día y uno ó dos por la noche, disueltos estos últimos en media taza de agua caliente ó de infusión de flor de malva ó the, curan la tos y los constipados, por crónicas que sean estas dolencias.

Los que padezca del pecho encuentran gran alivio usando los caramelos de Fé.

Como higiénicos, y preservativos, los recomendamos á los señores predicadores, abogados, catedráticos, maestros, artistas líricos y dramáticos, y á cuantos tengan necesidad de hablar mucho ó de esforzar la voz.

Las personas que frecuentan los templos, teatros, salones y sitios muy abigados, evitarán los constipados y pulmonías tomando un caramelo de Fé á la salida de dichos lugares.

La bondad del producto que anunciamos garantizan el gran despacho que de él tenemos en nuestra oficina, y el sinnúmero de pedidos que servimos.

Cuidado con las falsificaciones.

Figura 46. Primer anuncio.

8.- Grageas esencia de Sándalo de Costas

Anuncio horizontal con cinco líneas, tras el título pone "bálsamo de Copaiba y Cubebas" sirven para curación de gonorreas y todo flujo blanco. Farmacia Costas, Sombrereria, 5, Valencia. Se anuncia 81 días, desde el 2 enero hasta el 25 de octubre. Aparecen como grageas de Balsamo de Copaiba (Fortin) en (Bouchardat,1858,124) y como capsulas de copaiba y cubebas en (Jeannel,1886,720) aparece una formula que entre paréntesis (Ph. Belge).

9.- Pomada Anti-Oftálmica del Dr. Fuster

Anuncio con disposición vertical, indica que es Sucesor de E. Baixauli luego siguen veintiún líneas de texto." Se expende en mi farmacia con el nombre de **pomada de la Viuda**", luego va explicando que es conocida en todo el reino de Valencia para combatir las "oftalmias parpebrales...". Se presenta como: Farmacia y laboratorio químico, calle del Mar, 47 y Avellanas, 1. Suponemos que es la esquina de entrada a la calle Avellanas, si así fuera nos encontramos ante "laboratorio anejo a farmacia", una de las formas primarias de industrialización farmacéutica. Lo que no encaja es la numeración de la calle del Mar, que hoy empieza en la plaza de la Reina y acaba en la Glorieta, es decir el número 47 estaría situado en el tramo final calle. En la *Guía de Forasteros* (Llombart,1887,372) nos indica que empieza en la Plaza de Santa Catalina y acaba en la Glorieta. Solo nos queda deducir que la numeración del callejero ha sufrido cambios y el número 1 empezaba por la Glorieta. Acaba la publicidad anunciando otra actividad que hoy conocemos como "Ortopedia", dice "hay un surtido completo de toda clase de bragueros, suspensorios, pesarios y demás objetos de goma". Se publica durante 79 días, desde 3 enero hasta el 25 de diciembre.



Figura 47. Primer anuncio.

10.-Pocion Bru

Este anuncio aparece 77 días, y cubre casi todo el calendario, desde el 4 de enero hasta el 30 de diciembre. Se trata de un Anuncio Noticia con un titular “Curación del garrotillo (Croup) y cuatro líneas de texto. POCION BRU: específico de seguros resultados comprobados en multitud de casos en la última *epidemia diftérica*, como asimismo para evitar la enfermedad. Farmacia Dr. Quesada, plaza de la Merced, 7 (junto al Mercado). Como anuncio noticia tiene un tamaño de una columna, y aparece en la página tres del periódico entre otras noticias y varias veces en la página uno.

Del texto se deduce que es un “específico” que cura y previene, aparece el nombre de BRU, que debe ser su descubridor y por tanto Dr. Quesada es el distribuidor. En el Roldán aparece Federico Bru Mendiluce como periodista y político además de farmacéutico.

11.-Pastillas Bálamico-Pectorales

Anuncio vertical del tamaño de una columna, con filete negro grueso. Dice que se usan más de 15 años, y recomendada para la tos seca, espasmódica, la cavernosa, el asma y crup. Depósito principal en Valencia. Farmacia y laboratorio químico del Dr. Fuster, Mar 47, y Avellanas, 1 Sucesor E. Baixauli. Luego escribe una serie Depositarios que transcribimos por su

interés como farmacéuticos y por su distribución que nos indica el area de uso e influencia del producto.

- Albacete: Sr. Martinez Garcia.
- Alberique: D. Magin Font.
- Alcira: Sr. Estruch.
- Alcoy: Sr. Alfonso.
- Alicante: Sr. Soler.
- Benicarló : Sr. Barrachina Diaz.
- Castellón: Sr. Ferrer.
- Denia: Sr. Camarena.
- Enguera: Sr. Martí.
- Gandia: Sr. Boada.
- Jativa :Sr. Soler.
- Requena: Sr. Simarro.
- Sueca: Sr. Llerandi.
- Silla : Sr. Gastaldo.
- Tarragona: Sr. Fontova.
- Vinaroz: Sr. Esteller.

Se anuncia durante 74 días, desde 2 de enero hasta el 30 de noviembre.

12.-Aceite Bacalao Yodo-ferruginoso Dr. Pedro Fuster

Anuncio vertical con igual diseño que el anterior, pero que sirve para presentar al Dr. Fuster. Veamos empieza con mayúsculas: ACEITE DE BACALAO, línea siguiente: Yodo-ferruginoso, alternado mayúsculas y minúsculas. PREPARADO POR EL DOCTOR, D. Pedro Fuster. Ahora reproduce sus meritos: “doctor en las facultades de Ciencias y Farmacia, catedrático numerario de Agricultura y académico de la real y nacional de Medicina de Valencia “.

En el texto explicativo dice que ha sido una de las aspiraciones conseguir un aceite de bacalao con yodo y hierro, que circulan imitaciones y debe exigirse la firma. Después siguen las indicaciones y no se publica el lugar donde se puede comprar. Se trataría de un anuncio informativo de producto, buscando la demanda del lector para que lo solicite en su farmacia. Se publica 72 días ,desde el 3 de enero hasta el 24 de diciembre.

13.-Elixir Español

Este anuncio horizontal que aparece 70 veces, cubriendo el calendario desde el 25 de abril hasta el 30 diciembre. Tiene como titular en letras mayúsculas GRAN REMEDIO PARA LA BOCA y recortado con un filete negro. Luego sigue el nombre del producto “Elixir Español” y Aprobado por la Academia Medico-Farmacéutica de Barcelona, y para rematar indica que se vende en las principales farmacias y perfumerías, sin indicar ninguna. Otro anuncio informativo de producto.

14.- Quinina Dulce (AC)

Se colocan tres formatos de anuncio buscando la eficacia. Por el periodo de inserción, el primero se publica 29 veces, desde el 18 de junio hasta el 13 de agosto, con una frecuencia de cada dos días. Es un reclamo horizontal de cinco líneas con el siguiente titular: ¡¡**QUININA DULCE!!** , Sin rival contra calenmturas. En Valencia, farmacias de Fabiá y Greus. Por correo, prospectos gratis. La autenticidad, “Su autor, Dr. Santoyo, de Linares (Jaen).

La siguiente prueba publicitaria es un anuncio horizontal de veintidos líneas, además del exclamativo titular anterior, introduce debajo el siguiente título. “Febrifugo infantil Santoyo”. Empieza a describir las propiedades de la quinina y sus “formas farmacéuticas”, papeles, pastillas que llama “napolitanas”. Al farmacéutico elaborador Dr. Santoyo de Linares se le ha ocurrido introducir en “una napolitana 1, 2, o 4 granos de sulfato de quinina”. Dice que se encuentra en la boticas de señores Fabiá y Greus, y se remiten muestras por correo. Este reclamo se publica 5 días, desde 15 al 27 de agosto, parece ser que es una publicidad fallida por el siguiente anunciador. El tercer formato mantiene el texto del anterior, pero se comprime de veintidos hasta diecisiete líneas, es decir menor tamaño por tanto menor coste. Se publica 30 días, desde el 2 de septiembre hasta el 30 de noviembre. Estos datos nos indican la continuidad de la campaña.

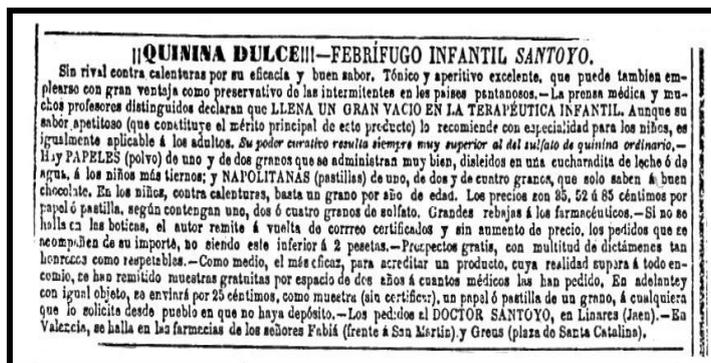


Figura 48. Tercer anuncio.

Aparece como participante en el Congreso Exposición Farmacéutica Nacional de 1882 (Ruiz Jimenez,1990,384) como Cayetano Rodriguez Santoyo, subdelegado de farmacia del Partido de Linares. Es premiado con medalla de plata por presentar un folleto titulado " Jarabes, su importancia, su utilidad y reformas que reclaman" (Ruiz Jimenez,1990,449).

15.- Grageas Saez (AC)

La publicidad de este producto en formato vertical adopta tres variantes. De mayor frecuencia a menor son: El primero se anuncia durante 40 días desde 1 enero al 17 octubre, las primeras 14 inserciones se realizan en primera página. El segundo reclamo de menor tamaño y texto, se anuncia durante 18 días, desde el 16 noviembre hasta el 30 diciembre. Hay un tercero que se anuncia 5 días, desde el 20 de septiembre al 14 de noviembre, es una variante del primer anuncio pero cambiando los depósitos farmacéuticos.

GRAGEAS SAEZ.

Único remedio recomendado por los especialistas y usado en los hospitales y clínicas especiales con grande éxito en la curación de toda clase de FLUJOS de la uretra y de la matriz.

CURAN RADICALMENTE LAS

IRRITACIONES y *catarros* de las vías urinarias en pocos días.

BLNORRAGIA (*purgación*) por aguda y dolorosa que sea.

GONORREA (*gota militar*) por años y rebelde que se sufra.

LEUCORREA (*flujo blanco*) que acaba con la salud de las señoras.

ESTRECHECES de la *uretra*, evitando operaciones dolorosas.

ULCERAS de la *matriz* sin cauterizaciones ni otras molestias.

INCONTINENCIA de la *orina*, por edad que tenga el paciente.

De venta en las principales farmacias de España.
Depósitos en Valencia: farmacias del Dr. Andrés y Fabiá, San Vicente, 22; del Dr. Creus, plaza de Santa Catalina, 4; del Dr. Aliño, plaza de Cajeros, 6; del Dr. García, plaza de la Congregación, 72; del Dr. Rives, Mercado, 40. En el Grao, del Dr. Valiente, Mayor, 82. Depósito general para toda España, Dr. Saez, Rambla de Canaletas, 5, 1.º, Barcelona.
Precio: Frasco con 100 grageas, 10 rs.

Figura 49. Primer Anuncio.

El primer anuncio con mayúsculas anuncia “GRAGEAS SAEZ, único remedio recomendado por los especialistas y usado en los hospitales contra toda clase de Flujos de la uretra y la matriz...Luego dice cura radicalmente:

Irritaciones, Blenorragia, Gonorrea, Leucorrea, Estrecheces, Ulceras, Incontinencia. De venta en las principales farmacias de España. Depósito general para toda España, Dr. Sáez Rambla de Canaletas, 5-1º Barcelona. En Valencia, Farmacias:

- Dr. Andrés y Fabiá, San Vicente, 22.
- Dr. Greus, Plaza Santa Catalina, 4.
- Dr. Aliño, plaza Cajeros, 6.
- Dr. García, plaza de la congregación, 72.
- Dr. Rives, Mercado, 40.
- Dr. Valiente, Mayor, 82 (GRAO)

El anuncio de continuación resalta en mayúsculas la indicación FLUJOS luego remite al producto (la marca), a las acreditadas Grageas Sáez. Y continua poniendo lo que cura: irritaciones, purgaciones, gota militar, flujo

blanco, estrecheces de la uretra, derrames seminales, incontinencia de la orina y todos los flujos de las vías urinarias. Luego anuncia las farmacia vendedoras de Valencia, donde repiten todas menos Dr. Rives y la del Grao y en al por Mayor, Dr. Sáez y Sres. Vicente Ferrer y Compañía, que es un distribuidor. En el anuncio de 5 días se publica con las mismas farmacias menos Dr. Rives y la del Grao ,y tampoco aparece Sr. Vicente Ferrer y Compañía. Parece que sea un anuncio fallido, y tras estas inserciones continua con el anuncio de “Flujos”.

16.- Pastillas Nielk

Este anuncio tiene 56 apariciones y cubre desde 5 enero al 24 diciembre. Su nombre tiene origen en el nombre inverso de su fabricante Klein. En la Exposición Farmacéutica Nacional de 1882 (Ruiz Jimenez,1990,138) rechazan este producto por ser de un médico Modesto Klein, el presentador del específico. Su composición es clorato de potasa, un clásico que llega hasta nuestros días. La indicación es global, ya que sirve para Anginas, Crup, Ronquera, Fetidez del aliento e inflamación de la garganta. Como recomendación publicitaria dice recomendada para oradores y cantantes. Se vende en todas las farmacias, para evitar falsificaciones exíjase el sello de la Sociedad Farmacéutica Española. Cuando aparece esta indicación en la publicidad nos solemos encontrar con un producto de éxito. El fabricante parece ser que es la Sociedad Farmacéutica Española, que era un depósito/ distribuidor de Barcelona.



Figura 50. Primer anuncio.

17.-Jarabe Laroze

Anuncio casi modular, es decir la misma medida en los dos lados, filete negro en el borde. Con 55 días, desde el 7 de enero al 31 de diciembre.

Además introduce la modalidad de anuncio doble al anunciar dos productos del mismo fabricante: J.P. Laroze & Cía. rue des Lions-St. Paul, Paris. El **Jarabe Laroze** de cortezas de naranjas amargas y el **Jarabe al Bromuro de Potasio** de cortezas de naranjas amargas. Depósitos en Valencia y cita Ramón Rives, Esplugues heros, Capafons, Andrés Fabiá. Y en la parte baja del anuncio en un alarde de aprovechar el espacio indica los siguientes productos: El Jarabe de corteza de naranja amarga al ioduro de potasio, el Jarabe ferruginoso de corteza de naranja y cuasi amara al Proto-ioduro de hierro, los Dentífricos Laroze de quina pelitre y guayaco, Elixir, Polvos et Opiata.

18.-Elixir del Dr. Gutler

Anuncio rectangular cuyo titulo indica: GRAN CONSERVADOR DE LA BOCA, y en mayúsculas más pequeñas el nombre del preparado. A su vez dice que Gutler es un célebre médico alemán. Después vienen las indicaciones para combatir, dolor de muelas, caries, sarro, mal olor,... Punto de venta en Valencia, farmacia de Costas, Sombrerería,5 frente al campanario de Santa Catalina, en Denia, Millá. Se publica 53 días, desde 3 de enero hasta 26 de diciembre.

19.-Bálsamo de Luisa

Anuncio horizontal de siete líneas. Su titular es “Dolor de muelas”, no en mayúsculas pero si en el tipo negritas. Se trata de poner lo máximo de texto en poco espacio. En la siguiente línea, en tipo cursiva se escribe “Desaparece instantáneamente por violento que sea con el”, en otra línea “Bálsamo de Luisa” en tipo negritas de menor grosor. A veces lo barato sale caro, menor tamaño implica un menor precio del anuncio y abre la posibilidad de colocar este durante más tiempo. Ahora bien, si su legibilidad es escasa, y además por el tamaño no llama la atención, o se pierde dentro de una plana llena de anuncios, nos preguntamos que eficacia conseguimos. De todas maneras destacar desde el punto de vista informativo publicitario la utilización de los siguientes recursos:

- Anteponer la dolencia al nombre del producto.
- Indicar una localización urbana (bajo el campanario de Santa Catalina) a los compradores, mayoritariamente analfabetos.



Figura 51. Primer anuncio.

Depósito en Valencia: farmacia de Costas, Sombrerería, 5, bajo el campanario de Santa Catalina. Se publicita 53 días, desde el 7 de enero hasta el 30 de diciembre.

20.-Agua Azahar Triple Costas

Anuncio de cinco líneas más una entradilla de precio “2 REALES BOTELLA”, nos indica un mensaje publicitario resaltando el precio. El resto de contenido informativo se anuncia con minúsculas como el nombre del producto, las propiedades de facilitar digestión, anti-estérica y anti-nerviosa. En Farmacia Costas, Sombrerería, 5, bajo el campanario de Santa Catalina. Aparece 49 veces, desde 12 de enero al 28 de diciembre.



Figura 52. Primer anuncio.

Como curiosidad , se publica un anuncio de compra de la materia prima. Este reclamo tiene como titular: “FLOR DE AZAHAR, Se compra agria y dulce en la Farmacia de Costas, calle Sombrerería, 5, Valencia”. Este aviso publicitario se publica 3 veces, los días 1, 2 y 3 de mayo, época de la floración del naranjo.



Figura 53. Segundo anuncio

21.- Hierro Bravais (AC)

Un anuncio de texto pero con tipografía en “negritas”. Tiene su modernidad pues la publicidad se plantea a modo de conversación entre un médico y la madre hija anémica. Empieza con mayúscula diciendo **DAD HIERRO** y a mitad de la narración aparece **EL HIERRO BRAVAIS** en mayúsculas para destacar. En todas las Farmacias y Exigid la firma. Se publica durante 28 días, desde el 15 abril hasta el 7 de octubre.

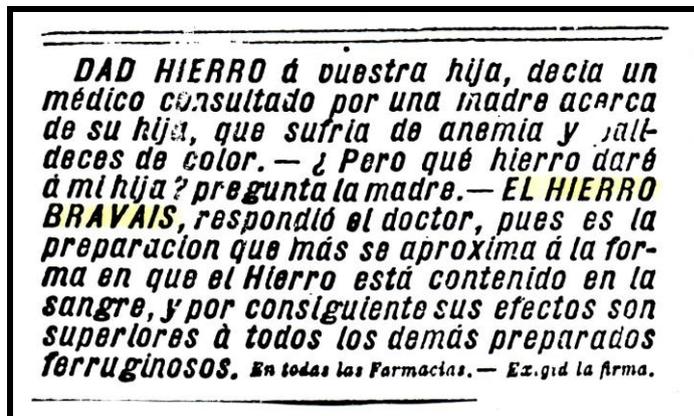


Figura 54. Primer anuncio.

El otro anuncio, coetáneo en el tiempo, comienza con **LAS PERSONAS DEBILITADAS** que el médico aconseja emplear **HIERRO** gotas concentradas de **HIERRO BRAVAIS**. En todas las Farmacias y Exigid la firma. Se publica durante 23 días, desde 11 abril hasta el 26 septiembre.

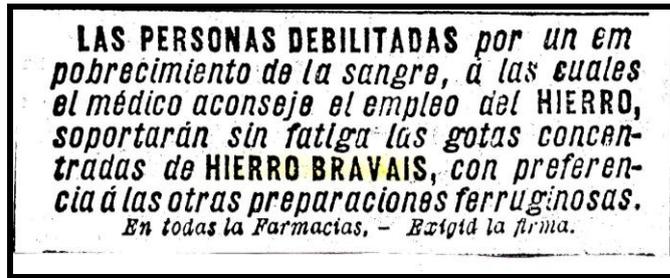


Figura 55. Segundo anuncio.

22.-Licor Brea Costas

Anuncio horizontal de seis líneas. El titular pone en letras mayúsculas LICOR BREA COSTAS. El mensaje publicitario y medicamentoso es que un preparado con Brea, savia de pino y bálsamo de Tolú es más útil que un licor con brea solamente. De venta en Farmacia de Costas y principales de España. Cuenta con 51 inserciones y abarca todo el año desde 6 enero al 29 diciembre.

23.-Cigarrillos Espic

Anuncio extranjero con cierta composición publicitaria. A la izquierda del reclamo un sello con una leyenda en francés “Fumigateur Pectoral-Cigarettes Espic” al otro lado la firma del autor. En medio con unos titulares como: Opresiones, Asma, Neuralgias y más abajo dice que son curados con los cigarrillos Espic. Exigir la firma, venta al mayor en J.Espic, 20 rue St. Lazare, Paris. En las principales farmacias. Apareció con 57 inserciones desde el 1 de enero al 31 de diciembre.

24.-Perla Anti-Gastralgica Doctor Delgado

Anuncio del formato casi modular, un poco más alargado que ancho, su anchura es la de una columna. Cura todos los padecimientos del estomago. El autor de este producto se sitúa en Sevilla, farmacia el Globo, Tetuan, 20. En Valencia en la farmacia del Sr. Fabiá. Se publica 50 días, desde el 5 de enero hasta el 28 de diciembre. También se publica unos días con una errata en el titular (Perea).

Habiendo consultado (Bailly- Baillièrè, 1886, 1627) de Sevilla, aparece en el apartado de Farmacias, Joaquín Delgado Vilches y nos aparece un Mariano Andrés Fabiá con botica en la Plaza del Duque de la Victoria 1.

Es muy posible que esta coincidencia, ser el hermano de J. Andrés y Fabiá, sea la conexión para su distribución en Valencia. Esta farmacia el Globo fue famosa y su existencia llega hasta nuestros días donde por problemas con el contrato de alquiler se ha tenido que trasladar a un barrio, su edificio ha sido ocupado por un comercio de ropa.

**LA PERLA ANTI-GASTRÁLGICA
DEL DOCTOR DELGADO**
Cura los padecimientos del estómago.
Medicacion eficaz contra las efeciones del estómago, sea dolor, acedia ó vinagres, vómitos despues de las comidas; inapetencias, debilidad estomacal, saburras, disenteria y en general para todas aquellas molestias que revelen malas digestiones, sean ó no dolorosas.
Para mayores datos dirigirse al autor. Depósito. — Sevilla; el autor, farmacia Globo, Tetuan, 20. — Valencia: farmacia del Sr. Fabiá.
Precio de cada frasco, 24 rs.

Figura 56. Primer anuncio.

**LA PEREA ANTI-GASTRÁLGICA
DEL DOCTOR DELGADO**
Cura los padecimientos del estómago.
Medicacion eficaz contra las efeciones del estómago, sea dolor, acedia ó vinagres, vómitos despues de las comidas; inapetencias, debilidad estomacal, saburras, disenteria y en general para todas aquellas molestias que revelen malas digestiones, sean ó no dolorosas.
Para mayores datos dirigirse al autor. Depósito. — Sevilla; el autor, farmacia Globo, Tetuan, 20. — Valencia: farmacia del Sr. Fabiá.
Precio de cada frasco, 24 rs.

Figura 57. Anuncio con errata en titular



Figura 58. Etiqueta formula de *Farmacia El Globo*

25.-Aceite de Hígado de Bacalao de Hogg

Anuncio del tipo horizontal con orla negra. Primero rotula: HOGG, farmacéutico, Rue Castiglione, 2, en Paris, sigue nuestro específico y debajo: sin el olor ni sabor de los Aceites de Hígado de Bacalao ordinarios. Ya hemos visto bastantes anuncios de este producto, en la época eran como las vitaminas actualmente, cada elaborador iba resaltando las diferencias con los otros. En este caso, dice exigir el nombre de Hogg, el sello azul del Estado Francés y esto es nuevo, la certificación de M. Lesueur, jefe de los trabajos químicos de la Facultad de Medicina de Paris. Y haciendo marca dice: “El aceite de Hogg se halla en las principales farmacias”. Se publica 49 días, desde 10 enero hasta 28 de diciembre. En (Carmouche, 1885, 480) se confirman la dirección del laboratorio y la certificación de M. Lesueur.

26.- Esparadrappo revulsivo de Tapsia

Anuncio vertical del ancho de una columna, con un filete de rombos. Empieza diciendo:” EN LAS BUENAS FARMACIAS” debajo un pequeño guión, y en minúsculas” Esparadrappo revulsivo” continua con un” de”, aprovechando el pequeño tamaño y en la siguiente líneas en tipo negritas “TAPSIA”. La tapsia es una planta utilizada su raíz como revulsivo, en (Jeannel, 1886, 331) aparece una formula del Cod-84. Debajo Tapsia aparece “de la Marca de Hipocrates y Galeno”. La marca Galeno ha existido como fabricante de apósitos y esparadrapos hasta nuestros días. Luego reproduce dos medallas laureadas y bajo pone de la casa DESNOIX y una dirección de

Paris, en (Carmouche,1886,464) aparecen esos datos como “Thapsia Desnoix”. Luego de las indicaciones pone venta por mayor : “Madrid 74 dpdo, Preciados”, no hemos encontrado que se esconde detrás de esta dirección. Se anuncia 49 días, desde el 2 de enero hasta el 25 de diciembre.

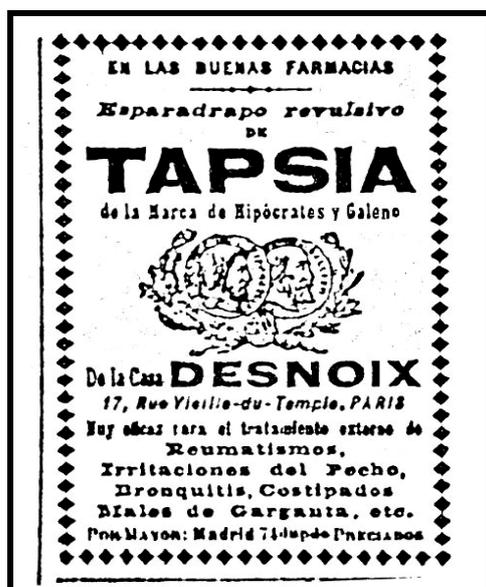


Figura 59. Primer anuncio.

Desnoix, era un farmacéutico importante, fue tesorero de la Société de Pharmacie de Paris en 1867 (Parisel,1867,44). En la apertura de la (Ecole de Pharmacie-14 novembre 1866) realiza una descripción propiedades de la Tapsia:

Desnoix a 'présenté à la Société de pharmacie de Paris un très-beau spécimen de la plante Thapsia Garganica (Ombellifères) qui nous vient del'Algérie. Le principe actif de ce végétal, qui a pris rapidement une large place parmi les topiques irritants, reside dans la racine. Sa nature est résineuse. L'alcool le sépare du tannin, de l'amidon et du sucre qui s'y trouvent associés. On sait que c'est la résine seule qui fait partie de l'emplâtre thapsia. A ce propos nous conseillerons aux personnes qui trouveront, comme nous, la formule du Codex trop compliquée, d'ajouter 50 grammes de résine de thapsia à 1 kilogramme d'emplâtre diachylon. L'un et l'autre sparadrap seront également révulsifs.



Figura 60. Productos marca *Galeno* siglo XX.

27.-Denticina Infalible de Izquierdo

Anuncio horizontal de nueve líneas con titular en letras mayúsculas y tipo negritas “DENTICINA INFALIBLE”. El producto sirve para la dentición de los niños y salva vidas porque calma los dolores, convulsiones y asfixia que diezman a los niños con “la Denticina Izquierdo”, cita la calle Pontejos,6 Madrid . En Valencia, Costas y ” principales boticas de la capital y región valenciana”. En la calle de Pontejos se encontraba la Farmacia de Pablo Fernández Izquierdo, no sabemos por que la Denticina no se llama Fernandez y si Izquierdo, será por ser un apellido menos frecuente. El éxito de este “medicamento heroico” fue según (Canseco, 2011, 66) espectacular. ”En Octubre de 1886 le hicieron un pedido de un millón de cajas de Denticina para América, y tuvo que viajar a Paris para conseguir materias primas, y aún así tuvo que tratar con algunas casas inglesas al no encontrar toda la cantidad que necesitaba en el mercado de Paris.” Se anuncia 47 días , desde el 2 de enero hasta el 25 de diciembre.

28.-Agua de Fé (AC)

Anuncio vertical con filete grueso negro. Composición característica de esta farmacia, con uso de los diferentes tipos: negritas y cursiva, mayúsculas y minúsculas. Sirve para la curación de “toda clase dolores, bien sean reumáticos, esteóscopos ú originados por antiguas enfermedades venéreas”. En mayúsculas “NO MAS YODURO POTASICO” y continua

narrando las ventajas del “Agua de Fé ”, acaba con la dirección de la botica. Se publicita durante 46 días, desde el 7 de enero hasta el 5 de octubre. Hay un Anuncio Noticia que se inserta un solo día, el 21 de diciembre. En mayúsculas “DOLORES REUMATICOS” debajo “Y OSTEOSCOPOS” dice que sustituye a los preparados de yoduro potásico, y la novedad es que recomienda a los que usen “los baños termales deben completar su curación tomando el agua de Fé”. Una solo reclamo en Navidad, es ¿época de baños?. Debe tener una continuidad al año siguiente, sino no tiene sentido.

29.-Solución Coirre

Anuncio horizontal con filete grueso negro, con siete líneas. Titular en mayúsculas, luego pone exigir sello del gobierno francés a cada lado y en medio “con Chlorhidrofosfato (sic)de cal”, se nota una errata de la traducción del francés. Siguen las indicaciones y la localización que hemos comprobado con (Gautier, Renault, 1901, 73) . Se anuncia 45 días , desde 7 de enero hasta el 28 de diciembre.

30.-Salva-niños de Torrero

Un anuncio horizontal de pequeño tamaño, con cinco líneas cuyo mensaje es “SALVA NIÑOS DE TORRERO”, siguiente espacio, “contra las diarreas de la infancia”. Garantiza “Segura curación”, incita a la compra con tono amenazante, “probad madres y no morirán vuestros hijos”. I. Costas, Sombrerería, 5. Debe ser tan conocido que no pone ni botica, ni la ubicación monumental. Se publica 45 veces, desde el 22 de junio al 16 de octubre. Suponemos se publicita en el periodo estival por ser la época de mas frecuentes diarreas. Según Pablo Fernández Izquierdo era un “medicamento debido a un intruso” en (Canseco González, 2011, 378) aparece debido al médico especialista de Mahora (Albacete).

31.-Bizcochos purgantes y vermífugos

Anuncio horizontal de la anchura de una columna, con filete negro. El titular es “INTERESANTE PARA LOS NIÑOS”, y en las siguientes líneas va escribiendo sus productos: Bizcochos purgantes, Bizcochos vermífugos, Caramelos legítimos para la tos, Completo surtido de dulces y pastas. Pone una dirección en tipo negritas, San Vicente, 138, esquina a la de Ensaz (sic). Se publica 43 veces, desde el 14 de marzo al 30 abril.

En ese misteriosa dirección según (Bailly-Baillièrre,1886,1773) aparece una panadería a nombre de Balbina Merenciano. Y no debemos olvidar la dedicación de “speciers, aromataris y apothecaris” según expresión de (Rodrigo Pertegás,1929,110) donde dice que “ asumían el comercio de especias y aromas, vendían muchos artículos de diversa índole ,elaboraban dulces y confituras...”.

32.-Pildoras Blancard

Anuncio de tamaño modular (igual distancia en cada lado) con un diseño compuesto de una orla de bolas negras. En su interior reproduce dos medallas, New-York 1853 y Paris 1855 y la firma. El titular es la denominación o marca “Píldoras Blancard” en mayúsculas y tipo negritas, debajo: con Yoduro de Hierro inalterable. Le siguen todas las distinciones como:

- Aprobadas por la Academia de Medicina de Paris.
- Adoptadas por el Formulario oficial francés .
- -Autorizadas por el Consejo medical de San Petersburgo.

Su uso es como reconstituyente y en las enfermedades escrofulosas. Luego observación a las falsificaciones donde comenta que “el Ioduro de hierro impuro o alterado es un medicamento infiel e irritante”. Entonces indica que debe exigirse” sello de plata reactiva, firma y sello de la Unión de Fabricantes”. Después pone Farmacéutico de Paris, calle Bonaparte,40 y desconfie de las falsificaciones. Esta insistencia en el asunto de las falsificaciones nos puede indicar que fue afectado por esa práctica. Se publica durante 42 días, desde 6 febrero hasta 25 diciembre

Hemos comprobado que figura en el Formulario Oficial francés en su pagina 486, a su vez también aparece en la FE 6ª, en la página 502 y en la FE 7ª en la página 466. El farmacéutico se llamaba Hippolyte Blancard (1810-1879) y según (Poisson,2007,253-257) tuvo un hijo de su mismo nombre y profesión que fue farmacéutico y fotógrafo.

33.- Emulsión Quesada (AC)

Anuncio horizontal con titular en mayúsculas del producto, luego en cursiva dos líneas de: *aceite de hígado de bacalao con hipofosfitos de cal y sosa y pirofosfato de hierro*. Publicita las diferencias con la competencia:

- Frasco de mayor tamaño que el de Scott, en tipo letra negritas.

- “Como se prepara semanalmente, no hay temor de que se altere la Emulsión”, en tipo letra cursiva.

Ambas diferencias son un ataque a un producto extranjero allende los mares. En la dirección no pone farmacia sino:” Dr. Quesada, plaza de la Merced, núm. 7 ”. Se anuncia 42 días, desde 16 de abril hasta el 24 de diciembre.

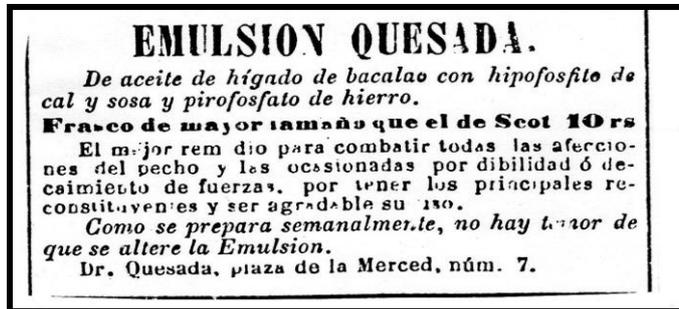


Figura 61. Primer anuncio.

Luego hay otro anuncio de un solo día, 13 de abril en la página tres que debe ser un reclamo fallido. Lleva el mismo texto con el mismo tipo de letra, menos el párrafo de la “preparación semanal”. Lo consideramos un anuncio fallido.

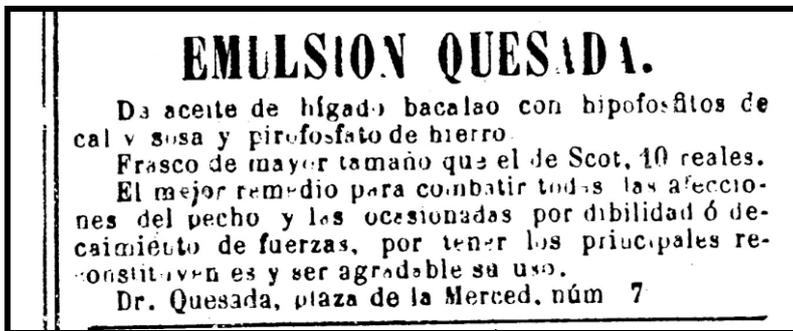


Figura 62. Segundo anuncio.

34.-Harina Lacteada Nestlé

Debajo de este nombre aparece el título de “Proveedor de la Real Casa”. Luego escribe, 15 años de éxito y todos los meritos: 21 recompensas, 8 Diplomas de Honor, 8 Medallas de Oro. Su fama llega a nuestros días, para evitar falsificaciones en cada bote la firma del inventor Henri Nestlé Vevey

(Suisse) y véndese en todas las buenas farmacias, droguerías y ultramarinos. Con 40 inserciones desde 3 enero hasta 25 diciembre.

De datos sacados de folletos publicitarios editados por la propia empresa, sabemos que Henri Nestlé (1814-1890) nació en Frankfurt del Main, se estableció en 1843 en Vevey. Antes había sido “aprendiz de farmacia” y en 1839 superó el examen de “ayudante farmacéutico” en Lausana. Inicio su actividad empresarial en 1866 con una Harina Lacteada. A España, vía importación, llegó en 1871, es decir hace 15 años.

35.-Polvos Antifistulosos Azorin

Anuncio horizontal de siete líneas, con un titular en mayúsculas. “NO MAS FISTULAS”. Después afirma que “desaparecen las fistulas (rijas) tanto lagrimales, ano, vías urinarias, etc.”. En negritas pone “De venta en todas las farmacias de España” y debajo, la venta al por mayor Sres. Blas Cuesta e hijos, Valencia. En el (Bailly-Bailliere, 1886, 1768) aparece como Droguería sita en Mercado 70-71 de Valencia. Un ejemplo de la competencia entre farmacias y droguerías.

36.-Agua de azahar triple extra de Baeza y Senent(AC)

Esta publicidad consta de dos anuncios y por en medio un cambio de titularidad parcial. El primer reclamo es un anuncio horizontal de cinco líneas con titular en tipo negritas de “Agua de azahar triple extra”, sigue en mayúsculas “DE BAEZA Y SENENT” y luego indica de venta en las droguerías:

- De la Luna.
- De la Lonja.
- Del Salvador (plaza del Mercado)
- La Catalana (esquina a la calle de Carniceros)
- Del Aguila (plaza de San Francisco)
- Perfumeria de Puig (Bajada de san Francisco).

Se publica 6 veces, desde el 18 al 28 de junio con una frecuencia de cada dos días.

El siguiente anuncio de continuidad es de diez líneas, tiene como titular en mayúsculas y negritas “AGUA DE AZAHAR TRIPLE EXTRA DE B.BAEZA”, sin el tipo negritas “SUCESOR DE BAEZA Y SENENT”. B.

Baeza ha comprado su parte al Sr. Senent. Cambia el enfoque de la publicidad :

- La mejor hasta hoy.
- Elegantes frascos azules como la de Jurnet (otra marca).
- Se admiten cascotes vacíos.
- En todas las droguerías, farmacias, ultramarinos y perfumerías.

Al por mayor B. Baeza, San Vicente, 217, Valencia. Se publica 31 días, desde el 13 de septiembre al 29 de diciembre.

37.- Agua y polvos dentríficos del Docteur Pierre (AC)

Un anuncio en cuadro con el nombre en diagonal (en francés) y bajo indica de la Facultad de Medicina de París, 8 place de L 'Opéra, París (francés) de venta en todas las Droguerías y Perfumerías. Con 14 inserciones desde el 1 de enero hasta el 16 abril .

El anuncio de continuidad, pone lo mismo, pero reproduce el anagrama es un león sujetando una D y una P. Se publica del 8 de mayo hasta el 31 de diciembre con 23 inserciones que hacen un total de 37 publicidades.

38.- Pastillas de Dethan

Mismo estilo que anterior anuncio, modular enmarcado en filete grueso de color negro. Indicado para Garganta, voz y boca, hemos averiguado su composición (Carmouche, 1885, 75) de clorato de potasa . Una sustancia utilizada hasta nuestros días como desinfectante. Exigir en el rotulo la firma de (Adh.) Dethan, Farmacéutico en París. Hemos localizado a este farmacéutico (Carmouche, 1885, 571) indica para este producto, rue Bandin, 23. La campaña es de 35 inserciones, entre el 5 de enero hasta el 29 de diciembre.

39.- Pastillas y polvos Paterson

Anuncio modular enmarcado con filete negro. Indicado por enfermedades del estomago con bismuto y magnesia. Exigir el sello oficial del Gobierno francés y la firma de J. Fayard, luego pone la abreviatura (Adh.) Dethan, Farmacéutico París. Se anuncian 35 días, desde 10 enero hasta 25

diciembre, con una frecuencia de tres veces al mes, menos el mes de mayo que son dos.

40.-Quina Laroche

Programación curiosa de anuncio producto francés . El primer día de la campaña publicitaria se inserta un Anuncio Noticia en la página tres y en la página cuatro el Anuncio Gráfico. El mensaje del Anuncio Noticia dice” Durante la estación de los calores parece que el vigor se escapa por los poros dilatados del cutis....remediar con el uso de un tónico energico y agradable. El QUINA LAROCHE...Se expende en la farmacias”. Esto se publica el 1 de septiembre. Las otras 34 inserciones se realizan desde el 1 de septiembre hasta el 30 de diciembre con una cadencia de 3-4 dias.

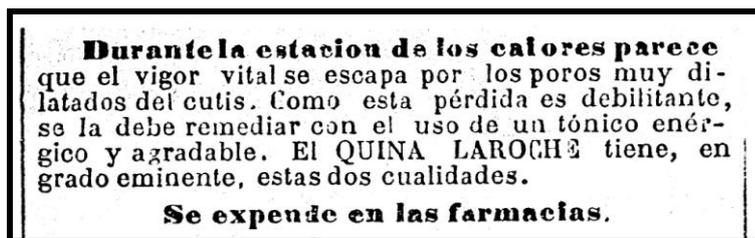


Figura 63. Primer anuncio

Este anuncio es horizontal con un diseño original que se reproduce. En (Carmouche,1885,82) se indica su composición “ cet élixir vineux est un extrait complet des trois quinquina”. La dirección Paris , rue Drouot, en (Carmouche,1885,581) aparece y el nombre que pone es “C. Bailly et Cie”, una denominación muy libresca. Son unos conocidos librerros y editores.

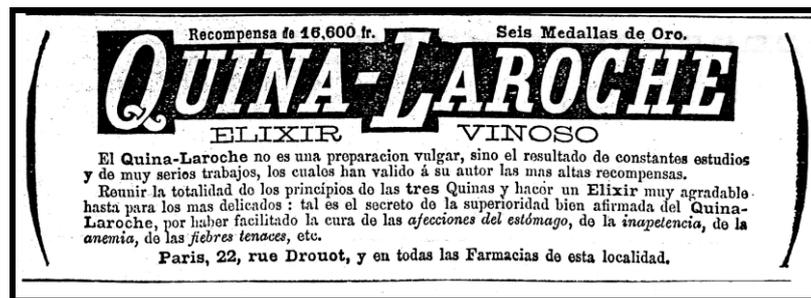


Figura 64. Segundo anuncio.

41.- Carne cruda en polvo- Cubero Roure

Se trata de un anuncio con una entradilla de primera página: “CARNE CRUDA EN POLVO- Veáse el anuncio de la 4ª plana”, que se publica en siete ocasiones (10-2, 13-2, 16-2, 20-2, 23-2, 9-3 y 30-3). El anuncio indica con titular y mayúsculas” Carne cruda en polvo” y debajo aparece “Alimento indispensable a las personas débiles”, continua con “PREPARADO POR LA SOCIEDAD MEDICO FARMACEUTICA, otra línea, “ Cubero Roure “ , mayúsculas-negritas, y debajo con mayúsculas: ” Con patente de invención”. Sabemos por la Ley de patentes de 30 julio 1878 que la palabra “Privilegio” se cambia por la de “Patente de invención”. En el Archivo Histórico de la O.E.P.M. aparece con el número 4839, una patente de invención de “Un procedimiento para la obtención de carne cruda en polvo” solicitada por José Cuberó.

Emplea el recurso de utilizar la negritas para resaltar los mensajes publicitarios interesan al anunciante. Vienen una líneas con las propiedades en minúsculas. De venta en la Farmacia del Dr. Aliño , plaza de Cajeros, 6, en minúsculas y tipo negritas. Después en letra cursiva indica como depósito en Valencia para la venta al por mayor, Don Francisco Raffi, plaza de Santa Catalina,17. Cuando estudiamos los anuncios de profesiones nos aparecerá el señor Raffi como Optico establecido en la misma dirección. Este anuncio se publica durante 34 días, desde el 12 enero al 4 de mayo.



Figura 65. Primer anuncio.

42.- Licor y Pildoras Dr. Laville

Anuncio con orla cuyo titulo en mayúsculas dice GOTA y REUMATISMOS, luego indica dos formas farmacéuticas, un licor y las píldoras. El Licor se toma durante el ataque gota y las Píldoras se toman durante el estado crónico para impedir nuevos ataques y “curación completa”. Entre las distinciones dice que han sido “analizados y aprobados por el Dr. Ossian Henry, jefe de manipulaciones químicas de la Academia de Medicina de Paris”

Para evitar falsificaciones exíjase “Sello del Gobierno Francés y firma” . Se reproduce la firma y bajo pone de la Facultad de Paris. La Venta por mayor en Comar Farmacéutico, 23 calle Saint Claude de Paris, es posible que el Dr. Laville sea un médico y Comar sea el farmacéutico fabricante. Depósito en todas las principales Farmacias. Las inserciones abarcan desde 6 enero hasta el 29 diciembre con un total de 34 días, con una frecuencia de publicación de siete días.

43.-La Veloutine

Es un anuncio horizontal, con varias características como venta en todas las Farmacias, Perfumerías y Peluquerías. El producto es polvo de arroz especial, preparado por un perfumista llamado CH. Fay, perfumista, 9 rue de la Paix, Paris. Se anuncia desde el 7 de enero hasta el 26 de diciembre con un total de 32 inserciones, con una frecuencia de cada 7 días.

44.-Cold Cream americano

Anuncio horizontal con 8 líneas y titular en mayúsculas y negritas “COL (sic)-CREAM AMERICANO” se trata de una formulación magistral llamada “Cold-Cream”, aparece en Cod-84, página 356, en la FE-6ª, página 237 y en la FE-7ª, página 182 como “cerato de esperma de ballena”. Es elaborado por la Farmacia Dr. Fuster, Mar,47. Se anuncia 32 veces, desde el 1 de enero hasta el 31 de diciembre.

45.-Agua de Azahar triple de Pablo Journet

Es un anuncio con 29 inserciones desde el 1 julio al 30 agosto , con una periodicidad de dos días. Lo más interesante dado que es un producto muy solicitado indica los numerosos depósitos para su venta:

- Drogueria de San Antonio, de Blas Cuesta e hijos.
- Drogueria de la Luna, de Hijos de Joaquin Añon.
- Drogueria de la Lonja, de Pedro Salvador Alegre.
- Drogueria de San Juan, de Vicente Aloy Clavero.
- Drogueria de La Catalana, de Farell y Piñol.
- Drogueria del Salvador, de Pablo Fandos
- de Garcia y Uldemolins, calle Garrigues.
- Drogueria de Fabian Romaguera, plaza de Pellicers.
- Casa de cristal y loza de Federico Matton.
- Ultramarinos de los Alcoyanos, de Manuel Mezquita.
- de la Mariposa, de Ernesto Reynes.
- De Santa Catalina, de Rafael Foz.
- De Ginés Rodenas, calle de las Barcas.
- De Viuda de Alapont, calle San Vicente.
- Farmacia de Manuel Valiente, Grao de Valencia.
- Farmacia Pascual Adam, Teruel.
- Farmacia de Mateo Comerma y Eduardo Millá, Denia.
- Farmacia de Manuel Ferrer, Castellón de la Plana.
- Farmacia de Carlos Benitez, Utiel.

Journet es un apellido francés, en 1878 se estableció en Carcaixent (Valencia) instalando una fabrica de extracción de esencias. En (Bailly-Bailliere, 1886, 1788) aparece citado como fabrica de fruta en conserva.

46.-Hierro Quesada

Anuncio Noticia con dieciséis líneas, un poco largo, pero va navegando pagina 3...Mensaje contra la competencia diciendo que no produce ningún trastorno como los demás medicamentos férricos. Diferencia con la competencia, dice que “un minucioso análisis químico publicado en todos los periódicos de medicina ...es mas rico que el Bravais y todos los demás”. Una vez más se evidencia la lucha de los farmacéuticos locales contra los medicamentos extranjeros, en este caso representado por Hierro Bravais (EMV-21). Aparece 28 días, desde el 25 marzo al 31 de julio. Indica la duración del frasco cuenta-gotas : ”hasta dos meses” y Doctor Quesada, plaza de la Merced, 7.

47.-Panacea de la tos

Anuncio Noticia que se publica en la plana tercera, formato horizontal con seis líneas. Titular en Mayúsculas y tipo negritas “PANACEA DE LA TOS” abajo “Remedio infalible para toda clase de tos”, ¿a que población va destinado ? A los niños, “con resultado instantáneo”. En negritas el nombre de esta nueva farmacia, Gonzalez, plaza de Serranos, 2, Valencia. Se anuncia 27 veces, desde el 1 enero hasta el 13 de abril, con una cadencia irregular de 3 a 4 días.

48.-Ungüento y polvos para facilitar el babeo y la dentición

Anuncio modular con filete grueso negro. Titular en mayúsculas y tipo negritas :“UNGUENTO Y POLVOS” en minúsculas tipo negritas “para facilitar el babeo y la dentición”. Nos informan de 42 años de preparación constante...” se dirijan a la calle Sagunto,77, extramuros. Farmacia de Diaz y a la de las Estacas, Mercado ,40” . Se anuncia 27 días, desde 10 de julio al 2 de septiembre, con una cadencia publicitaria de dos días.

Un texto revestido de cierto misterio, consultado (Bailly-Bailliere,1886,1773) aparece la Farmacia de Indalecio Diaz en Sagunto Extramuros,79. Entonces, puede haber una errata, o el número 77 era su residencia particular. Según la misma fuente, en Mercado, 40 estaba situada la Farmacia de Ramón Rives.

49.-Bizma Balsámica Confortante de Sanchez

Anuncio horizontal con filete negro grueso, con ocho líneas de titular en mayúsculas y tipo negritas. ”BIZMA” sigue ”BALSAMICA CONFORTANTE” y “de Sanchez” sus indicaciones : relajación caderas, debilidad región lumbar y para tener sucesión. Farmacia de Sanchez, calle Cuarte, Valencia. Se anuncia 26 veces , desde 8 de junio hasta el 28 de noviembre. Investigando en (Bailly-Bailliere,1886,1773) aparece en la calle Cuarte, 46 la Farmacia de Sanchez, Rosendo. Con respecto a “Bizma” hemos encontrado en RAE,21ed. su definición como ”emplasto confortante” consultadas la FE-7^a ed. aparecen varias formulas de emplastos. Entre los medicamentos vendidos en la farmacia de Pablo Fernandez Izquierdo (Canseco,2011,584) aparece una “Vizma marina”.

50.- Hierro Quevenne

Un anuncio tamaño horizontal con titular en mayúsculas y en negativo. y empieza diciendo lo que cura, sigue con las propiedades: el hierro es en estado puro, por tanto más activo. No irrita el estómago como los hierros solubles. Sin sabor ni acción sobre los dientes. Continúa diciendo que el producto es Aprobado por la Academia de Medicina de Paris. Dice que se vende primero en polvo y segundo en grageas. Las características del auténtico: La firma, etiqueta redonda con letras de 4 colores y Sello de la Unión de Fabricantes. Indica un depósito y lo escribe así, Fcia Em. GENEVOIX , 14 rue des Beaux – Arts, Paris. Se publica 26 días desde el 7 julio hasta el 29 diciembre.

En (Bouchardat,1858,266) aparece citado unos Granulos de digitalina (Homolle y Quevenne) y una grageas de con hierro reducido con y sin chocolate (Bouchardat,1858,317). En un folleto aparece T.A. Quevenne (1805-1855) como farmacéutico jefe del Hospital de la Caridad de París.

51.-Jarabe contra la Tos de Andrés y Fabiá

Anuncio en horizontal con recursos gráficos, como es reproducir en la parte izquierda un frasco tipo “elermeyer” donde dentro hay rotulado el nombre de Andrés y Fabiá, Jarabe con la tos de cualquier tipo, el precio y la dirección en San Vicente 22. Poniendo interés comercial, dice arriba que los ”pedidos ventajosamente” a Andrés y Fabia, Farmco (porque no dispone de más espacio) Valencia. Luego en el texto de la parte derecha indica todos los tipos de tos y enmarcado por ubicación de la Farmacia, frente al caballito de san Martin. Aparte de ir creando marca, le interesa que el público lector sepa donde está la Farmacia, sabe también que mucha población analfabeta no lee los rótulos de las calles pero si sabe la ubicación de los monumentos. Y el aspecto comercial, insiste en el precio 6 rs. Se anuncia 24 días, entre el 3 de enero al 28 de diciembre.

<p>LOS PEDIDOS VENTAJOSAMENTE D. J. ANDRÉS FABÍ FARM VALENCIA</p>	<p>Farmacia frente al caballo de San Martín, Valencia.</p> <p>Este jarabe, cuyo extraordinario mérito se manifiesta mejor que de todos modos por el consumo exorbitante que en poco tiempo ha alcanzado, se ha hecho merecedor a que muchos facultativos han fijado su atención en sus efectos por lo seguros y por lo rápidos, pues en la mayoría de los casos solo un frasco es bastante para corregir prontamente.</p> <p>LA TOS ronca que tanto fatiga al enfermo, y cuya expectoración suele ser difícil.</p> <p>LA TOS ferina o de coqueluche, que tan peligrosa suele ser para los niños de tierna edad.</p> <p>LA TOS seca y convulsiva, propia de los que padecen afecciones asmáticas, y que tanto interesa al sistema nervioso por la dificultad de la respiración durante el acceso.</p> <p>LA TOS, efecto de catarro ó constipado, que con tanta facilidad toma el carácter crónico, y finalmente, todas las clases de tos, ya tenga su causa en la laringe, ya en los bronquios, ya en los pulmones.</p> <p>PREGIO DE FRASCO: 6 RS.</p>
--	--

Figura 66. Primer anuncio.

52.- Pezoneras Fajarnes

Anuncio horizontal con un titular que ocupa 1/3 del espacio. Con mayúsculas.” A LAS SEÑORAS EMBARAZADAS”, sigue en negritas, ”PEZONERAS FAJARNES” luego vienen ocho líneas donde explican sus propiedades: “usado dos o tres meses antes del alumbramiento evita grietas y tumores en los pechos” y ahora siguen los Depósitos:

- En Valencia: farmacia Sres. Climent, San Vicente, 161.
- Costas, Sombrería, 5, frente al campanario de Santa Catalina.
- Fabiá, calle San Vicente, frente San Martín.

Además en las principales farmacias de Alicante, Cartagena, Granada, Huesca, Madrid, Valladolid y Zaragoza. Supongo estos datos serán por relaciones entre farmacéuticos. Se anuncia 23 días, desde 1 de enero hasta el 15 de diciembre.

53.-Bálsamo deL Brasil (AC)

Anuncio horizontal de tamaño pequeño con cinco líneas, un titular en mayúsculas y tipo negritas “DOLOR DE MUELAS”. Las propiedades son escuetas : efecto instantáneo, no quema ni estropea boca y dientes. Dr. Quesada, plaza de la Merced, 7. Se anuncia 9 días, del 20 enero al 28 de febrero.



Figura 67. Primer anuncio.

En el siguiente reclamo publicitario se recompone el texto con una línea más, tanto “Dolor de muelas “ como “Bálsamo del Brasil” aparecen en mayúsculas y negritas, pero en medio se pone ”desaparece instantáneamente con el”. También aparece otra forma de llamar a la farmacia del Dr. Quesada, Farmacia de la Trinidad. Nos indica una inserción casera, de ir a la imprenta del diario y realizar la composición allí. Se anuncia 12 días, desde el 23 de octubre hasta el 30 noviembre.



Figura 68. Segundo anuncio.

Por último, se ensaya un Anuncio Noticia que se publica en la página tercera. Un cambio a favor de la marca, en titular, mayúsculas y negritas “BALSAMO DEL BRASIL”, y se reduce el tamaño a cuatro líneas. Solo se publica dos días el 16 y 19 de octubre.



Figura 69. Tercer anuncio.

54.- Papier Wlinsi

Modelo horizontal con el nombre en francés y en negativo. Indica que produce la curación de Afecciones del pecho, Catarros, Romadizos, Dolores, Lumbagos, etc. Con 20 años de éxito y recomendado por los mejores médicos de Paris. Dice depósito en todas las farmacias y en Paris, 31 rue de Seine. Apareció 23 días desde 6 enero hasta el 29 diciembre. En (Gautier-Renault, 1901,112) aparece citado.

55.-Inyección Raquin

Anuncio en formato horizontal con titular en mayúsculas y negativo. Sigue su composición: “al copaibato de sosa” Recomienda el uso junto a las Capsulas Raquin. Se vende en frascos con o sin “jeringuita”. Se anuncia 22 días desde 10 de enero al 26 de diciembre. Anuncio coordinado con la otra forma farmacéutica “las cápsulas”, en cuanto texto anunciador (veáse EMV-57).

56.-Polvos Anti-Gastralgicos de Garcia Zaonero (AC)

El primer anuncio en aparecer es un Anuncio Noticia, con todas las letras del mismo tamaño y que se publica 7 días, desde el 15 enero hasta el 2 de febrero. El segundo anuncio presenta un diseño original, tamaño horizontal, enmarcado por los siguientes mensajes, en mayúsculas uno a cada lado, ” Certificado de Farmacéuticos, Certificado de Pacientes, Pídanse prospectos, Farmacia calle San Vicente,121, Frente a San Gregorio”. En el interior con mayúsculas y tipo negritas: Curación radical de toda clase de afecciones del estomago con los polvos anti-gastralgicos de garcia zaonero. Se publica 10 días, desde el 3 hasta el 30 de marzo. El siguiente Anuncio de Continuación se publica 4 días, 6,7,8 y 10 de mayo, para llamar la atención pone en letras mayúsculas y negritas de un tamaño que ocupa la mitad del anuncio horizontal : IMPORTANTE , continua con el texto ya conocido. Tres anuncios de gran originalidad compositiva a nivel tipográfico.

57.- Cápsulas Raquin

Anuncio horizontal, antecede al nombre de la especialidad que aparece en negativo (letras blancas sobre fondo negro) la palabra en mayúsculas de ENFERMEDADES SECRETAS. Su composición pone al Bálsamo de Copaiba. Dice que están Aprobadas por la Academia de Medicina de Paris, en

(Lebrun,1834,258-259) recomienda no fiarse de los remedios autorizados por la Facultad de Medicina, es un dato interesante pues estamos hablando de una publicación dirigida a los viajeros. “El remedio más seguro”, con tipo de letra en negritas y mayúsculas, luego en cursiva dice que no deja “hedor ni regüeldos”. Raquin invento un tipo de cápsula que recubrió con gluten (Gautier, Renault, 1901,91),esto proporciona dos ventajas: enmascarar el sabor y olor del medicamento y por ser insoluble en el jugo gástrico queda intacto en el estomago. A su vez cita al Dr. Fumouze que hizo estudios al respecto. En otra publicación (Bourchadat, 1858,124) recomienda añadir alguna “esencia para enmascarar los eruptos del bálsamo”, en la publicidad se enmascara este efecto fisiológico usando la palabra de “regüeldos” que significa “eruptar”.



Figura 70. Primer anuncio.

En todas las farmacias del globo y en Fumouze-Albespeyres, que en algunos directorios figura como Fumouze. Se anuncia 20 días, desde 3 enero al 19 de diciembre con un parón publicitario durante 5 meses junio (un anuncio), julio, agosto, septiembre (un anuncio) y octubre(un anuncio).

58.-Pasta Pectoral, cigarrillos balsámicos y papeles azoados del Dr. Andreu (AC)

Anuncio de tamaño vertical que agrupa dos indicaciones y tres productos medicamentosos. la Tos tratada con la Pasta Pectoral y el Asma con los cigarrillos balsámicos y los papeles azoados. Se hace una descripción amplia de todos los tipos de tos, como si se dirigiera a público formado. El

depósito central de estos” medicamentos” (aparece en el texto):Farmacia de su autor en Barcelona, también en las principales Farmacias de España y América, así como Francia, Italia y Portugal. Con estos datos nos está indicando su ámbito distribución. Se publica 16 días, desde el 6 de enero hasta el 28 de abril. Luego hay dos variantes dentro del mismo esquema compositivo, uno se publica dos días, 1 y 15 diciembre con un aumento del grosor negritas. El siguiente reclamo se inserta el 8 y 24 diciembre con redistribución en los tamaños letras.

59.- Agua Infalible

Anuncio horizontal con una sombra de caja con ocho líneas. Tiene un antetítulo que nos dice para que sirve esta misteriosa “Agua infalible”. “Para TEÑIR EL CABELLO no se conoce otra preparación mejor y más higiénica”. Este producto que podría parecer de perfumería se anuncia su venta en farmacia de los Sres. Sanchez calle Cuarte, Andrés y Fabiá, calle San Vicente y Aliño plaza de Cajeros. Se anuncia 19 días, desde el 4 de junio al 22 de noviembre.

60.- Elixir dentrífico de Sanchez

Anuncio horizontal con una sombra de caja con seis líneas. El antetítulo con unas letras mayúsculas, en negritas y de tamaño 1/3 del anuncio dice.”TESORO DE LA BOCA” sigue debajo “Elixir dentrífico de Sanchez”, continúan con tres líneas publicitarias y luego, Botica de Sanchez, calle Cuarte, Valencia. No pone el número de la calle. Se publica 19 días, desde el 7 de junio al 29 de noviembre.

Por la utilización repetitiva del soporte de los anuncios de botica Sanchez de una caja horizontal con sombra, se denota alguna intervención. Bien de diseñador o la realización de un molde tipográfico en ese formato, donde se iban insertando los diferentes mensajes publicitarios.

61.-Jarabe de yoduro de hierro inalterable de Sanchez(AC)

Anuncio horizontal con sombra de caja, como otros de esta farmacia. Titular en mayúsculas y tipo negritas, y que configura la amplitud del anuncio “JARABE DE YODURO DE HIERRO INALTERABLE”, y debajo rotula ”de Sanchez” . Luego nos indica que ha sido premiado en la Exposición Farmacéutica nacional (en minúsculas en anuncio) de 1882. En la tesis doctoral de Ruiz Jiménez (1990 222) que investiga esta exposición, aparece

citado como: "SANCHEZ, Rosendo. Farmacéutico residente en la calle Cuarte, nº 46 de Valencia. Expone tres especialidades farmacéuticas muy usadas y un accesorio cual es el esparadrupo aglutinante." Este expositor, según Fernández Izquierdo "*Procura luchar contra las especialidades extranjeras aceptando la competencia de integridad, buen gusto y economía verdad, y logra que llamen la atención sus productos, por sobresalir entre los similares de allende los Pirineos*".

No se mencionan esas tres especialidades que presentan en el trabajo de investigación. Con respecto al premio fue una Mención Honorífica (Ruiz Jimenez, 1990,318). Las indicaciones son: contra la pobreza de la sangre y alteración de los humores del organismo. Se anuncia como botica y laboratorio químico de D. Rosendo Sánchez, calle de Cuarte, número 46 . Hace 17 inserciones desde el 2 junio al 1 de noviembre.

Después aparece un anuncio de un solo día, el 16 noviembre. El formato horizontal con desaparición de la sombra de la caja sustituida por una orla . Hay variación en el texto, siendo lo más destacable los meritos publicitados:

- Exposición farmacéutica nacional 1883 (sic).
- Recomendado por *La Crónica Médica* y en *El Boletín del Instituto Médico Valenciano*.
- Farmacia Sanchez, Cuarte, 45 (sic).

62.-Agua de Melisa de los Carmelitas Descalzos

Anuncio horizontal con sombra de caja y cinco líneas. El titular en mayúsculas y negritas es "AGUA DE MELISA". Este "antinervioso" se vende en la Botica y laboratorio químico de Sanchez de la calle Cuarte. Es interesante denotar la publicidad del laboratorio químico, es lo que se conoce como " laboratorio anejo a farmacia", uno de los orígenes de la industria farmacéutica. Se publica 18 días, desde el 9 de junio hasta el 30 de noviembre.

63.-Brea Quesada

Anuncio horizontal de pequeño tamaño con siete líneas. Anuncio Noticia se publica en la tercera plana. El titular en mayúsculas y tipo negritas es BREA QUESADA" bajo pone " Licor de Brea concentrado y dosificado". Su indicación médica, "afecciones pecho, garganta e irritaciones de las

mucosas del organismo”. El elaborador Farmacia del Dr. Quesada, plaza de la Merced,7. Se anuncia 18 días, desde el 10 al 28 de febrero. Parece ser que el mes de febrero es la época de venta del producto.

64.-Bebida para los niños de Sanchez

Anuncio horizontal con sombra de caja y nueve líneas, pero con titulares que ocupan casi la mitad del espacio publicitario. cuatro líneas se emplean en poner en mayúsculas y negritas “Bebida para los niños/ de / Sanchez/ Medicina escelente (sic) que facilita el babeo a las criaturas “. Unico punto de venta: Botica de Sanchez,calle de Cuarte, Valencia. Todavía no pone lo de laboratorio químico, pero si que es el “vendedor” por decir “único punto de venta”. A su vez no indica el numero de la calle, se necesita despalzarse al lugar y preguntar. Se anuncia 18 días , desde 6 de junio al 16 de noviembre.

65.-Vino de Peptona Pépsica de Chapoteaut

Anuncio de diseño horizontal, tipo Grimault. Debajo el titulo, indica que Chapoteaut es Farmacéutico de 1ª clase, y reproduce la marca: un Buey envuelto con una letra C. Como medidor de la dosis indica “una copa de Burdeos”, se recomienda como reconstituyente, tanto para niños, ancianos como para las nodrizas. Al final es citado como Vino de Chapoteaut. El depósito en Paris, 8 rue Vivienne y en principales Farmacias y Droguerías. Esta dirección como hemos visto en otras publicidades corresponde a la Casa Grimault y Cía. La discreción puede obedecer a alguna problemática generada por el producto anunciado. Se anuncia 17 días, desde 5 de enero hasta 29 de mayo, con una cierta frecuencia y algunos meses en los mismos días de cada mes (9-18-29) fallando en algún mes por causa desconocida. Todos estos detalles evidencian una organización publicitaria de la difusión de los anuncios.

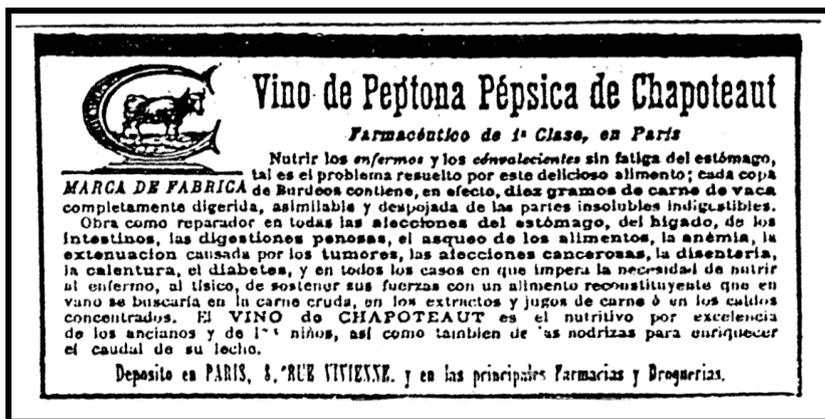


Figura 71. Primer anuncio.

Respecto al producto, en un formulario (Cerbelaud,1920,1510) aparece la formula de imitación del “Vino de Chapoteaut” .

66.-Crema Bismuto Andrés y Fabiá

Anuncio horizontal enmarcado por dos líneas gruesas negras (arriba y abajo). Empieza escribiendo la ubicación del fabricante: Farmacia frente al Caballito de San Martín, calle San Vicente 22, Valencia, todo en mayúsculas. A continuación el nombre del producto y luego indica que es un farmacéutico premiado por el Colegio de la facultad de Madrid. Sigue las indicaciones en párrafos distintos y se vende en botes esmerilados para conservación indefinida y repite la ubicación de la farmacia. Se anuncia durante 17 días desde el 2 enero hasta el 3 febrero, con una cadencia de cada dos días y durante el periodo de un mes.

67.-Pasta pectoral milagrosa del Dr. Serrano

Anuncio horizontal con titulación original, de impacto visual . Un recurso publicitario para hacer visible un producto en un “mar de toses”. El grito “No mas TOS”, obliga a mirar el reclamo, y ahí aparece el nombre del producto “Pasta Pectoral Milagrosa del Dr. Serrano”. Después de indicar su recomendación de facultativos de España, pasa a relatar sus propiedades. Venta al por menor y mayor en farmacia de Simon Besalduch, bajada de San Francisco, 32 de Valencia. Se anuncia 17 días, desde 5 enero hasta el 28 de mayo.

NO MAS TOS

CURACION RADICAL,
por fuerte ó incómoda que sea, con la
PASTA PECTORAL MILAGROSA
DEL DR. SERRANO.

Esta preciosa composicion, recomendada por muchi-
simos facultativos de España, es sin disputa el remedio
más infalible para combatir cualquier clase de TOS,
ya provenga de congestiones rebeldes, ya de fuer-
tes catarros, de irritaciones de la garganta,
asma, opresion del pecho, ronquera, bronqui-
tis y demás enfermedades de las vias respiratorias,
ya sean recientes, ya hayan llegado á su mayor grado
de cronicidad, en todos casos, por graves que sean,
calma la TOS y facilita la expectoracion.
Precio en toda España, **MEIN** reales caja.
Depósito general al por mayor y menor en Valencia,
farmacia de D. Simon Bernaduch, Bajada de San Fran-
cisco, núm 52, y en las principales farmacias de España.

Figura 72. Primer anuncio.

68.-Jarabe de Cortezas de Naranjas Amargas de Sanchez(AC)

Anuncio horizontal con sombra de caja. Anuncio donde dice que ha sido premiado en Exposicion Farmacéutica Nacional, después de comunicar las indicaciones publicita otro producto: **Jarabe de cortezas amargas con bromuro de potasio puro**. Sigue el esquema anterior de narración.

El último párrafo tiene interés: *“Dedicados con el mayor interés al estudio y preparación de estos productos, podemos ofrecer hoy a los señores médicos y al público en la seguridad de que son mas aceptables por su perfección y economía que los que nos envían las casas del extranjero”*(cursiva nuestra). Está realizando las tareas que anuncia Fernandez Izquierdo (EMV nº61) de plantar cara a la competencia extranjera Se anuncia durante 16 días desde el 4 de junio hasta el 2 de noviembre. En el anuncio comentado anteriormente, se citan “ Tres especialidades” presentadas a la Exposición Farmacéutica Nacional de 1882. Por lo citado en los anuncios podrían ser:

- Jarabe de Yoduro de Hierro inalterable.
- Jarabe de Cortezas de Naranjas Amargas .
- Jarabe de Cortezas de Naranjas Amargas con Bromuro de Potasio Puro.

**JARABE DE CORTEZAS DE NARANJAS AMARGAS
DE SANCHEZ**

Farmacéutico premiado en la Exposición Farmacéutica Nacional.
Tónico anti-nervioso estomacal y anti-espasmódico, que facilita la digestión y regulariza las funciones del estómago y de los intestinos. Muy celebrado para el curación de las gastralgias, dolores de estómago, estreñimientos rebeldes, etc., etc. — Frasco, 8 rs.

Jarabe de cortezas de naranjas amargas con bromuro de potasio puro.

Universalmente reconocido por su gran eficacia, como el mejor medicamento anti-nervioso. Se emplea con éxito muy satisfactorio para combatir las enfermedades del corazón, el insomnio, la epilepsia, asma, incontinencia de orina, vómitos de las embarazadas, fiebres nerviosas, histerismo, migraña, convulsiones, baile de San Vito, y demás enfermedades nerviosas. Frasco, 10 rs.

Dedicados con el mayor interés al estudio y preparación de estos productos, podemos ofrecerlos hoy a los señores médicos y al público, en la seguridad de que son más aceptables por su perfección y economía que los que nos envían las casas del extranjero.

FARMACIA DE SANCHEZ, calle de Cuarta, Valencia

Figura 73. Primer anuncio.

Otro anuncio de continuidad que se publica un solo día (19 noviembre). Un anuncio horizontal con sombra de caja, de JARABE DE CORTEZAS DE NARANJAS AMARGAS CON BROMURO DE POTASIO PURO. Con la misma composición de los anteriores, con la errata del año: “premiado en la Exposición Farmacéutica Nacional de 1883”.

**JARABE DE CORTEZAS DE NARANJAS AMARGAS
CON BROMURO DE POTASIO PURO
DE SANCHEZ**

Farmacéutico premiado en la Exposición Farmacéutica Nacional de 1883.

Universalmente reconocido por su gran eficacia como el mejor medicamento anti-nervioso. Se emplea con éxito muy satisfactorio para combatir las enfermedades del corazón, el insomnio, la epilepsia, asma, incontinencia de orina, vómitos de las embarazadas, fiebres nerviosas, histerismo, migraña, convulsiones, baile de San Vito, y demás enfermedades nerviosas. — Frasco, 10 rs.

Dedicados con el mayor interés al estudio y preparación de estos productos, podemos ofrecerlos hoy a los señores médicos y al público, en la seguridad de que son más aceptables por su perfección y economía que los que nos envían las casas del extranjero.

Farmacia de Sanchez calle de Cuarta, 45 Valencia

Figura 74. Segundo anuncio.

69-Zarza-Sanchez

Anuncio horizontal con sombra de caja, con la distribución de otros anuncios de la misma farmacia. Algunos despistes, aquí pone “esecia” en vez de esencia, que desconocemos si son tipográficos o intencionados publicitariamente hablando, se trata de llamar la atención del público lector. El cambio es que anuncia el laboratorio químico y pone la dirección completa

(Botica y laboratorio químico calle Cuarte núm 46). Se inserta 17 días, desde 5 de junio hasta el 23 de noviembre.

70.- Tópico Igneo de Sanchez

Anuncio horizontal con sombra de caja. Tras el titular nos revela las características de este producto: "MEDICAMENTO EPISPASTICO Y RESOLUTIVO PARA CABALLERIAS". Un medicamento veterinario, que publicita que lleva ocho años de éxito. En el DTCM 11 ed. dice de Epispastico "que levanta ampollas Vejigatorio. Vesiscante." En este trabajo de investigación veremos productos de esta índole. Unico depósito: Botica de Sanchez y se equivoca en el número (45) donde debe poner 46. Se inserta durante 17 días, desde el 5 de octubre hasta el 1 de diciembre.

71.- Jarabe de Quina y Hierro de Grimault

Anuncio con formato vertical y rodeado de un filete grueso negro, va a constituir un modelo de diseño de las publicidades de esta empresa, por tanto hablaremos de "diseño Grimault". Desde hace 25 años que se usa el Hierro, Quina Real amarilla y el Fosfato. Entre el texto hacia el final, dice que unido a un Vino rico y generoso constituye el Vino de QUINA y HIERRO. Otra novedad es el aviso sobre falsificaciones, debe llevar marca de fabrica, firma grabada en el vidrio y el sello del gobierno francés. Depósito en la principales Farmacias y Droguerías, se anuncia 16 días, desde el 4 enero hasta el 28 de mayo.



Figura 75. Primer anuncio.

En un anuario comercial (Didot-Bottin, 1864, 1043) aparecen citadas en el epígrafe de Grimault y Cie diversos productos medicinales entre ellos quinina al rojo ferruginoso, a su vez aparece como sucesor de Dorvault, La Feullade, 7.

72. Varios Jarabes Dr. Quesada

Empieza con un titular en mayúsculas y negritas “EL MEJOR REFRESCO” afirma que los jarabes han sido elaborados en frío y con azúcar pilón, que llevan 16 años de consumo en la jarabería de la Trinidad. Se anuncia en la época de calor, empezando el 23 mayo hasta 19 septiembre con 16 publicidades.

Nos llama la atención la utilización del termino “jarabería”. Hemos encontrado en una Farmacia del Globo de Barcelona el uso del termino. A su vez decimos que “Farmacia del Globo” debía ser alguna “franquicia” como se dice ahora, aunque en aquellos tiempos debería ser un nombre aciago, pues de momento no hemos encontrado la conexión. En el titulo de la publicación (Jordi González, R, 1987, 69-90) aparece la denominación la ” Farmacia y Jarabería del Globo de Barcelona”, lo que nos indica la utilización del termino “jarabería”. A su vez , recordar que el uso de jarabes es uno de los más populares y frecuentes

EL MEJOR REFRESCO se consigue con cualquiera de los jarabes abajo indicados, elaborados en frío y con azúcar pilón, condiciones especiales para evitar la descomposición.

La mejor garantía de la exactitud en su preparación, es el creciente consumo durante los 16 años que cuenta esta jarabería de la Trinidad.

Envasados en elegantes frascos de ocho onzas, á los precios siguientes:

Sin casco.		Sin casco.	
De Aconito.	3 rs	De Horchata almend.	5 rs
De Agráz.	2 .	De id. id. con limon.	3 .
De Achicorias.	2 .	De id. Arroz.	3 »
De Azahar.	2 .	De id. Chufas.	3 »
De Cidra.	2 .	De Limon.	2 .
De cinco raices	2 .	De Membrillo.	2 .
De Fresa.	3 .	De Naranja.	2 »
De Goma.	2 .	De id amarga.	3 .
De Gracada.	2 .	De Zarzaparrilla.	2 .

Botica y jarabería de la Trinidad, del Dr. Quesada, plaza de la Merced, núm: 7, Valencia.

Figura 76. Primer anuncio.

73.-Pildoras antileucorréicas de Sanchez

Anuncio horizontal con sombra de caja, con el diseño de titular propio de la casa. Pone Botica de Sanchez y se equivoca en el número de la calle, pone 46 cuando es 45. Se publicita 15 días, desde 10 junio hasta 5 de octubre.

74.-Sales de Litina de Ch. Le Perdriel

El anuncio horizontal con un marco de bolas. El titular es GOTA-PIEDRA-REUMA, en mayúsculas y negritas para garantizar una buena visibilidad. La especialidad son sales de Litina granuladas efervescentes que hacen desaparecer las arenas (uratos insolubles). En Paris: Le Perdriel, 11 rue Milton, véndese en todas las Farmacias. Tiene 15 inserciones publicitarias, desde el 2 enero hasta el 24 abril.

75.-Pildoras restauradoras Dr. Formiguera

Anuncio horizontal, se publicita en mayúsculas como “el mejor reconstituyente”. Se anuncia durante 14 días, desde 10 junio al 25 diciembre con una periodicidad de dos veces por mes y aproximadamente los días 10 y 25. El depósito general es G. Formiguera y C^a, Tallers, 22, Barcelona. Esta compañía fue fundadora de la “Sociedad Farmacéutica Española”, entidad que se constituyó en Barcelona el 1 de julio de 1882. El fundador Gaspar

Formiguera, según Ramón Jordi Gonzalez en el BSAHCFC nº4, tuvo tres hijos en la profesión farmacéutica: Gonzalo Formiguera Soler (1852-1889), el siguiente Manuel Formiguera Soler(1856-1874) farmacéutico militar falleció de tifus en Bilbao durante la guerra carlista. Emilio Formiguera Soler(1860-1893) farmacéutico y gerente de la “Sociedad Farmacéutica Española” que moría en el atentado al Gran Teatro del Liceo (7 noviembre 1893).

76.-Sandolo de Midy

Anuncio en formato horizontal con filete negro grueso. Dice que Midy es farmacéutico de primera clase en Paris. Anuncia que las “capsulas” cortan los flujos en 48 horas, suprimiendo “el Copaiba, la Cubeba y las Inyecciones” todo en negritas. Se encuentra en las principales farmacias. Se anuncia 14 veces, desde el 8 de enero hasta el 30 de mayo.

77.-Fosfato de hierro de Leras

Anuncio tipo Grimault, modular con filete negro. Dice que Leras es farmacéutico y doctor en ciencias de Paris. con un texto informativo de cierto nivel. A continuación cita siete características de este “medicamento” donde mezcla criterios científicos con comerciales

Científicos:

- el Hierro forma parte de la sangre.
- Los Fosfatos forman parte de los huesos.

Comerciales:

- Es soportado por enfermos que no toleran el hierro.
- No tiene acción sobre los dientes.
- Es claro y límpido como agua mineral.
- Se asimila antes que grajeas, píldoras y polvos.
- No estríñe.

Cada frasco debe llevar la marca de fábrica, la firma Grimault y Cía y el sello del gobierno francés. Se anuncia 14 veces, desde 3 de enero hasta el 21 de mayo.

78.- Cigarrillos Indios de Grimault y Cia

Anuncio horizontal diseño Grimault. La publicidad de esta empresa tiene un diseño con unas características comunes como son: envuelta en un filete fomado por dos o tres líneas de diferente grosor. Los titulares en mayúscula y a continuación de Grimault y Cia. Utilización de bloques información, de negritas y cursiva según convenga. En la parte de abajo : marca de fábrica, la firma de Grimault y C^a y el sello del gobierno francés. En este caso el titular en negativo es ASMA. Se publica 12 días, desde el 6 febrero hasta el 26 mayo.



Figura 77. Primer anuncio.

Llama la atención utilizar unos cigarrillos para combatir el Asma, hemos encontrado su composición: Cannabis Indica, conocida actualmente como “marihuana”.



Figura 78. Anuncio de :perso.wanadoo.es/jcuso/drogas-medicamentos/cannabis.htm.

79.-Quinina de Pelletier o de las tres marcas (AC)

Anuncio vertical con filete negro . Titular especial que consta de cuatro líneas, que por la información que proporciona reproducimos:

- Capsulas de Sulfato de Quinina.
- De PELLETIER.
- O de las Tres Marcas.
- PELLETIER, DELONDRE & LEVAILLANT.

Sigue un texto que nos anuncia la falsificación del sulfato de quinina con quinidina, cinchonina y otros derivados de la quina. Luego nos dice que la Asistencia Pública de París fue víctima del fraude, “la quinina de los hospitales contenía un 43 p % de cinchonina y desde entonces la administración exige exclusivamente Sulfato de Quinina de Pelletier, que ha sido el único declarado puro en la Academia de Medicina”.

Aparece ahora Armet de Lisle y Cia, sucesores, que presentan “el Sulfato de Quinina de Pelletier en cápsulas esféricas de 10 centigramos “ y publicitando sus propiedades galénicas diciendo que las cápsulas, “suprimen la amargura de la quinina y no se endurecen como las píldoras y grageas”. A su vez para el usuario indica ” que son indispensables para los viajeros y habitantes del campo”.

El último párrafo sirve para anunciar las indicaciones del producto: jaquecas, neuralgias, calenturas palúdicas, fiebres perniciosas y tifoideas,...reemplazan el vino de quina...”. En Paris, Rigaud & Dusart, antigua casa Grimault y Cia. En España y América en las principales Farmacias y Droguerías. Se publica 3 días, el 7,11 de enero y 1 de febrero.

Capsulas de Sulfato de Quinina
de PELLETIER
O de las Tres Marcas.
 PELLETIER, BELJEDAS & LEVAILLANT

Desde hace algunos años, el sulfato de quinina se falsifica con quinidina, cinchonina y otros derivados de la quina que poseen un valor intrínseco y medicamentoso diez veces menor. La Asistencia pública de París, víctima del fraude, descubrió que la quinina de los hospitales contenía un 43 p. % de cinchonina y desde entonces, la administración exige exclusivamente Sulfato de Quinina de Pelletier, que ha sido el único declarado puro en la Academia de Medicina.

Además de su sulfato cristalizado MM. Arnaud de Lisle y C^o, sucesores, accediendo al deseo del cuerpo medical, presentan hoy el Sulfato de Quinina de Pelletier en cápsulas esféricas de 10 centigramos que disolviéndose rápidamente en el estómago suprimen la característica amargura de la quinina y no se endurecen como las píldoras y grageas, siendo indispensables para los viajeros y habitantes del campo.

Las Cápsulas de Sulfato de Quinina de Pelletier curan con éxito las jaquecas y neuralgias, las calenturas intermitentes y palúdicas; es el medicamento más energético que se conoce en las fiebres perniciosas y tifoides, en las enfermedades del bazo y del hígado; es el tipo de los tónicos propiamente dichos, y tomadas en las comidas, reemplazan el vino de quina y dan á los órganos digestivos una energía que reanima todo el cuerpo y le permite resistir al calor y á las emanaciones infecciosas. — Las Cápsulas de Pelletier, se venden en frascos de 10 y 20 Cápsulas.

En París: Rigand & Dusart, según casa GEMMETT y C^o
Depósito exclusivo para Francia y el Extranjero
En España y América en las principales Farmacias y Droguerías

Figura 79. Primer anuncio.

El Anuncio de Continuación es horizontal, con una información más sencilla destinado al público en general. El titular en negritas dice: “Quinina de Pelletier” debajo “o de las 3 Marcas”. Se trata de un específico en forma de cápsula y entramos en plena revolución técnico farmacéutica, del tamaño de un guisante. Y describe a sus competidores diciendo que “obra más pronto que píldoras y grageas y se traga más fácil que las obleas”. Dibuja un círculo con el nombre dentro de “Pelletier”, que es como se presenta las cápsulas.

Quinina de Pelletier
o de las 3 Marcas

Adoptada por todos los médicos en razón de su pureza y eficacia contra las Jaquecas, las Neuralgias, los Accesos febriles, las Fiebres intermitentes y palúdicas: la Gota, el Reumatismo, los Sudores nocturnos. Cada cápsula, del grosor de un guisante, lleva el nombre de **PELLETIER**, obra más pronto que las píldoras y grageas, y se traga más fácilmente que las obleas medicamentosas.

Depósito en **PARIS, 8, rue Vivienne**
 y en las principales Farmacias de España.

Figura 80. Segundo anuncio.

Depósito en Paris, rue Vivienne, 8, lugar donde hemos radicado a Grimault y C^a en otros anuncios, y venta en las principales Farmacias de España. Se anuncia 10 días, desde el 11 de febrero hasta el 31 de mayo.

De las “tres marcas” investigamos y recordamos que Joseph Pierre (1788-1842) junto con J.B. Caventou (1795-1877) aislaron de la corteza de quina , un alcaloide llamado Quinina en 1820, también la Atropina de la Belladona y la Estricnina de la Nuez Vómica. En (Sorní,2008,7) indica que en 1821, y ante una epidemia de fiebre amarilla se disponía de poca cantidad de Sulfato de Quinina, y que sus descubridores enviaron de forma gratuita una cantidad del producto. El siguiente Delondre (André-Pontier,1900,34) nos dice que fue el creador de la primera fábrica de sulfato de quinina en el mundo. Y también encontramos que Armet de Lile y Cia sucesores (Delondre) el paréntesis es nuestro. Del tercero, Levailant no hemos encontrado nada.

La popularidad del empleo de la Quinina se extendió durante más de cien años. Reproducimos un formulario editado en 1933 por la “Oficina para el fomento del empleo de la Quinina” en Amsterdam.

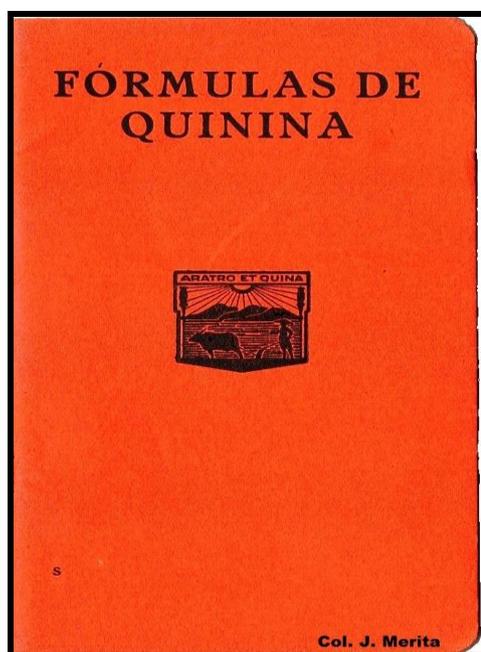


Figura 81. *Formulas de Quinina. 1923.*

80.-Jarabe de Rábano Iodado Grimault

Anuncio vertical con recuadro diríamos estilo “Grimault”, aquí añade “Farmacéuticos en Paris”. En cursiva nos dice que hace veinte años que es utilizado en la infancia como sustituto del aceite hígado de bacalao. el jarabe antiescorbútico y el ioduro de hierro. Se recomienda también como depurativo, enfermedades de la piel. Siguen las prevenciones contra las falsificaciones (marca, firma y sello gobierno) dice que la firma grabada en el vidrio . Se vende en Farmacias y Droguerías. Se anuncia 13 días, desde 5 enero hasta el 22 de mayo.

Este producto es “patentado” por Grimault así aparece citado en (Jeannel, Jeannel, 1886, 786) luego encontramos que en la calle (rue) Vivienne, 8 (Carmouche, 1885, 590) nos pone a Rigaud et Chapoteaut farmacéuticos. Con la confusión reinante en los asuntos de la propiedad industrial e intelectual se cita una fórmula “ inspiradora” del Codex francés (Jeannel, Jeannel, 1886, 826) y también otra versión en la FE-7ªed., página 385.

81.-Emulsión Costas (AC)

Esta publicidad tiene un Anuncio gráfico y un Anuncio Noticia. El Anuncio gráfico es de tipo horizontal con nueve líneas y titular en mayúsculas y tipo negritas: emulsion costas, y bajo dice: Aceite puro de hígado de bacalao con hipofosfitos. El texto está como comprimido, indicación de las dolencias, indica alteración del producto con el tiempo y su reciente preparación. Farmacia de Costas, Sombrerería, 5 y principales de España. Se publica 5 veces, en el último mes del año, del 16 al 30 de diciembre.



Figura 82. Primer anuncio

El Anuncio Noticia, aparece en la página tres del periódico, empieza con: ” **El médico ordena que los medicamentos** que puedan alterarse se empleen recién preparados”. Apela a la autoridad del prescriptor, cuando el responsable de las posibles alteraciones de un medicamento en primera instancia es del fabricante. Sigue diciendo: “todas las emulsiones, y hasta la misma de almendras, o digase horchata de almendras se descomponen y alteran prontamente”. Su estrategia es atacar al producto líder la “Emulsión de Scott”. ¿Cómo? De dos maneras:

- La Emulsión Scott no es otra cosa que una horchata que lleva aceite de hígado de bacalao e hipofosfitos de cal o de sosa.
- El tiempo que se invierte en venir de Nueva-York es bastante para descomponerla.

Acaba diciendo que se prepara semanalmente y se vende en Farmacia Costas, Sombrerería, 5, la Farmacia de Aliño, plaza de Cajeros, y de Lucia en la de las Barcas. Se publica 8 veces. Desde 9 abril hasta el 10 de mayo, un mes de impactos publicitarios. Una campaña un poco extraña.

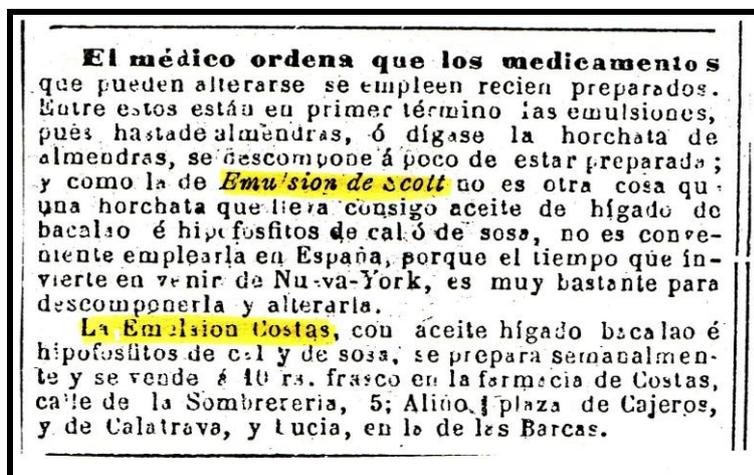


Figura 83. Segundo anuncio.

82.-Elixir estomacal de Mariazell

Anuncio horizontal con filete negro tras el título en negritas, viene su procedencia. "preparado por la Farmacia "El santo Angel de la Guarda" por Carlos Brady en Kremsler". Reproduce a la izquierda un grabado y al otro lado las afecciones que cura. Las dos últimas líneas indica que, "se vende en todas las farmacias y droguerías" Venta al por mayor, D. Mauricio Bing, 9 Avellanas, Valencia. Se anuncia 13 días, desde 1 de octubre hasta el 31 diciembre

En este contenido informativo nos aparecen varios asuntos. Es posible nos encontremos ante un remedio secreto de procedencia monacal. Luego la aparición de un agente comercial, posiblemente necesario por ser un producto extranjero.



**Elixir estomacal
de Mariazell**

Preparado en la Farmacia "El santo Angel de la Guarda" por Carlos Brady en Kremsler (Austria),
especifico de mayor éxito en contra todas las
afecciones del estómago.

Ningun otro remedio supera á este en los casos
siguientes: inapetencia, debilidad del estómago, fetidez
del aliento, fiebras, acedías, cólicos, catarros del estómago,
cardialgia, mal de piedra, producción excesiva de moco-
sidades, ictericia, vómitos, dolores de cabeza, calambres
del estómago, restringimientos, indigestiones, lombrices,
padecimientos del hígado y almarranas.

Precio del frasco Incluso el modo de usarlo
p^{ta} 1.50.

Se vende en todas las farmacias y droguerías.
Venta al por mayor: D. Mauricio Bing, 9, Avellanas, 9, Valencia.

Figura 84. Primer anuncio.

Se confirman las sospechas, en el "Semanario Farmacéutico" de 8 de mayo de 1887 en sus páginas 251,252 y 256 se comenta la prohibición de la venta de este producto. Un año después se prohíbe "la introducción por nuestras aduanas del *Elixir estomacal de Marazell* " y a su vez "por conducto de los Gobernadores de la provincias se ordene a los Subdelegados de Farmacia prohíban el anuncio en los periódicos del referido específico." Todo esto se origina por la solicitud de los Señores Bing y Lomera para su venta en España. Más adelante, en la citada revista farmacéutica se preguntan ¿cómo van a prohibir los Subdelegados de Farmacia el anuncio ? y ahí se queda la pregunta.

83.-Bizcochos Purgantes

Anuncio Noticia de siete líneas y una columna de anchura. Aparte de la forma "bizcocho" para hacerlo agradable a los niños, no hay que olvidar la tradición antigua ya expresada en el anuncio nº31 de este inventario. Otra novedad es el nombre del fabricante, Botica de la Princesa, Santa Teresa,12, Valencia. Tanto la calle como la existencia de un Teatro de la Princesa en esa calle explican su nombre. No aparece publicitada en el Bailly-Bailliere, ante lo cual nos aparecen dos sospechas sobre estos anuarios. Una, que tienen un carácter publicitario con inserción remunerada. Otra, no aparecen todas las Oficinas de Farmacias existentes en la ciudad. Se publica 13 días , desde el 16 de noviembre hasta el 14 de diciembre.

84.- Papel de Albespeyres (AC)

Diseño de anuncio estilo "Cápsulas Raquin" (EMV nº57), de hecho el fabricante es el mismo, Fumouze-Albespeyres. No hemos encontrado referencias de Albespeyres, pero podría ser el descubridor, sin embargo el farmacéutico Fumouze (Carmouche, 1885, 547) si aparece en la dirección indicada en la publicidad que analizamos. Se trata de un anuncio horizontal con titular en negativo (letras blancas sobre fondo negro) y los recursos de negritas, cursivas para transmitir los mensajes claramente. Indicado para las personas que llevan "vejigatorios en el brazo", dice que tiene cuatro fuerzas "a los nºs 1(débil),1,2 y 3" este mensaje es equivoco pues debería continuar hasta el "4". Contra las "imitaciones" indica Firma y sello, esto último con una diferencia, ya no es del gobierno francés, sino la "Unión de los Fabricantes". La dirección es " Faubourg St. Denis, 78 de Paris", que ya hemos confirmando anteriormente. Y de venta en "todas las Farmacias del globo". Se publica 12 días, el primer anuncio comentado se anuncia 4 veces, desde el 18 de junio hasta el 19 de noviembre.

El segundo anuncio de continuación se publica en 8 ocasiones, desde el 6 de febrero hasta el 12 de noviembre. Las diferencias con el primer modelo son : "el único empleado en los hospitales militares de Francia" y han desaparecido las "fuerzas". Sin embargo hay que observar que las dos publicidades son coetáneas en algunos periodos de tiempo, desde el mes de junio a noviembre, sin publicarse en los mismos días. No hay una continuidad temporal. Además conceptualmente que es como hemos clasificado este caso, el primer anuncio sería la presentación del producto y el segundo sería su "reforzamiento" por el empleo del "uso en hospitales militares". Esta "forma

farmacéutica” es recogida como “emplâtre vesicatoire” en el Cod -84, en la página 401. En la FE- 7ª ed. aparece un “Veigatorio Liquido”-Vexicatorium liquidum”, página 594. Encontramos la definición de Veigatorio en (Bouchardat,1858,429) y la reproducimos su descripción a continuación:

***Veigatorios.** Los veigatorios son quizás los mas preciosos agentes de la medicación revulsiva. Manifiestan principalmente su poder para acortar la duración de algunas enfermedades que empiezan, que aun no han alterado la testura de los órganos y que tienen su asiento en las membranas mejor que en los parenquimas. En estos casos, manejados hábilmente, pueden hacer que no se desarrollen enfermedades terribles. Conviene añadir , pues es importante, que la revulsión debe ser proporcionada al mal que se quiere combatir : por no haber puesto á veces veigatorios demasiado débiles, se ha acusado de impotente á esta medicación heroica. Pero en las enfermedades que invaden toda la economía, por decirlo así, la influencia de los veigatorios será nula ó dañosa : tengo la convicción que se atormenta inútilmente á muchos moribundos de fiebre tifoidea ,neumonía, etc., á los cuales se les aplican, como último recurso , veigatorios á las piernas. Los veigatorios, sostenidos por mucho tiempo, pueden considerarse como medios eficaces de medicación espoliativa.*

85.- Vino de Peptona Defresne

Anuncio casi modular, enmarcado por dos líneas de rombos arriba y abajo. Su titular es con letras en negritas: La Peptona. Apoyado en el prestigio de Defresne, un farmacéutico descubridor de la acción de la pancreatina sobre la carne de buey. Nos explica lo que es la Peptona, y prepara enormes cantidades de ella que mezcla con un vino generoso. Al final del reclamo nos pone con mayúsculas, ”VINO DE PEPTONA DEFRESNE”. Existe otro anuncio solo de “Peptona Defresne”, que podía considerarse un Anuncio de Continuidad, por el concepto, pero como coincide en fechas de su publicación hemos considerado su separación y darle dos registros diferentes en el inventario. Fuera del marco, pone : En Valencia. Domingo Roncal y J. Andrés Fabiá. Se publica 12 veces, desde el 12 de enero hasta el 29 de junio.

86.-Elixir Digestivo de Pepsina de Grimault

Anuncio horizontal tipo Grimault, tras el titular indica las propiedades de la Pepsina que evita los males del estomago. A final unas líneas fijas de estos anuncios: Cada frasco lleva marca, firma y sello del gobierno francés. En Paris, 8 rue Vivienne y en las principales farmacias y droguerías. Se publica 12 días, desde el 6 de enero hasta el 17 de mayo.

87.-Cápsulas Thevenot

Un anuncio gráfico con varios cuerpos de composición. Reproduce una caja en escorzo, una forma muy original de anuncio (ver reproducción). A la izquierda en francés se indican las características de garantía, firma y se reproduce y según el Codex de la Academia de Medicina. Dentro de esa originalidad compositiva nos encontramos con unos titulares en negativo como: Sin olor ni gusto y Absorbencia Fácil. Se trata de una campaña publicitaria orquestada desde Francia, porque no se traduce la parte izquierda, que aparece en francés, los precios “del vidrio en Francia”, querrá decir precios “del envase” y supongo serán “francos” y no “reales”. Y además fuera del anuncio, como añadido, aparece .”En Valencia, J. Andrés y Fabiá. Se publica 12 veces, desde 16 de marzo al 25 de junio.

CAPSULAS THEVENOT
Las más recomendadas contra los *Flujos recientes, antiguos ó inveterados*

	r.	c.
De Esencia de Sandalo pura.....	4	»
De Balsamo de Copaiba y Esencia de Sandalo	3	»
De Balsamo de Copaiba pura.....	3	»
De Balsamo, de Copaiba y Cubeba ..	3	50
De Opiata balsámica.....	3	»
De Extracto estereado de Cubeba....	3	»
De Extracto estereado de Cubeba y Sandalo	3	50

SIN OLOR NI GUSTO

En Valencia.—J. Andrés y Fabiá.

Figura 85. Primer anuncio.

Thevenot en (Carmouche,1885,548) aparece como farmacéutico en Dijón. Fue el inventor de un procedimiento para fabricar cápsulas por presión (Rodríguez Nozal; González Bueno, 2005,205-213) que gozo de fama tanto en Francia como España.

88.- Bombones de Goma, Brea y Bálsamo de Tolú

Anuncio horizontal de tamaño reducido, tres líneas, de la Farmacia de D. José Garcia Royo, plaza de la Congregación, 72 Se anuncia desde 4 de febrero hasta el 4 marzo, un total de12 días durante un periodo de un mes.

89.-Jarabe Hipofosfito de Cal de Grimault

Anuncio en disposición horizontal con recuadro tipo Grimault. Para las enfermedades del pecho, el más conocido “jarabe color de rosa”, en frasco oval, luego indica en negritas todas las indicaciones que cura. Por tanto mezcla caracteres visibles para el consumidor con indicaciones. Repite las prevenciones contra falsificaciones (marca, firma y sello gobierno) y depósito en las principales Farmacias y Droguerías. Estas prevenciones eran debido a que una fórmula, aparecía en la FE-7ª ed. página 349, como Hypophosphis calcicus. Se anuncia 11 días, desde el 7 de enero hasta el 23 de mayo.

90.-Veigatorio de Albespeyres

Anuncio horizontal con titular en negativo tiene como subtítulo. “El único admitido en los Hospitales Militares” y en el asunto de imitaciones indica que “ cada cuadrado de 5 centímetros lleva **la firma de Albespeyres** en el lado **verde**”. Fumouze-Albespeyres, 78, Faubourg-St. Denis Paris y en todas las Farmacias del globo. Se publica 11 días, desde 12 de febrero hasta el 26 de noviembre. Relacionado con el anterior anuncio número 84.

91.-Jarabe de Pagliano Legítimo(AC)

Anuncio horizontal con ocho líneas que se inserta en la página tercera. Este jarabe era famoso y sometido a multitud de falsificaciones. Su indicación era de laxante-depurativo, por tanto de uso frecuente. En la Farmacia del Dr. Quesada. Plaza de la Merced, 7. Se inserta 5 días, desde el 12 al 26 de febrero.

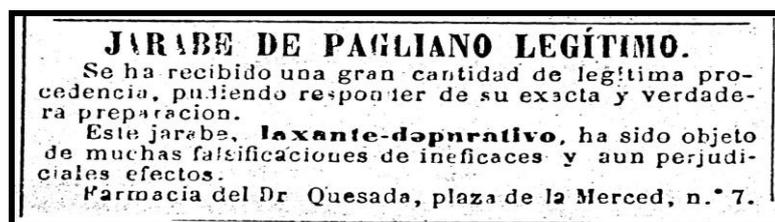


Figura 86. Primer anuncio.

El anuncio de continuidad, es un anuncio que se presenta como una “Declaración”, más bien parece una noticia pagada por los fabricantes, por la cantidad de información que proporciona. Además solo se publica 6 días,

desde el 12 noviembre hasta el 27 diciembre. La casa Girolamo Pagliano establecida en Florencia le aparecen cuatro falsificadores, también anuncia que “no tienen ningún depósito y agente o representante en España”. ¿Entonces que es el Dr. Quesada?, ¿de dónde saca el jarabe?. Para correspondencia hay que dirigirse a Enrico et Pietro Pagliano, 12 Via Pandolfini de Florencia.

JARABE PAGLIANO.
Declaracion.

La casa *Girolamo Pagliano*, establecida en Florencia en 1838. por el difunto *Profesor Girolamo Pagliano*, padre de los infrascritos é inventor del depurativo que lleva su nombre. ahora todavía en Florencia, 12, Via Pandolfini, no tienen sucursales en ninguna parte.

Mneste Pagliano, que salíó en Nápoles el 18 de Abril de 1833, no era, como se jactaba, el sucesor de nuestro lastimado padre; jamás ha conocido el secreto del jarabe; tanto menos los que continúan bajo su nombre en Nápoles.

Alfredo Pagliano, difunto *G. (Giuseppe)* no tiene ninguna relacion con nuestra familia y no debe interpretarse difunto Girolamo, como querían hacerlo creer.

Ot o Pagliano (Giovanni) ha vendido su nombre á un especulador que se suscribe *G. Pagliano* y fabrica cualquier jarabe. El tampoco tiene ninguna relacion con nosotros.

Se servirá el público descontar de los opusculos que un tal *Gucteau* ha publicado bajo el nombre de *Girolamo Pagliano* á motivo de dar crédito á un depósito de falsificacion en Paris, 32 rue Saint Paul.

Con protestar desde ahora contra ese abuso del nombre de una casa honradamente conocida de medio siglo y reservándose el derecho de acudir á los tribunales, los infrascritos repiten que no tienen ningun depósito y agente ó representante en España.

Y en fin, para encontrar el verdadero *Jarabe Pagliano* inventado por el difunto *profesor Girolamo Pagliano*, es preciso dirigir cartas y vales á

Enrico et Pietro Pagliano,
del difunto *Pagliano Girolamo*
12, via Pandolfini, Florencia

Figura 87. Segundo anuncio.

92.-Vino y jarabe de Dusart

De Lactofosfato de Cal, texto largo para lectores informados, estos dos productos “aseguran *la formación regular de los huesos, los musculos y la sangre*”. En (Dusart,1885,3) aunque el titulo habla de Fosfato de Cal en las primeras líneas indica “ que las investigaciones que en unión del doctor R. Blache, hicimos sobre el fosfato de cal, propusimos el empleo terapéutico de esa sustancia bajo una forma nueva, del todo asimilable, que denominamos *lacto-fosfato de cal* ,más que para representar una especie química definida que no existe, con el fin de recordar su composición”. En (Gautier,Renault,1901,193) indica que es una disolución de fosfato de cal en acido láctico.

Después de indicar el depósito en la principales Farmacias y Droguerías. En Paris: Casa Grimault y Cia, 8 rue Vivienne. Esta dirección también aparece en (Dusart,1885,1) Se anuncia durante 10 días desde 14 de febrero hasta el 25 de mayo. El diseño de Grimault y Cia nos indica que nos encontramos ante una campaña publicitaria organizada.

93.- Pomada Kloguez

Anuncio horizontal con ocho líneas, que subtitula:” Contra los sabañones”. Indica que resultados positivos más de diez años. Se anuncia 10 días, desde el 9 hasta 25 enero. A partir de la quinta publicidad, el nombre aparece con (R), Kloguer. Se vende en farmacia de Santiago Querol, Salvador,13 Valencia.

94.-Peptona Defresne

Anuncio horizontal con filete negro, titular en mayúsculas y tipo negritas, bajo pone: (Carne Liquida). Como meritos pone:

- Previo concurso admitida como primera en los Hospitales de Paris.
- Premiada en la Exposición Universal de 1878.

Las indicaciones son enfermedades del estómago, anémia, consunción...es tomada con vino de Lunel o en caldo. Tambien publicita que Defresne es proveedor de los Hospitales de Paris y autor de la Pancreatina. En todas las Farmacias, y por fuera del filete negro, como ocurre en los anuncios

de productos del extranjero, se coloca el “vendedor “ en Valencia. En este caso, las farmacias de Domingo Roncal y J. Andrés Fabiá. Se anuncia 10 días, desde 19 enero hasta el 22 de junio.

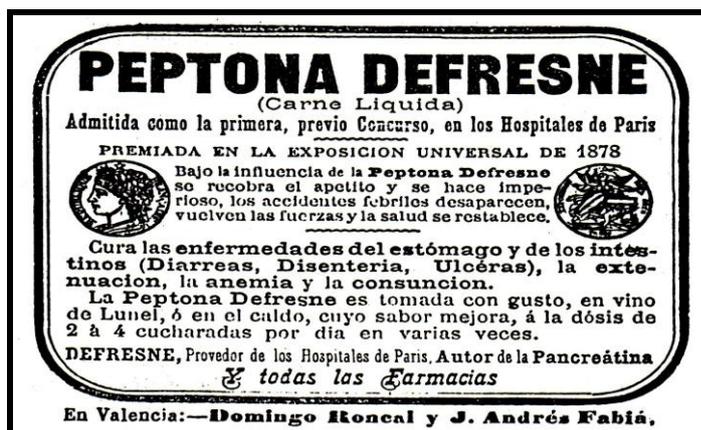


Figura 88. Primer anuncio.

Vemos cierta contradicción entre ser proveedor y luego ser admitida como primera en los Hospitales de Paris. Investigando este asunto en Labarte, P (1887) *Dictionnaire populaire de medecine usuelle d'hygiène publique et privée* Paris, en su página 584 aparece este texto:

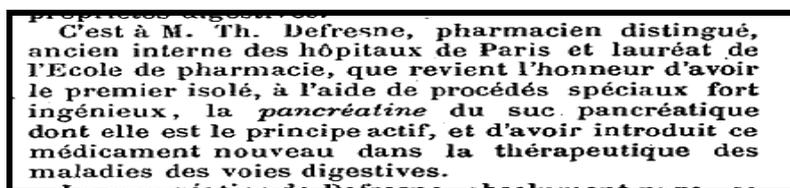


Figura 89 Semblanza de M. Th. Defresne.

Donde dice, traducimos, que Defresne había pertenecido como antiguo interno a los hospitales de Paris.

95.-El Alimento del Pueblo

Anuncio vertical de alimentación con titular en letras grandes: “YA LLEGO” que llama la atención. Y sigue uno con la curiosidad, “la segunda remesa de la esquisita(sic) sopa titulada EL ALIMENTO DEL PUEBLO”. No sabemos su uso efectivo, pero la publicidad nos comunica que había las marcas A y D, ahora han recibido las B y C. También se han recibido las F y

G con extractos de carne de ternera. La prueba de autoridad la realizan los “ilustres profesores Dr. Rodolfo Warner, Dr. Remigio Fresenius, Dr. Gustavo Fager y Dr. Lir.

Se halla a la venta en las principales tiendas de especias y ultramarinos, y por eso su inserción en este trabajo ,un recuerdo a los especieros. El Depósito general, plaza del Mercado,17, Valencia y otros depositarios son: en Barcelona, Sociedad Farmacéutica Española;Málaga, Dr. J.L. Lacave ; Palma de Mallorca ; Hijos de Rafael Pomar ;Castellón ,D. Joaquin Catalán ; Tortosa, D. Pedro Pastor ; Gandia, D. Antonio Buada. Investigamos la procedencia de los depositarios, en (Bailly-Baillièrè,1886,1766) aparece un J. Barjau, comerciante en plaza Mercado, 17, En Castellón no hemos encontrado nada y en Gandia (Bailly-Baillièrè,1886,1797) Antonio Buada aparece relacionado con el mundo de los cereales (Granos, Harinas y Panaderia).

Se anuncia 10 días durante el mes de febrero, desde el 4 hasta el 13. Con una originalidad, el anuncio del día 5 se publica junto con un Anuncio Noticia. Las aportaciones nuevas con respecto a lo comentado antes, son el nombre del fabricante “casa Schorke” y que matiza que las eminencias son médica y químicas.

96.-Bálsamo Anti-Reumático de Fullola

Anuncio horizontal de seis líneas con un titular en mayúsculas y negritas que ocupa la mitad del espacio. Más de 100 años de vida son su mejor recomendación. Depósito en Valencia, Farmacias de Garcia Zaonero y Quesada. Se anuncia 10 días, desde 1de enero hasta el 2 febrero . Un mes con una cadencia de inserción alterna de de 3 días luego 4 días. El publicitar los 100 años de vida es el mejor signo para indicar que estamos ante “un remedio secreto”. Investigando se comprueba tal suposición, por un aviso publicado en “El Boletín de Medicina Cirujía y Farmacia” de 28 de abril de 1844 en su página 131, que a continuación reproducimos.

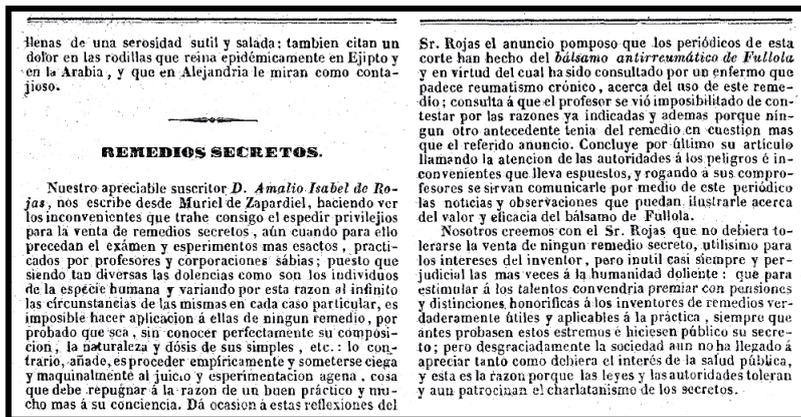


Figura 90. Artículo sobre el *Bálsamo Fullola*.

97.-Zahnerina de Garcia Zaonero

El titular, en mayúsculas y negritas, LA SALVACION DE LOS NIÑOS y como subtítulo en el “periodo de la dentición”. Es una publicidad horizontal de pequeño tamaño, ocho líneas todo incluido. De la Farmacia de D. José Garcia Royo, plaza de la Congregación, 72. Se anuncia 9 días, desde el 6 marzo febrero hasta el 11 abril.

98.-Polvos Anti-Asmáticos de Gastaldo

Anuncio horizontal con filete doble línea. Un sol a la izquierda y a la derecha en mayúsculas ASMA con la cuatro palabras, la mitad del anuncio son depositarios y los reproducimos por su interés. Se anuncia 8 días, desde 15 octubre al 25 de diciembre.

ASMA,
 Catarros crónicos, Opresiones, Solocacion.
 Nuevo descubrimiento.
POLVOS ANTI-ASMATICOS
 DE
GASTALDO,
 DE SORPRENDENTES RESULTADOS.

Depositarios: Valencia, farmacia de los Sres. Greus, Andrés y Febiá y Cuéstá é hijos; Alcira, Fontana; Carcagena, Pallás; Gandia, Chelvi; Játiva, Soler; Requena, Saiz; Sagunto, Cervérs; Susca, Palacios; Albuçete, Martínez; Alcania, Soler; Denia, Millá; Castellon, Davalos; Osonca, Zómeño; Múrcia, Martínez; Cartagena, Rizo; Torruel, Navarrete; y en todas las capitales y poblaciones de más importancia de España.

Figura 91. Primer anuncio.

- Valencia: farmacia de Greus y Andrés y Fabiá. Cuesta e hijos (droguería, lo ponemos nosotros, véase EMV-45)
- Alcira:Fontana.
- Carcagente: Pallás.
- Gandia: Cholvi.
- Jativa: Soler.
- Requena:Saiz.
- Sagunto: Cervera.
- Sueca: Palacios.
- Albacete: Martinez.
- Alicante: Soler.
- Denia:Millá.
- Castellón: Dávalos.
- Cuenca: Zomeño.
- Murcia: Martinez.
- Cartagena: Rizo.
- Teruel: Navarrete.

Y en todas las capitales de más importancia de España. Algunos de estos depósitos pueden ser Droguerías y otros Farmacias. En la Farmacia de Pablo Fernández Izquierdo se vende como “medicamentos de otros farmacéuticos” (Canseco,2011,356)

99.-Benzoato de Sosa

Anuncio horizontal con titular en grandes letras que dice. DIFTERIA, CRUP O GARROTILLO, debajo en mayúsculas también: Benzoato de Sosa. Todo ello ocupa 1/3 del espacio publicitario. Indica las propiedades como antiséptico del producto químico para utilizar en las escuelas y con los niños. Aparece citado tanto en Cod-84 página 139, como en la FE-6ª ed. en la página 215. En (García del Real, 1934, 335) donde lo describe como “antipirético poco poderoso, diurético y algo expectorante...aunque muy inferior a los salicilatos”. Estos últimos todavía no se había descubierto

Se anuncia 8 días, desde el 25 de noviembre hasta el 28 de diciembre. Farmacia B. Baeza, San Vicente,217. Con el espíritu comercial de este farmacéutico: Descuentos al por mayor.

100.-Bálsamo Dabay

Producto enmascarado en le texto del anuncio cuyo reclamo dice con letras mayúsculas "REUMA". Anuncio horizontal con cinco líneas, con Entradilla en la primera página, donde en una línea se dice. "Véase el anuncio REUMA de la 4ª plana"(los tres primeros días se publica en la página tercera).



Figura 92. Primer anuncio entradilla.

Otra cosa significativa, es su venta por correo, por un tal " Dr. Abad, especialista, Pacífico, 13 Madrid" y además es un médico. Claros indicadores de intrusismo y hasta de un remedio secreto. El nombre sería el apellido al revés con una Y añadida al final. Ambos anuncios se publican el mismo número de veces, 8, desde 28 de octubre hasta el 23 noviembre. Algo debió pasar, pues solo duró un mes la campaña publicitaria.

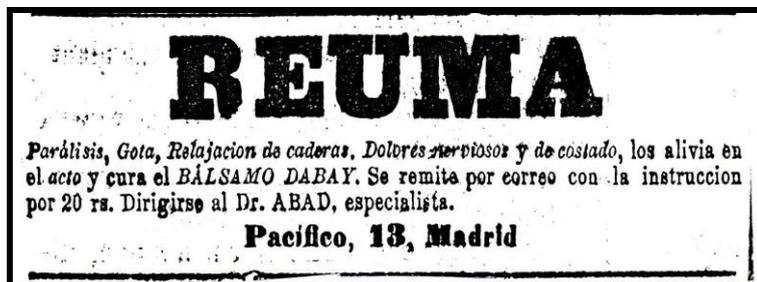


Figura 93. Segundo anuncio.

101.-Específico Dr. Abad

Publicidad de seis líneas con el titular en mayúsculas y negritas de "SIN TOMAR MEDICINAS INTERIORMENTE", luego dice que, " cura las Tercianas, Cuartanas, Diarias y demás calenturas". Como en la anterior publicidad, también tiene Entradilla . " Véase el anuncio <<Sin medicina interior >> en la cuarta plana ". Se remite certificado por correo. Se publicita 7 días, por espacio de un mes, desde 27 de octubre hasta el 24 noviembre.

102.-Pastillas del Dr. Andreu

Se publican como Anuncio Noticia en número de siete. Como hemos indicado en otros Anuncio Noticia no aparecen en la Cuarta Plana, sino en las planas del periódico donde se publican las noticias.

Hay dos inserciones en bloques de dos Anuncios Noticia con un intervalo de publicación de dos meses.

- 21-1 y 4-3 (p.3).
- 11-2 y 25-3 (p.3).

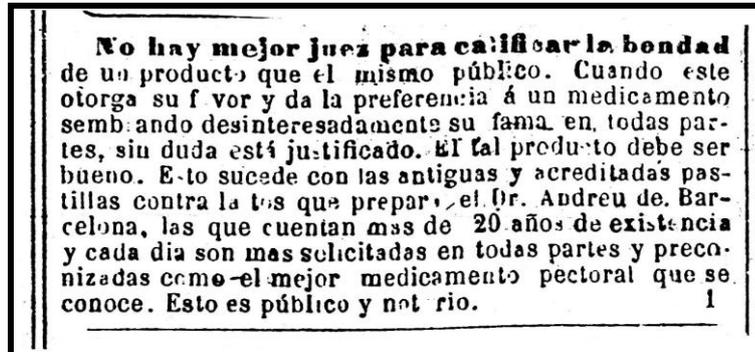


Figura 94. Anuncio del 21-1 y 4-3 en el EMV.

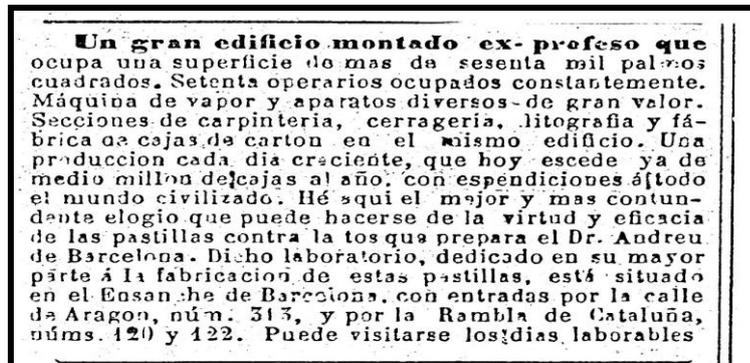


Figura 95. Anuncio del 11-2 y 25-3 en el EMV.

Ya hemos referenciado cuatro Anuncios Noticia, los tres que faltan son de un solo día, el 18-2 (p.3), 11-3 (p.3) y el 18-3-3 (p.3). Todos los textos publicitarios tienen un contenido informativo distinto, pasamos a su analisis. Para su localización colocamos la fecha de su primera inserción.

- 21-1: Bondad del producto por el uso del público. Declara más de 20 años de existencia.
- 11-2: Informa de la descripción del Laboratorio Andreu, dice que “produce medio millón de cajas al año”, tiene una extensión de “60.000 palmos cuadrados”, si cada palmo son 25 centímetros estamos hablando de 15.000 metros cuadrados. También indica la dirección “Aragón, 318 y Rambla de Cataluña, 120-122”, nos está diciendo que da a dos calles. Para favorecer su credibilidad ofrece la visita en los días laborables.

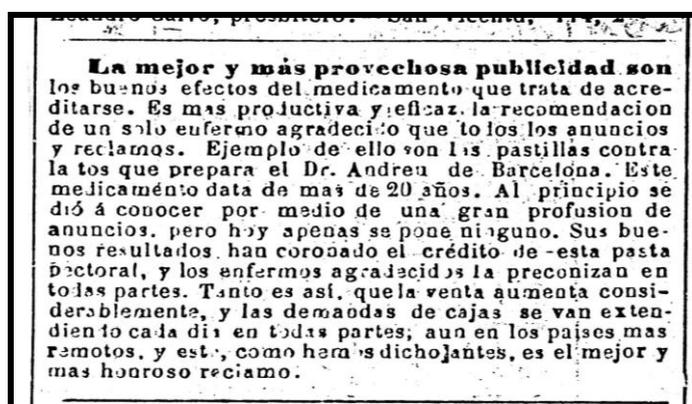


Figura 96. Anuncio del 18-2 en el EMV.

Entre los tres anuncios de un solo día, el publicado el 18-2 utiliza la antigua enseñanza publicitaria del llamado “boca a boca”. La información del anuncio dice “es más productiva y eficaz la recomendación de un solo enfermo agradecido que todos los anuncios”. En el texto primero habla de las pastillas y luego cita la pasta pectoral. En el publicado el día 11-3 : No apreciar lo bueno que hay en España. Indica que tiene solicitudes, es decir que se comercializa/vende en: “Inglaterra ,Alemania, Francia, Italia, Portugal y America del Norte, del Sud y del Centro”. En el día 18-3, dice para reforzar su posición publicitaria, “ Se desconfía de cuanto se escribe en los anuncios de medicamentos”. Pasemos a la realidad, “pregunte al enfermo que lo haya usado”.

Generalmente los extranjeros, y en particular los de las grandes naciones de Europa, ponen poco empeño en descubrir y apreciar lo bueno que hay en España: pues bien, algo extraordinario debe haber en las pastillas contra la tos que prepara el Dr. Andreu, de Barcelona, y sus efectos deben ser muy grandes para que hayan sido muy solicitadas ya desde el principio, y hayan merecido los mayores elogios de la prensa científica de todos los países; así es que se esportan grandes remesas de estas cajas de pastillas á Inglaterra, Alemania, Francia, Italia, Portugal y en las Américas del Norte, del Sur y del Centro.

Figura 97. Anuncio del 11-3 en el EMV.

En general se desconfía de cuanto se escribe en los anuncios de medicamentos y se dice también que aquellos no son serios. Pues bien, cuando son verdad no solamente son serios, sino útiles y altamente humanitarios. En efecto: nada puede haber más humanitario ni más útil que devolver la salud al enfermo. La única dificultad consiste en saber si el anuncio es toda verdad ó exagera la virtud del medicamento, y esta dificultad es fácil salvarla tomando noticias de enfermos que lo hayan usado. Por ejemplo, el que padezca tos, pregunte por las pastillas del doctor Andreu de Barcelona, y hallará siempre, absolutamente siempre comprobado, que ni en un solo caso han dejado de producir excelentes resultados para curar ó aliviar toda clase de tos por fuerte y crónica que haya sido, sobre todo si se han sujetado á las instrucciones del prospecto.

Figura 98 . Anuncio del 18-3 en el EMV.

Joan Morell Mestre en el Bshcfc nº 11 realiza una semblanza de Laboratorios Andreu. En 1866, empezó como un laboratorio anejo a la farmacia sita en Bajada de la Carcel, 6. "A sugerencia de su padre asmático crónico preparó los Cigarrillos y papeles antiasmáticos del Dr. Andreu". También indica que los medicamentos fueron los primeros en anunciarse en el periódico de La Vanguardia. Fue una persona muy despreñada, apoyó al colectivo farmacéutico cediendo un local para establecimiento del Colegio de Farmacéuticos y creó el "Montepío del Dr. Andreu" dedicado a la protección de viudas e hijos de farmacéuticos.

103.-Regenerador Lácteo Dr. Fernandez

Anuncio horizontal con titular en mayúsculas y negritas :“A LAS MADRES” se trata de un producto para conseguir mucha cantidad y calidad de leche para criar a los hijos. De venta en todas las farmacias de España y al por mayor en almacén-droguería de San Antonio, Valencia. Un ejemplo del

conflicto Farmacia-Droguería, estas últimas se dedicaban a la venta al por mayor. ¿Droguería de San Antonio? En el anuncio número 45, aparece como “Blas Cuesta e hijos”. Se publica 6 veces, desde el 6 al 11 de abril, todos los días seguidos.

104.- Panacea de los niños

Anuncio Noticia de siete líneas, con título en mayúsculas y negritas: “PANACEA DE LOS NIÑOS”. “En 24 horas cura las indigestiones (enfits), babeo y lombrices...”. Venta en Farmacia Gonzalez, plaza Serranos,2. Se publica 6 días, del mes de abril en la página tercera, del 6 al 30 abril.

105.-Contra-Eruptivo de Andrés y Fabiá

Anuncio horizontal con filete grueso negro. El titular es con mayúsculas y tipo negritas. “LA PALLOLA Y LA PICOTA”. Sigue diciendo que “se curan en breves horas con el CONTRA-ERUPTIVO DE ANDRES Y FABIA”. Después en mayúsculas pero mas pequeñas” Farmacéutico premiado por el Colegio de la facultad de Madrid”. Pone los precios , y el de “Pigota” es más caro que el de “Pallola” . En las enfermedades pone su expresión valenciana: Sarampión (pallola), Viruela (Pigota) . La cosa más novedosa, es que cita a unos “Médicos afamados” que acreditan su eficacia. Un modelo de publicidad compartida, entre los “prescriptores “ y los “elaboradores. Los citamos: Ferrando, Ripollés, Garcia, Carceller, Franconi, Marin, Sanz, Serra, Nacher, Albiñana, Rojas, Valls, Encinas, Sanz de Andino, Martinez, etc.Luego reproduce un escrito de D. Rufino Ferrando ,médico-cirujano y director de los trabajos anatómicos del Hospital general de Valencia. Se anuncia 6 días, desde el 1 al 31 de diciembre.

106.- Fumigatorio y pulverizacion Makencie

Anuncio horizontal titular en mayúsculas y tipo negritas: DIFTERIA CRUP, bajo pone el nombre del producto. Un discurso largo sobre la enfermedad y la angustia de las madres. Dice que Makencie es el primer especialista “enfermedades aparato respiratorio”. Son dos elementos que no describe, suponemos unos polvos y alguna aparato para pulverizar (¿). Depósito en Valencia , farmacia Costas, Sombrerería,5. En Barcelona, Andreu, Rambla de las Flores,4 Se anuncia 5 días durante el mes de marzo, del día 15 hasta el 29. El día 26 y 29 tiene Entradilla en la primera página.

107.- Pastillas de la Ermita

Anuncio pequeño (4 líneas) en horizontal con titular en mayúsculas y negritas “TOS”, bajo sigue: desaparece con las pastillas de la Ermita. Farmacia de D. José García Royo, plaza de la Congregación,72. Se publica cinco días, del 17 al 29 de diciembre. Reclamo perdido en el mar de letras, debió ser un producto conocido, y así lo confirma (Cornet i Arboix,1988, 108) donde escribe que eran unas pastillas pectorales y que durante muchos años utilizó el Papa Pío IX.

108.-Papel del pobre hombre

Anuncio pequeño de cuatro líneas cuyo titular en mayúsculas y negritas es: ”DOLORES” sigue bajo,” Desaparecen con el PAPEL DEL POBRE”. Después decía Farmacia D. José Garcia Royo, plaza de la Congregación,72. Aparece 5 días, desde 17 hasta el 29 diciembre. En el Cod-84 en su página 475 está referenciado como “*Papier Goudronné (Emplâtre du pauvre homme)*”, traducción como ” Emplasto del pobre hombre”.

109.- Sabañones (AC)

Anuncio Noticia mixto, pues por mitades se publicita, un producto curativo y un servicio de confección. Primero en titular con negritas: ”Sabañones” , sigue se curan en media hora, sino se devuelve el dinero. Segunda parte reclamo publicitario, “ se pican y rizan volantes : calle de las Barcas, 9 principal, izquierda”. Se publica 3 días, 11,13 y 14 de diciembre.

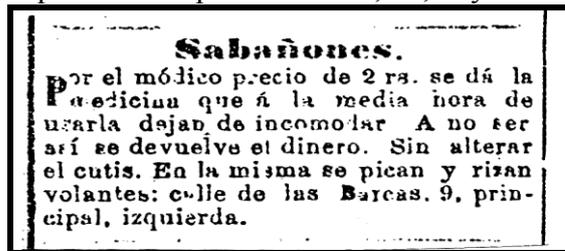


Figura 99. Primer anuncio.

El Anuncio de Continuidad cambia de titular en negritas: “A no ser así se devuelve el dinero”. Luego sigue la distribución anterior. Se publica dos días, 25 y 26 de diciembre. Ejemplo de intrusismo por alguien ajeno a las profesiones sanitarias, investigando (Bailly-Bailliere,1886,1775). nos indica una sastrería a nombre de Vizcaíno y com^a.

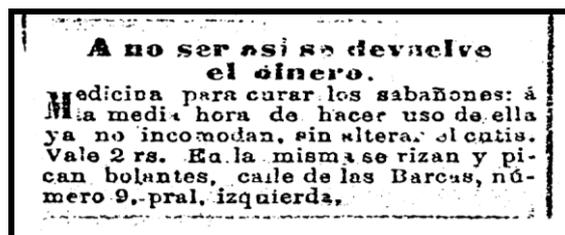


Figura 100. Segundo anuncio.

110.-Injection Brou

Se anuncia en francés con título en negativo y mayúsculas. De formato horizontal y cinco líneas. Se vende en las principales boticas del universo, con 30 años de éxito. Se anuncia 4 días, 2,9,11 y enero . Posible fin de campaña publicitaria.

111.-Polvos Santaballa

Anuncio horizontal con titular en mayúsculas y negritas: POLVOS SANTABALLA”, debajo en cursiva “Ultimo descubrimiento de las Ciencias Médicas”. En el texto publicitario dice: “son polvos vegetales y probados por personas de los países de América para curar las fiebre intermitentes.... sin que produzca los estragos de la quinina”. El producto competidor, a su vez el autor lo recomienda a los enfermos, a ”los médicos para que estudien este nuevo procedimiento a favor de la humanidad y de su propio crédito”. La verdad es que destila cierta prepotencia. Depósito en la Farmacia Doctor Bonald, 17-Gorguera-17, se despachan prospectos y pedidos por correo a provincias. Esta ultima afirmación nos ha confirmado la sospecha de Madrid, y así es en (Bailly-Bailliére,1886, 301) aparece como farmacéutico. Se anuncia 4 veces, cada 2 días, 24, 26, 28 y 30 de diciembre.

112.- Inyección Grimault al mático

Anuncio horizontal estilo Grimault. Aquí el nombre forma parte del producto. En titulares con mayúsculas y tipo negritas .”INYECCION DE GRIMAULT Y C^a “ sigue “AL” y debajo “MÁTICO”. A la izquierda reproduce una planta a lo ancho de todo el anuncio. La formula preparada con hojas de Mático del Peru.. cura los flujos más tenaces. Depósito en Paris con al dirección habitual y las garantías ante falsificaciones de marca, firma y sello del gobierno francés. Se publica 4 veces, 3 de enero hasta el 2 de febrero.

113.-Rob Boyveau Laffecteur

Anuncio horizontal con filete negro. Con diseño, el titular aparece en mayúscula y negativo (fondo negro, letras blancas) después viene el texto que nos informa de un “Jarabe depurativo y reconstituyente” (negritas), de composición vegetal. Aprobado en 1778 por la Antigua Sociedad real de Medicina y por un decreto del año XIII. Luego repite el titular antedicho y debajo pone de Yoduro de Potasio. Nos está anunciado otro jarabe. En todas las farmacias y Paris, J. Ferré Farmac. 102, rue Richelieu y Sucr. De Boyveau- Laffecteurur. Se publica cuatro veces, del 5 enero hasta el 19 de enero.



Figura 101. Primer anuncio.

114.-Pildoras suizas del Farmaceutico Rich. Brandt (AC)

Anuncio horizontal con filete negro grueso. El diseño lleva en la parte central el logotipo de la pildoras y a los laterales la información publicitaria. A la izquierda pone: “CONTRA: Flatulencias, Acedias, Hemorroides,…” una raya separadora y “Preparadas exactamente según prescripción medicinal”. En la parte derecha, “PRINCIPIOS ELEMENTALES: Extractos de yerbas suizas medicinales… una raya separadora y “Empleadas con ventaja por los enfermos de todas las edades”, otra raya separadora y en mayúsculas “Absolutamente inofensivas”. En la parte baja dice que “ las Farmacias siguientes envían gratuitamente mediante pedido…” y no pone ninguna farmacia. Para evitar falsificaciones deben llevar las cajas metálicas la etiqueta que se ha reproducido en el centro del anuncio. Depósito general para España y sus Colonias : Farmacia de Moreno Miquel, Arenal, 2, Madrid. Depósitos en todas las principales Farmacias de España y Ultramar. Se anuncia un día, el 4 de enero.

El Anuncio de Continuidad cambia la distribución, el logotipo para a la izquierda. Cita a los elogios de médicos de Suiza, Austria y Alemania, y en periódicos médicos (sic). El nombre del farmacéutico es Richard y está en Schaffhouse (Suiza). En lo demás reproduce lo dicho antes. Se anuncia 2 veces, 9 de enero y 2 de febrero.

115.-Jarabe de Lactofosfato de cal Dr. Quesada

Anuncio horizontal de una columna, se publica en la plana tercera el titular del anuncio es: "LAS MADRES Y LOS NIÑOS" en mayúsculas y negritas. Dice seguir la fórmula Dusart. Se anuncia solo tres días, 21 y 29 de enero y 5 febrero.

116.-Jarabe hipofosfitos de cal y sosa Dr. Quesada

Anuncio publicado en tercera página. El titular del anuncio de cinco líneas es: "AFECCIONES DE PECHO", indica "Fórmula Hurchil". Se anuncia tres días, 19-1,26 -1 y 2 -2.

117.- Gabinete Médico Norte-Americano(AC)

Anuncio con tamaño horizontal con recorte de esferas negras con una primera inserción con seis indicaciones (mayúsculas y negritas), con diseño y marco que son de arriba abajo :

- **VIGORIZADOR VITAL.** Spaha Thomson
- **NO MAS SORDOS.** Contraserdera Thomson
- **NERVIOS.** Nervino Thomson
- **HERPES .** Panacea Thomson
- **ULCERAS.** Balsamo Thomson
- **ESTRECHECES .**Gran Thomson

Se observa la aparición de un nuevo concepto publicitario de allende los mares, ocupar el espacio publicitario con seis productos. El depositario de estos "específicos", así los denominan, es el Director del Gabinete quien: "contestará de palabra o por escrito, siempre gratuitamente, cuantas consultas o preguntas se le hagan para el mejor uso y conveniente aplicación de estos medicamentos". Envío por correo, con lo cual" se pueden remitirse los medicamentos a todos los pueblos del mundo". Aunque al final pone que también se venden " en las acreditadas farmacias y droguerías del mundo".

Creo que nos encontramos ante los productos “Thomson” vendidos por algun “doctor de bata marrón” que ha cambiado el carromato por un primero de la calle Montera, 33, 1º de Madrid. Tras las afecciones una narrativa global de todo tipo de indicaciones. El anuncio se publica 2 días, el 18 y el 28 de diciembre.

El siguiente modelo de anuncio sigue el mismo diseño publicitario pero cambia el contenido con otras tres indicaciones:

- **ENFERMEDADES SECRETAS.** Inyeccion Koch
- **PILDORAS SCOTT.** Pildoras Scott
- **REUMA.GOTA.** Matadolor Thomson

En esta publicidad la información sobre el Director del Gabinete Médico Norteamericano aparece en la parte de abajo del anuncio, como Nota. Se publica 1 día, el 22 de diciembre, parece sea una campaña publicitaria tardía, habría de comprobarse que continuidad tiene en el año siguiente.

118.-Vino Quesada con coca de Perú

Anuncio horizontal de un tamaño mediano con ocho líneas. Estimula el sistema nervioso y evita la gordura y obesidad. Dr Quesada, plaza de la Merced,7. No pone Farmacia, y se anuncia poco, solo 2 días ,el 21 y 28 de enero en la página tercera.

119.-Bálsamo de Morfeo

Anuncio horizontal de la anchura de una columna. El titular en mayúsculas y negritas: **SABAÑONES**, que es el ancho del reclamo. El siguiente texto es “Se curan rápidamente con el renombrado, otra línea completa de mayúsculas y negritas: “**BALSAMO DE MORFEO**”. Dos tamaños de frascos, y Botica de Gragera, Sta. Teresa,12.



Figura 102. Primer anuncio.

Se anuncia dos días, el 1 y 2 de enero. En el anuncio nº 83 aparece citada en la misma dirección la Botica de la Princesa, por tanto descubrimos que Gragera es el nombre del boticario.

120.- Vino Aroud con Quina

Anuncio horizontal con recuadro ancho negro , con antetítulo de “CARNE Y QUINA” , sigue una línea que dice: El Alimento mas reparador, unido al Tónico más energico. En mayúsculas y negritas grandes. “VINO AROUD CON QUINA”, luego siguen varias líneas con información del producto. Por mayor en Paris, en casa de J.Ferré, Farmaceutico,102, rue Richelieu, sucesor de Aroud. En las principales boticas. Se publica dos días, el 5 y 19 de enero.

121.-Litotriaco y Limonadas gaseosas del Dr. Climent

Un anuncio horizontal con un diseño del texto original en escalera. El titular es:”Las enfermedades de la ORINA”, Siguen las líneas de texto que son peldaños, donde en cada uno se pone una indicación. Empieza por: Incontinencia, Retención-Arenillas, Piedras-Diabetes sacarina...Se curan indefectiblemente con el LITOTRIACO y LIMONADAS GASEOSAS del Dr. Climent.

Las enfermedades de la ORINA

Incontinencia.
Retencion.—Arenillas.
Piedras.—Diabetes sacarina.
Estrecheces del útero y urétra.
Cálculos de la vejiga.
Inflamaciones é infartos de la próstata.
Irritaciones.—Obstrucciones.
Catarros de la vejiga, etc.

Se curan indefectiblemente con el **LITOTRIACO y LIMONADAS GASEOSAS** del Dr. Climent.

Se venden en Valencia: Botica del autor calle San Vicente, 161, frente á la de Padilla; Andrés Fabiá, San Vicente 22, Sr. Costas, Sombrerería, 5, Mr. Garcia Zahonero, San Vicente, 121, Sr Gragera, calle Santa Teresa, Sr. Rroyo, calle Ruzafa, esquina á la del Puerto, Dr. Marri, Alta, 34.

Fuera de Valencia se venden en las farmacias de los pueblos importantes de la poviencia.

Figura 103. Primer anuncio.

Se venden en Valencia:

- Botica del autor, calle San Vicente,161, frente a la de Padilla.
- Andrés Fabiá, San Vicente,22.

- Sr. Costas, Sombrerería,5.
- Sr. Garcia Zahonero, San Vicente,121.
- Sr. Grajera, calle Santa Teresa.
- Sr. Royo, calle Ruzafa, esquina a la del Puerto.
- Dr. Chiarri, Alta, 34.

Fuera de Valencia se venden en las farmacias de los pueblos importantes de la provincia. Se publican un solo día, 2 de enero.

ADDENDA

Anuncios de clasificación dudosa o interesante para formarse otra opinión. Son por ejemplo los Chocolates, que hemos desechado pese a ser un alimento que mejora la salud. Citamos a los vinos ¿? y otros licores.

A-1.- Tintura Warluk

Anuncio horizontal con un titular en mayúsculas y negritas que ocupa casi la mitad del espacio publicitario: “NO MAS PELO BLANCO”. Tiene una amplitud de siete líneas. Algunas farmacias los venden, pero en este caso es la Drogueria de S. Francisco, Mercado 75 y 76. Lo que llama la atención es que se anuncia durante 9 meses , desde 2 de abril hasta 31 de diciembre con una frecuencia diaria. Un total de 274 impactos publicitarios.



Figura 104. Primer anuncio.(Tonos invertidos).

A-2.-Anis La Honradez

Anuncio horizontal de seis líneas, como Anuncio Noticia. donde se dice: "Es muy recomendado por los facultativos para los que padecen del estomago". De venta en la calle de las Barcas,40. Se publica 8 veces, desde el 28 de julio hasta el 4 de agosto.

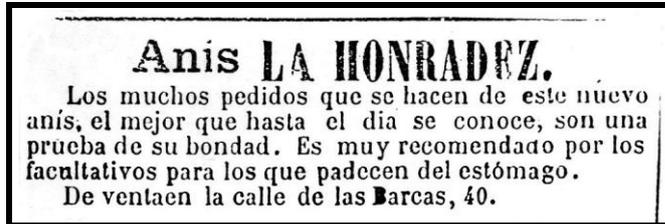


Figura 105. Primer anuncio.

A-3.-Vino de Verano (AC)

Es una publicidad que tiene tres opciones. Empieza por el titular "VINO DE VERANO". Es un Anuncio Noticia donde nos informa que en la calle de las Barcas ,núm,40 se ha recibido la "segunda remesa del famoso vino SAN CLEMENTE". Y sigue y por eso lo comentamos en este trabajo de investigación: "tan util y recomendado por los facultativos para los delicados del estomago". Esta publicidad se inserta 22 días, desde el 17 de julio hasta el 3 de agosto, con una frecuencia diaria. Tiene dos versiones, cuya diferencias son el cambio del tipo de letra y la desaparición de la ultima línea.



Figura 106. Primer anuncio, primera versión.



Figura 107. Primer anuncio, segunda versión.

Después un Anuncio en Entradilla, en primera página , encima del reclamo publicitario de los Vapores que semanalmente salen del puerto para Argel. El texto es corto. “VINO DE VERANO, Cepa San Clemente. Despacho: Barcas, número 40. Se publica 7 días desde el 5 al 12 de agosto, con una frecuencia diaria.

VINO VERANO
Cepa San Clemente,
Despacho: Barcas, número 40.



LÍNEA DE ARGELIA.
El vapor **F.E** saldrá de este puerto directamente para Argel todos los viernes á las **once** de la mañana, y de Argel saldrá todos los lunes á la misma hora admitiendo cargo y pasajeros.
Las mercancías solo se admitirán hasta el día anterior al de la salida.
Se despacha en la oficina central del tráfico de los ferro-carriles de Almansa á Valencia y Tarragona.

Figura 108. Segundo Anuncio.

Otro Anuncio en Entradilla en primera plana, nos indica el nombre del vendedor. Veamos: FRANCISCO ALONSO, avisa a sus parroquianos que ha llegado la tercera remesa del famoso vino de verano. CEPA SAN CLEMENTE....Se publica 7 días, desde el 21 al 27 de agosto, con una frecuencia diaria. Buscando que en (Bailly-Bailliere,1886,1777) nos aparece en la calle Barcas,40 , un ultramarino a nombre de Ginés Ródenas. Francisco Alonso no lo hemos encontrado anunciado ni en ultramarinos, vinos y droguerías, por tanto podía ser una oficina pues en el anuncio se habla de “Despacho”.



LÍNEA DE ARGELIA.
El vapor **F.E** saldrá de este puerto directamente para Argel todos los viernes á las **once** de la mañana, y de Argel saldrá todos los lunes á la misma hora admitiendo cargo y pasajeros.
Las mercancías solo se admitirán hasta el día anterior al de la salida.
Se despacha en la oficina central del tráfico de los ferro-carriles de Almansa á Valencia y Tarragona.

FRANCISCO ALONSO
avisa á sus parroquianos que ha llegado la tercera remesa del famoso vino de verano
CEPA SAN CLEMENTE,
Despacho: Barcas, 40.

Figura 109. Tercer anuncio.

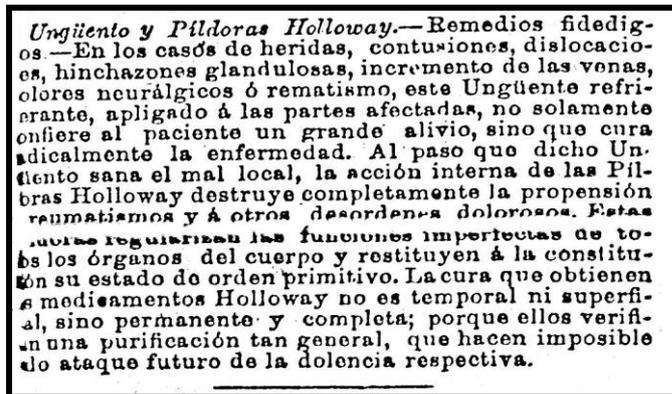
Ese espíritu dubitativo, nos ha hecho no recoger la “llegada de la primera remesa”, pues al principio de la investigación no consideramos el posible interés de este producto. Aparece el reclamo de “Vino de Verano” y a él se acoge otro producto como el “Vino Cepa del Picazo. La terminología “Cepa San Clemente” nos recuerda un vino publicitado en el siglo pasado llamado “Quina San Clemente”, igual era su antecedente.

Inventario productos en *Las Provincias*

1.-Píldoras y Ungüento Holloway (AC)

En el diario *Las Provincias* aparecen 13 anuncios. Uno, es una inserción remarcada por un filete negro y que compite con otros anuncios en la página cuarta. Los otros 12 son Anuncios de Texto, los que llamamos Anuncios Noticia y cambian el orden del título. Así 3 empiezan por Píldoras (PIL) y 9 por Ungüento (UNG), ¿a qué se debe esta inversión? Podría ser que se vendiese menos el Ungüento y querían promocionarlo. No hemos encontrado de momento una explicación. Todos los anuncios textuales no coinciden su fecha de publicación con el anuncio publicitario, y suelen publicarse en otras páginas del diario. A su vez algunos llevan un titular (Remedios fidedignos, Afecciones del pecho y estomago...) y otros no. Los textos son generalistas sirven para varias dolencias y dentro de ellas lo curan todo.

Primer anuncio textual (UNG) (3 días) 14-1, 23-1 y 29-1. **Remedios fidedignos.**- Utilizar el ungüento sobre las heridas junto con la acción interna de las Píldoras. Tiene una extensión de diecisiete líneas.



Ungüento y Píldoras Holloway.—Remedios fidedignos.—En los casos de heridas, contusiones, dislocaciones, hinchazones glandulosas, incremento de las venas, dolores neurálgicos ó reumatismo, este Ungüento refrigerante, apligado á las partes afectadas, no solamente confiere al paciente un grande alivio, sino que cura radicalmente la enfermedad. Al paso que dicho Ungüento sana el mal local, la acción interna de las Píldoras Holloway destruye completamente la propensión reumatismosa y á otros desordenes dolorosos. Estas ~~medicinas~~ regulan las funciones imperfectas de todos los órganos del cuerpo y restituyen á la constitución su estado de orden primitivo. La cura que obtienen de los medicamentos Holloway no es temporal ni superficial, sino permanente y completa; porque ellos verifican una purificación tan general, que hacen imposible el ataque futuro de la dolencia respectiva.

Figura 110. Primer anuncio.

Segundo anuncio textual (UNG) (4 días) 4-2,11-2,18-2 y 25-2. En los casos de males de piernas, pecho y llagas escrofulosas...bañar las partes afectadas con agua tibia y cuando se han abierto los poros untarlas con

Ungüento. Es siempre provechoso tomar simultáneamente las Píldoras, su extensión es de dieciséis líneas.

Ungüento y Píldoras Holloway.—En los casos de males de piernas ó de pecho y los de llagas escrofulosas ó escorbúticas, estos son verdaderos específicos. La gratitud profundísima que han inspirado á millares que se han visto librados por ellos de aquellas dolencias, es un elogio mas elocuente que ninguno que nosotros pudiéramos escribir con respecto á dichas preparaciones. En casos del mencionado género conviene bañar las partes afectadas con agua tibia, y (cuando, por este medio, se han abierto los poros) untarlas abundantemente con el Ungüento Holloway. Es siempre provechoso tomar simultáneamente las Píldoras Holloway, que aumentan mucho la eficacia de la acción del Ungüento, y que impiden el acrecentamiento de la fiebre, purifican la sangre y expulsan del sistema toda partícula morbosa.

Figura 111. Segundo anuncio.

Tercer anuncio textual (UNG) (4 días) 4-3.11-3,18-3 y 25-3.**Afecciones del pecho y estómago.**—El origen de todas las dolencias es la impureza de la sangre. Una de las propiedades de las Píldoras Holloway es purificar completamente el fluido vital...no cita al Ungüento. Se escribe en quince líneas.

Ungüento y Píldoras Holloway.—Afecciones del pecho y del estómago.—El origen de casi todas las dolencias es la impureza de la sangre. Destruyéndose la causa, se evita el mal efecto. Una de las propiedades de las Píldoras Holloway, es la de purificar completamente el fluido vital, poniéndolo así en posición de ejecutar todas sus importantes funciones. Estas Píldoras son en extremo eficaces para la curación de las afecciones del pecho, del hígado y del estómago y otras muchas enfermedades que en un tiempo aquejaban irremediabilmente á la humanidad en ciertas estaciones del año. Las instrucciones impresas que acompañan á cada caja de Píldoras, relativas al modo de usarlas, son tan claras, que es imposible cometer error alguno en su empleo.

Figura 112. Tercer anuncio.

Cuarto anuncio textual (UNG) (5 días) 1-4,8-4,15-4,22-4 y 29-4. Al cambiarse las estaciones es prudente rectificar cualquier desarreglo...Este bálsamo no solo hace desaparecer la llaga sino que extirpa su mismo germen...no cita las Píldoras. Tiene una extensión de diecisiete líneas.

Ungüento y Píldoras Holloway.—Al cambiarse las estaciones, lo prudente es que toda persona procure rectificar cualquier desarreglo que la aqueje, pero en cuanto á los pacientes ancianos que sufren de úlceras ú otros males análogos, es absolutamente necesario, para evitar consecuencias graves, que la enfermedad sea removida. El Ungüento Holloway es el remedio que se necesita. Sus virtudes merecen una confianza completa. Este bálsamo no solo hace desaparecer la llaga, sino que estirpa su mismo gérmen, extrae las partículas morbosas y ayuda la naturaleza á que sustituya á los malos humores de la úlcera una carne saludable, que dura hasta el fin de la vida. Adoptándose este sistema de tratamiento, los males de piernas se sanan en un corto espacio de tiempo, el aspecto escorbútico del cutis se desvanece, y las llagas escrofulosas cesan de afligir al enfermo.

Figura 113. Cuarto anuncio.

Quinto anuncio textual (UNG) (4 días) 6-5,13-5,21-5 y 27-5. **Preparaciones infalibles.**- En los casos de irritación del cutis, llagas, quemaduras...al paso que el Ungüento ejerce una acción local las Píldoras Holloway usadas simultáneamente...hacen que las curas sean completas y permanentes. Tiene una extensión de trece líneas.

Ungüento y Píldoras Holloway.—Preparaciones infalibles.—En todos los casos de irritación del cutis, llagas, úlceras, quemaduras ó incremento escrofuloso de las glándulas, el Ungüento Holloway forma un medio fácil y rápido para curar el mal. El posee una eficacia especial para mitigar las inflamaciones, remover toda clase de entorpecimiento, refrigerar la sangre acalorada y corregir los humores impuros. Al paso que el Ungüento ejerce esta acción local, las Píldoras Holloway, usadas simultáneamente, mejoran notablemente la condición general del cuerpo y hacen que las curas sean completas y permanentes. Por medio de la influencia general de sus poderes potentes el niño debilitado quiere una robustez duradera.

Figura 114. Quinto anuncio.

Sexto anuncio textual (PIL) (4días) 3-6,10-6,17-6 y 24-6. **La Gota y el Reumatismos curados.**- Las píldoras tomadas a tiempo impedirán la sobrevenida...Sin embargo quien la padece debería aprovecharse también del Ungüento Holloway.Tiene una anchura de diecinueve líneas.

Píldoras y Ungüento Holloway.—La Gota y el Reumatismo curados.—Estas dolencias provienen frecuentemente del estado inflamado de la sangre, acompañado de indigestión, lasitud y notable debilidad, males que tienen por origen la circulación imperfecta del fluido vital, cuya impureza, cuando ya han nacido las expresadas enfermedades, contribuye mucho á irritarlas. La naturaleza de las Píldoras Holloway es tan purificante, que unas cuantas dosis de ellas, tomadas á tiempo, impedirán la sobrevenida, así de la gota como del reumatismo. Sin embargo, el que ya padece ó este ó aquella, debería aprovecharse también del Ungüento Holloway, cuyas propiedades sanativas unidas á las de las Píldoras, aseguran una curación completa. Conviene que las partes afectadas sean bien frotadas por lo menos dos veces al día con el indicado bálsamo, después de haberse aquellas fomentado con agua tibia lo suficientemente para abrir los poros, facilitándose de este modo la llegada del Ungüento á las glándulas.

Figura 115. Sexto anuncio.

Séptimo anuncio textual (PIL) (5 días) 1-7,8-7,15-7,22-7 y 29-7. **Enfermedades de la piel.**-No hay afección cutánea que no haya cedido ante la influencia terapéutica del Ungüento refrigerante y las Píldoras depuratorias de Holloway. Se publica con una amplitud de diecisiete líneas.

Píldoras y Ungüento Holloway—Enfermedades de la piel.—No hay afección cutánea, cualquiera que sea su naturaleza, que deje de ceder á la aplicación juiciosa de estos irresistibles remedios, que son particularmente eficaces para sanar los desórdenes escrofulosos ó escordáticos. Erupciones en que no habían podido producir impresión algunos de los demás sistemas de tratamiento, y que habían estado empeorándose de año en año han desaparecido ante la influencia terapéutica del Ungüento refrigerante y de las Píldoras depuratorias de Holloway, medicamentos que expulsan de la sangre, y por consiguiente de la constitución también, el germen de la dolencia. A aquellos á quienes está confiado el cuidado de los niños deberían tener siempre á la mano las expresadas preparaciones, porque las personas de menos experiencia pueden aplicarlas.

Figura 116. Séptimo anuncio.

Octavo anuncio textual (PIL) (4 días) 5-8,12-8,19-8 y 27-8. **Influenza, Tosas y Catarros.**—Las mencionadas enfermedades suele descuidarse o tratarse de una manera poco juiciosa...las preparaciones Holloway le restablecerán en su salud. Tiene una extensión de dieciocho líneas.

Píldoras y Ungüento Holloway.—Influenza, Toses y Catarros.—En esos casos de afecciones de la garganta y del pecho que sobrevienen con tanta frecuencia en este país por efecto de las variaciones de clima, ningún remedio hay que confiera un alivio tan inmediato ni que verifique la cura con tanta seguridad como dichos inestimables medicamentos. Por desgracia, la mencionada clase de enfermedades suele descuidarse al principio ó tratarse de una manera poco juiciosa, y cualquiera de estas dos circunstancias produce efectos funestos. Sea cual fuere la condición del paciente, las preparaciones Holloway le restablecerán en su salud, si ello fuere practicable. Ellas impiden los progresos del mal hasta que la sangre se purifica y la naturaleza por sí sola expulsa el germen morboso, renovándose gradualmente el vigor nervioso y las fuerzas vitales. Estas medicinas, empleadas con perseverancia, entonan el estómago y el sistema en general.

Figura 117. Octavo anuncio.

Noveno anuncio textual (UNG) (5 días) 2-9, 9-9, 16-9, 23-9, 30-9. Estos son, en todas las estaciones, los remedios más eficaces, baratos y populares y pueden usarse en todas circunstancias sin la posibilidad que causen mal y con la certidumbre que harán bien... Se extiende con diecisiete líneas.

Ungüento y Píldoras Holloway.—Estos son, en todas las estaciones, los remedios más eficaces, baratos y populares, y pueden usarse, en todas circunstancias, sin la posibilidad de que causen mal y con la certidumbre de que harán bien. Las erupciones de la piel, las quemaduras, los sarpullidos, las úlceras, las llagas y, en una palabra, las dolencias cutáneas de todo género son inmediatamente aliviadas y finalmente sanadas por dichos medicamentos refrigerantes y depuratorios. Frotándose el abdomen con el Ungüento, este evita toda irritación intestinal é impide que sobrevengan las diarreas y otros desórdenes análogos que suelen provenir del calor del verano y de la abundancia de fruta. Las ronchas, las inflamaciones, los dolores musculares, las afecciones neurálgicas y las hinchazones glandulares cedon pronto á las virtudes terapéuticas de las preparaciones Holloway.

Figura 118. Noveno anuncio.

Décimo anuncio textual (UNG)(4 días) 8-10,14-10,21-10 y 28-10. Para la curación de úlceras, quemaduras y heridas de toda clase el célebre Ungüento Holloway se encuentra sin rival...Unidas dichas medicinas obran como por encanto. Tiene una extensión de catorce líneas.

Ungüento y Píldoras Holloway.—Para la curación de las úlceras, las quemaduras y las heridas de toda clase, el célebre Ungüento Holloway se encuentra sin rival. En el momento en que él se aplica á la parte afectada, sus virtudes balsámicas alivian el dolor, protegen los nervios expuestos contra el aire, dan á los vasos el vigor necesario para que se sane la llaga y purifican de tal modo la sangre, que cuanta carne crece en lugar de Holloway, si se toma al mismo tiempo que se usa el Ungüento, aumentan considerablemente el poder depuratorio y refrigerante de este último. Unidas dichas medicinas, obran como por encanto. Ningún enfermo que las haya ensayado ha dejado de librarse de su enfermedad, ó por lo menos de ver mitigadas sus penas

Figura 119. Décimo anuncio.

Undécimo anuncio textual (UNG) (4 días) 4-11,11-11,18-11 y 25-11. Estos medicamentos verifican obras maravillosas de males de piernas y heridas antiguas.... Y cita las Píldoras y el Ungüento. Se extiende por dieciséis líneas.

Ungüento y Píldoras Holloway.—Estos medicamentos verifican obras maravillosas de males de piernas y heridas antiguas. Si ellos se emplean con arreglo á las instrucciones impresas que relativas al modo de usarlos acompañan á cada bote y caja de los mismos, no hay herida, mal de piernas ni llaga ulcerosa que deje de ceder á su acción curativa. Una infinidad de afligidos de la mencionada clase de dolencias, que habia permanecido largo tiempo en los hospitales públicos gozando del cuidado de eminentes cirujanos, sin reportar de él la mas mínima ventaja, se ha visto librada de sus padecimientos acudiendo á las Píldoras y el Ungüento Holloway. Estas son, asimismo, las medicinas mas á propósito para las hinchazones glandulares, los tumores, el escorbuto y las afecciones cutáneas en general.

Figura 120. Undécimo anuncio.

Duodécimo anuncio textual (UNG) (4 días) 2-12, 11-12, 17-12, 23-12. **Reumatismos, Neuralgia.**—... en las partes afectadas deben frotarse con Ungüento Holloway...El sistema de tratamiento del profesor Holloway posee el merito de hacer desaparecer la dolencia sin debilitar en lo más mínimo la constitución, desventaja que resultaba casi invariablemente del acudir a sangrías, el mercurio y demás recursos. Es el más largo, con una anchura de diecinueve líneas.

Ungüento y Píldoras Holloway.—Reumatismos, Neuralgia.—Es á veces difícil averiguar cuál de estas enfermedades es la que aflige al paciente, pero poco importará esta ignorancia si se usaren los remedios Holloway, los cuales alivian y curan todos los dolores musculares y nerviosos. En los casos de reumatismo hereditario, después de bañadas las partes afectadas con salmuera tibia, ellas deben frotarse abundantemente con el Ungüento Holloway, que entonces penetra á través de la piel y ejerce una influencia refrigerante en aquellos vasos y nervios internos, cuyo estado de irritación es causa tanto de los dolores como de las hinchazones. El sistema de tratamiento del profesor Holloway posee el mérito de hacer desaparecer la dolencia sin debilitar en lo mas mínimo la constitución, desventaja que resultaba casi invariablemente del acudir á las sangrias, el mercurio y demás recursos de que solía valerse la facultad de los tiempos pasados.

Figura 121. Duodécimo anuncio.

Los anuncios de Holloway fueron los más anunciados, un total de 200 “impactos publicitarios”, esta gran cantidad hace que cubran todo el año. El anuncio grande con 150 días de inserción, desde el 15 enero al 29 de diciembre. Los Anuncio Noticia abarcan 50 inserciones y cubren todos los meses del año.

PILDORAS Y UNGÜENTO HOLLOWAY.

ESTOS MEDICAMENTOS obtienen una aceptación y una venta mas universales que las de ningun otro remedio en el mundo.

LAS PILDORAS son el mejor purificante conocido para la sangre, corrigen todos los desórdenes del hígado y del estómago, y son igualmente eficaces en los casos de disentería; en fin, no tiene rival como remedio de familia.

EL UNGÜENTO cura pronto y radicalmente las heridas antiguas, la llagas y las úlceras, aun cuando cuenten veinte años de existencia, y es un específico infalible contra las enfermedades cutáneas, por malignas que sean, tales como la lepra, el escorbuto, la sarna y todas las demás enfermedades de la piel. Cada caja de Píldoras y bote de Ungüento van acompañados de amplias instrucciones para el uso del medicamento respectivo, pudiendo obtenerse estas instrucciones impresas en todas las lenguas conocidas.

LAS PREPARACIONES HOLLOWAY se hallan de venta en todas las principales boticas y droguerías del mundo, y en LONDRES, 533, Oxford Street, en el Establecimiento central del Profesor HOLLOWAY.

En Valencia, farmacia de Andrés y Fabiá, frente al caballo de San Martin.

Figura 122. Anuncio grande .

Las Píldoras y Ungüento Holloway se hallaban a la venta en las principales boticas y droguerías del mundo. En el establecimiento central del profesor Holloway en Londres, 533 Oxford Street . En Valencia la farmacia de Andrés y Fabiá, frente al caballito de San Martin. No indicar la dirección postal

indica, que esta botica era muy conocida, o el “caballito de San Martin” muy famoso.

La campaña publicitaria fue polémica, se trataba de un “remedio secreto” y según las Ordenanzas de Farmacia de 1860 estaba prohibida su publicidad. Pero unos años antes había sido autorizada su entrada en España, por una Real Orden que reproducimos.



Figura 123. Gaceta de Madrid 17-12-1852.

La controversia estaba servida, la publicación especializada “El Siglo Médico” en 1857 rechazo esta publicidad y solicitó la intervención de las autoridades contra estas cosas (Cornet i Arboix, 1988 , 113). Tras más de 30 años seguía anunciándose, una explicación de la ineficacia de los decretos y su aplicación. En el EMV no se anunciaba, quizás eran más respetuosos con la normativa.

2.-Enolaturu Zarza Costas (AC)

Este producto presenta dos tipos de anuncios: Uno, en la plana cuarta y otro Anuncio Noticia que se pone en la página tres y luego pasa a la página dos. El anuncio de mayor tamaño, se publica en la última página y dice: Poderoso depurativo que destruye en poco tiempo los “vicios humorales” de la sangre. Cura las irritaciones y erupciones, el venéreo y la sífilis, los herpes, escrófulas, manchas de la piel, etc. Se vende en frasco de 10 y 5rs. y en principales boticas y droguerías de España. Este anuncio permanece con 52

inserciones, casi todo el año desde el 19 enero al 9 noviembre, como incidencia aparece el 10 de marzo en una farmacia de Liria del señor Llopis.

ENOLATURO ZARZA-COSTAS.

Poderoso depurativo que destruye en poco tiempo los vicios humorales de la SANGRE, cura las irritaciones y erupciones, el venéreo y la sífilis, los herpes, escrófulas, manchas de la piel, etc. Conviene su uso diario á las personas demasiado robustas y propensas á enfermedades violentas y peligrosas, siendo además remedio excelente para las enfermedades nerviosas, y calmante seguro para todo género de dolores.

Entre las personas que han probado sus buenos efectos, merece cada día mayor aceptación este gran remedio, como único y verdadero regenerador de la sangre.—Frasco: 10 y 5 rs.—Farmacia de Costas, calle de la Sombrerería, núm. 3, bajo el campanario de Santa Catalina, y principales boticas y droguerías de España.

Figura 124. Primer anuncio.

El Anuncio Noticia es más corto tres líneas frente a las diez líneas del anterior. Destaca que se use en primavera y verano. Empieza la inserción el 13 de marzo y acaba el 22 de diciembre, con una periodicidad de tres-cuatro días, un total de 81 días.

ENOLATURO ZARZA-COSTAS.

Triple depurativo de la sangre. Su uso conviene, especialmente, en primavera y verano.
Sombrerería, (5) botica.

Figura 125. Segundo anuncio.

Como incidencia figura la dirección de Sombrerería 5 botica. No pone el nombre del titular. En el primer anuncio pone Sombrerería 3, bajo el campanario de Santa Catalina. Es un error que comprobamos en otros anuncios y su corrección en el propio. Suponemos que el anunciante, con el anuncio corto, más barato cubre todo el año. Al final la publicidad de este producto se ha publicado durante 133 días.

3.-Píldoras Doctor Dehaut (AC)

Parecer ser que es un producto conocido pues el anuncio comienza afirmando “las personas que conocen las píldoras del doctor Dehaut de Paris no titubean en purgarse” además la publicidad carece de lugar de compra.



Figura 126. Primer anuncio

Es un Anuncio que tiene más que continuidad un paralelismo con otro Anuncio Noticia de siete líneas. Donde se indica que un sello de correos aparece en todas las cajas de píldoras que salen de la Farmacia del Doctor Dehaut, “desde el 1 setiembre de 1884” . La lucha continua contra las falsificaciones.

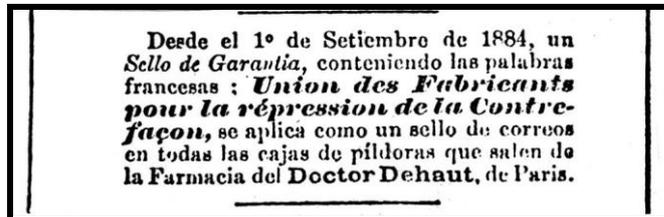


Figura 127. Segundo anuncio.

El primer anuncio se publica desde el 15 enero hasta 29 diciembre, con un total de 50 inserciones. El segundo anuncio, desde el 13 enero hasta el 25 diciembre con 48 inserciones, que hacen un total de 98 anuncios publicados.

4.- Emulsión de Scott (AC)

Este anuncio presenta tres tipologías espaciales: el primer en aparecer, es un anuncio vertical (ancho dos columnas), con 46 inserciones, desde 13 enero hasta el 29 abril. Luego le sigue otro en posición horizontal (ancho dos-tres columnas) con 38 inserciones, desde 7 septiembre al 28 diciembre.

Ambos anuncios tienen un parecido texto pero diferente distribución. La tercera tipología realiza tres inserciones de anuncio con un tamaño espectacular, a toda página y ocupando dos tercios de la parte superior del periódico. En total este producto norteamericano ha colocado 87 anuncios.



EMULSION
DE
SCOTT
de Aceite Puro de
HIGADO DE BACALAO
con Hipofosfitos de Cal y de Sosa.

ES TAN AGRADABLE AL PALADAR COMO LA LECHE.

Posee todas las virtudes del Aceite
Crudo de Hígado de Bacalao, más las
de los Hipofosfitos. Nutre y fortalece
mucho. Además

**Cura la Tisis.
Cura la Escrófula.
Cura la Demacración.
Cura la Debilidad General.
Cura el Reumatismo.
Cura la Tos y Resfriados.
Cura el Raquitismo en los Ni-
ños.**

Es recetada por los médicos, es de
olor y sabor agradable, de fácil di-
gestión, y la soportan los estómagos
más delicados.

De venta en todas las Boticas y
Droguerías. SCOTT & BOWNE, Quí-
micos.—NUEVA-YORK.

Depósito general en España para
la venta al por mayor, Sres. VICEN-
TE FERRELL y C.^{as}—BARCELONA.

Botella grande. . . 24 rs.
Id. pequeña . . . 18 rr.

Figura 128. Primer anuncio.

Esta publicidad busca crear una marca del producto con el nombre de Emulsión de Scott, como sinónimo de aceite puro de hígado de bacalao con hipofosfitos de cal y de sosa. Luego en mayúsculas ES TAN AGRADABLE AL PALADAR COMO LA LECHE. Una asociación intencionada a otro producto de uso diario, como la leche en la alimentación. Sus propiedades curativas, cura la tisis, escrófula, demacración, debilidad general, reumatismo, tos y resfriados, raquitismo de los niños.

EMULSION DE SCOTT
 DE ACEITE PURO DE
HÍGADO DE BACALAO
Con Hipofosfitos de Cal y de Sosa.
ES TAN AGRADABLE AL PALADAR COMO LA LECHE.
 Posee todas las virtudes del Aceite Crudo de Hígado de Bacalao, más
 las de los Hipofosfitos. Nutre y fortifica mucho. Además.
CURA LA TISIS. CURA LA ESCRÓFULA. CURA LA DEMACRACION.
CURA LA DEBILIDAD GENERAL. CURA EL REUMATISMO.
CURA LA TOS Y RESFRIADOS. CURA EL RAQUITISMO EN LOS NIÑOS.
 Es recetada por los médicos, es de olor y sabor agradable, de fácil
 digestión, y la soportan los estómagos más delicados.
 De venta en todas las Boticas y Droguerías, SCOTT & BOWNE, N. YORK.

Figura 129. Segundo anuncio.

De venta en todas las Boticas y Droguerías. Scott & Bowne, químicos, Nueva York, en los tres tipos de anuncio. En el anuncio vertical, añade como Depósito general para venta al por mayor, Sres. Vicente Ferrer y Cía. en Barcelona.

En el anuncio gigante con tres inserciones los días 9, 16 y 30 abril hace un refuerzo dirigido a la clase médica con dos acciones. Una diciendo ha merecido los elogios de la Facultad Medica de Europa y América, y luego en la parte de abajo del anuncio, a modo de "faldón" coloca en cuatro columnas cada una, los nombres de eminentes doctores españoles con la ciudad de ejercicio. Un total de 103 médicos, entre las poblaciones que se indica están ausentes Alicante, Castellón y Valencia.

MADRID	J- GRINPA		X
MADRID	FERNANDO CABELLO Y ASO	X	X
MADRID	JUAN S. RAMOS		X
MADRID	JUAN AGUADO		X
MADRID	JUAN LOPEZ DIEZ		X
MADRID	JOSE CASAÑ Y ALEGRE		X
MADRID	AVELINO BENAVENTE		X
MADRID	ADOLFO CERVERA TORRES	X	X
MADRID	ANGELO POLO		X
MADRID	ANTONIO MORRIEL		X
MADRID	GARCIA CUELLO		X
MADRID	FEDERICO BORREL		X
MADRID	RAMON G. BAEZA Y FRAN	X	X
VALLADOLID	ILDEFONSO GONZALEZ AGUADO	X	X
VALLADOLID	C.ALONSO DIEZ		X
VALLADOLID	DANIEL DE ZULOAGA	X	X
VALLADOLID	LUIS DIEZ PINTO		X
VALLADOLID	JOSE ROMERO		X
VALLADOLID	FEDERICO COLLERA		X
VALLADOLID	VICENTE SEGARRA LASCURAIN	X	X
VALLADOLID	RUPERTO DIEZ Y DIEZ		X
VALLADOLID	LUCAS GUERRA		X
BURGOS	HILARIO ANTON		X
BURGOS	LEONARDO RODRIGUEZ		X
BURGOS	MARIANO MIEGUINOLLE		X
BURGOS	JULIO FERNANDEZ		X
BURGOS	MARCIAL MARTINEZ ALEMANDO		X
BURGOS	HIPOLITO TOBES	X	X
BURGOS	FLORENTINO IZQUIERDO Y ORDOÑEZ	X	X
BURGOS	JUAN QUINTANA		X
PALENCIA	ANDRES DURAN LOPEZ		X
PALENCIA	CIRIACO BERMEJO PEREZ	X	X
SALAMANCA	PEDRO SANCHEZ LLEVOR	X	X
SALAMANCA	JOSE ESTEBAN LORENZO		X
LEON	GABRIEL J.BALBUENA Y GIRONDA	X	X
LEON	ELIAS GAGO		X

LEON	ISIDORO RICO		X
LEON	ANTONIO ARROLA		X
LEON	RAMON PALLARES		X
OVIEDO	A. SUAREZ INFIESTA		X
OVIEDO	ARTURO BUILLA		X
OVIEDO	J. LOPEZ DORIGA		X
OVIEDO	PLACIDO A. BUILLA	X	X
GIJON	DIEGO PELAYO Y LOPEZ	X	X
GIJON	FRANCISCO BELLAS URIA	X	X
GIJON	JACOBO OLANETA		X
VIGO	G.FRAGA		X
CORUÑA	DIMAS CORRAL		X
FERROL	JUAN ACOSTA	X	X
FERROL	MANUEL FOLLA		X
FERROL	BENITO SUEYRAS		X
FERROL	SANTIAGO DE LA IGLESIA		X
SANTIAGO	ANGEL M. DE LA RIVA Y VILAY		X
SANTIAGO	MANUEL PIÑEIRO HERBA	X	X
SANTIAGO	NARCISO ACOSTA CODESIO		X
PONTEVEDRA	EDUARDO COBIAN		X
PONTEVEDRA	FELIPE ISLA	X	X
PONTEVEDRA	HERNANDEZ GASTAÑADUY		X
PONTEVEDRA	JOSE BAUTISTA MALVEN		X
PONTEVEDRA	M.GARCIA COBOS		X
PONTEVEDRA	LUIS SOBRINO		X
ORENSE	PAZ NOVOA		X
ORENSE	RAMON QUESADA BORRAJO		X
ORENSE	JOSE Mª RIVERA		X
ORENSE	ILDEFONSO MERNENDANO		X
LERIDA	AURELIANO ZARDOYA GARCIA	X	X
LERIDA	MATEO COSTA		X
REUS	ROBERTO GRAN		X
REUS	F. GRAS FORTUNY	X	X
LOGROÑO	JOAQUIN CORRAL	X	X
LOGROÑO	FELIX PEREDA	X	X
LOGROÑO	FERMIN VALVERDE		X

LOGROÑO	PELEGRIN DEL CASTILLO		X
LOGROÑO	EZEQUIEL LORZO		X
PAMPLONA	LANDA Y ALVAREZ DE CARVALLO	X	X
PAMPLONA	JUAN LIZÁRRAGA Y AITRAN	X	X
SAN SEBASTIAN	JULIAN USANDISAGA		X
SAN SEBASTIAN	JOSE MANUEL OA	X	X
SAN SEBASTIAN	FERNANDO TAMES	X	X
BILBAO	JOSE A. DE CAMIRUAGA	X	X
BILBAO	MANUEL SIRERA	X	X
BILBAO	A. GIL		X
SANTANDER	FERNANDO BOLIVAR		X
SANTANDER	CASTO SOLANA	X	X
CADIZ	JOSE LOPEZ		X
CADIZ	ROSENDO LAMBERA		X
CADIZ	EDUARDO REY		X
CADIZ	MANUEL DERIO Y DELGADO		X
CADIZ	E. MORESCO		X
SEVILLA	DOMINGO FERRERA DOMINGUEZ		X
SEVILLA	JUAN PODERON		X
SEVILLA	NARCISO VAZQUEZ GARCIA		X
SEVILLA	MANUEL OLIVER RODRIGUEZ		X
SEVILLA	PEDRO MARTINEZ	X	X
JEREZ	EDUARDO GUZMAN		X
JEREZ	MANUEL ROMAN		X
JEREZ	ANTONIO JUILLE OLIVA		X
GUADALAJARA	MANUEL GONZALEZ		X

5.-Zarza-Costas

Anuncio reclamo, primera página y el más corto de todos los aparecidos. Texto en una sola línea : Zarza-Costas. Gran depurativo de la sangre. Es el tercer anuncio por el número de inserciones con 78.

ZARZA-COSTAS. Gran depurativo de la sangre.

Figura 131. Primer anuncio.

Tiene una gran densidad publicitaria, ya que abarca desde el 1 abril hasta el 28 diciembre. Un recurso astuto, ya que combina un texto tan corto (muy barato) que permite muchas inserciones.

6.-Nueva Kemnisa

Este anuncio se publica en 78 días diferentes. Consta de un texto y un dibujo con el siguiente titular “Dolores de Muelas”, debajo pone Nueva Kemnisa Domenech / Tópico-Dentario-Infalible. Marca depositada y encima aparece como un logotipo en disposición triangular. El texto tiene los ingredientes para ser un remedio milagroso por que sirve para múltiples indicaciones. Veamos su discurso publicitario: “ calma en el acto el dolor por fuerte que sea; evita la caries, el escorbuto, los sarros y mal gusto de boca; da consistencia y flexibilidad a las encías, asegurando los dientes en sus albeolos; deja fresca la boca, comunicando grato olor al aire espirado y es completamente inofensivo su uso, pues no quema ni obstruye el esmalte dentario”. Emplea términos como “flemonos dolorosos” y “albeolos” (sic)

De venta en todas las boticas y luego indica una serie de Depósitos, que suponemos se trata de distribuidores locales.

-Madrid: M. García, Tetuan, 15

-Barcelona: Hijos de Vidal y Rivas(Ribas) y Sociedad Farmacéutica Española.

-Valladolid: Domenech.

-Valencia: Viuda de Rives, Mercado, 40 y Andrés Fabiá, SanVicente,22.

Suponemos que la farmacia Domenech de Valladolid es el fabricante del producto. En (Bailly-Bailliere,1886,1823) aparece una farmacia de Florencio Domenech en la calle Santiago 20 de la citada ciudad.

7.-Pocion Bru

Este anuncio aparece 74 días, y cubre casi todo el calendario, desde el 15 enero hasta el 21 de diciembre. Se trata de un Anuncio Noticia con un titular “CURACION DEL GARROTILLO (**CROUP**) y cuatro líneas de texto. POCION BRU: especifico de seguros resultados comprobados en multitud de casos en la última *epidemia diftérica*, como asimismo para evitar la enfermedad. Farmacia Dr. Quesada, plaza de la Merced, 7 (junto al Mercado)” . Del texto se deduce que es un “específico” que cura y previene, aparece el nombre de BRU, que debe ser su descubridor y por tanto Dr. Quesada es el distribuidor. Como anuncio noticia tiene un tamaño de una columna, y aparece en la página tres del periódico entre otras noticias.

8.- Emulsión Angulo

Este anuncio tiene 74 inserciones, abarcando la segunda mitad del año. Desde el 3 julio hasta el 29 diciembre. El primer anuncio de Aceite de Bacalao por reiteración. En el texto predomina el titular en letras mayúsculas de EMULSION ANGULO, después pone **aceite puro de hígado bacalao con hipofosfitos** con tipografía en negritas, que también utiliza para resaltar indicaciones **tisis, escrófulas, raquitismo, catarros crónicos y debilidad general** y depositario para la venta al por mayor, **Sres. Blas Cuesta e Hijos, almacén-droguería de San Antonio**. Se reproducen las negritas conforme aparecen en el discurso publicitario.

Aparece el conflicto entre farmacéuticos y drogueros. Así en el anuncio dice “un farmacéutico español garantiza esta preparación, revelando al público ser tributario al charlatanismo extranjero”. Se vende a 10 rs el frasco en la farmacia de D. José Andrés Fabiá. ¿Era este el farmacéutico garante?, además su nombre aparece con tipografía normal. También el nombre de Angulo obedecer a un boticario. ¿Cuál era el producto extranjero?, casi con toda seguridad nos atrevemos a decir, que el aceite de hígado de bacalao paradigmático era la “Emulsión de Scott”.

9.- Elixir Español

Este anuncio aparece 73 veces cubriendo el calendario desde el 25 de abril hasta el 30 diciembre. Tiene como titular en letras mayúsculas GRAN REMEDIO PARA LA BOCA y recortado con un filete negro. Luego sigue el nombre del producto “Elixir Español” y Aprobado por la Academia Médico-

Farmacéutica de Barcelona. Para rematar el asunto turbio indica que se vende en las principales farmacias y perfumerías, sin indicar ninguna.

10.-Callicida Escrivá

Aparece como una entradilla en la primera página y primera columna y muy característico por su dedo índice señalando. Al ser entradilla el texto es corto, con cuatro líneas. CURA LOS CALLOS como titular, indica el precio, se vende principales farmacias y al por mayor en Sociedad Farmacéutica Española de Barcelona. Su permanencia es todo el año, desde el 24 enero hasta el 26 diciembre, un total de 70 inserciones.



Figura 132. Primer anuncio.

11.- Jarabe Laroze

Primer anuncio en la modalidad de anuncio doble al anunciar dos productos del mismo fabricante: J.P. Laroze &Cía. rue des Lions-St. Paul, Paris. El **Jarabe Laroze** de cortezas de naranjas amargas y el **Jarabe al Bromuro de Potasio** de cortezas de naranjas amargas. Y en la parte baja del anuncio en un alarde de aprovechar el espacio añade otros productos: El Jarabe de corteza de naranja amarga al ioduro de potasio, el Jarabe ferruginoso de corteza de naranja y cuasi amara al Proto-ioduro de hierro, los Dentífricos Laroze de quina pelitre y guayaco, Elixir, Polvos et Opiata. Se publicita 69 días, desde el 15 enero al 21 diciembre

Jarabe Laroze

DE CORTEZAS DE NARANJAS AMARGAS

Desde hace mas de 40 años, el **Jarabe Laroze** se prescribe con éxito por todos los médicos para la curacion de las **gastritis, gastralgias, dolores y retortijones de estómago, estreñimientos rebeldes**, para facilitar la **digestion** y para regularizar todas las funciones del estómago y de los intestinos.

JARABE

al Bromuro de Potasio

DE CORTEZAS DE NARANJAS AMARGAS

Es el remedio mas eficaz para combatir las enfermedades del **corazon, la epilepsia, histeria, migraña, baile de S^m-Vito, insomnios, convulsiones** y tos de los niños durante la dentición; en una palabra, **todas las afecciones nerviosas.**

Fábrica, Espediciones : **J.-P. LAROZE & C^o**, 2, rue des Lions-St-Paul, à Paris.

DEPÓSITOS : **Valencia** : Ramon Rives, Esplugues heros, Capafons, Andrés y Fabia

EN LAS MISMAS FARMACIAS SE ENCONTRAN :

El Jarabe de corteza de naranja amarga al Ioduro de potasio.
El Jarabe ferruginoso de corteza de naranja y cuasi amara al Proto-Ioduro de hierro.
Los Dentíficos Laroze de quina, pelitue y guayaco, Elixir, Polvos et Opia.

En Valencia D. Miguel Domingo Roncal y D. J. Andrés y Fabiá, farmacéutico

Figura 133. Primer anuncio.

Depósitos en Valencia: Ramón Rives, Esplugues heros, Capafons, Andrés Fabiá. Fuera del filete negro aparece: En Valencia D. Miguel Domingo Roncal y D.J. Andrés y Fabiá, farmacéutico. Estos nombres parecen añadidos posteriormente.

12.- Grageas Sáez (AC)

Un medicamento cuyo anuncio aparece al principio, en la primera página (las cuatro primeras inserciones) luego continúa con cierta irregularidad. Se anuncia durante 47 días desde 15 enero al 11 noviembre. Aparece otro anuncio de continuidad, sobre el mismo producto con 16 inserciones desde el 15 noviembre hasta el 28 diciembre, de menor tamaño, con un total de 63 días. La campaña publicitaria con estos dos módulos publicitarios cubre todo el año y por tanto lo que varía es el tamaño, contenido y el precio.

El primera anuncio con mayúsculas anuncia “GRAGEAS SAEZ, único remedio recomendado por los especialistas y usado en los hospitales contra toda clase de Flujos de la uretra y la matriz...Luego dice cura radicalmente: Irritaciones, Blenorragia, Gonorrea, Leucorrea, Estrecheces, Ulceras, Incontinencia.

De venta en las principales farmacias de España. En Valencia, Farmacias:

- Dr. Andrés y Fabiá, San Vicente, 22
- Dr. Greus, Plaza Santa Catalina,4.
- Dr. Aliño, plaza Cajeros, 6
- Dr. García, plaza de la congregación, 72
- Dr. Rives, Mercado ,40
- Dr. Valiente, Mayor,82 (GRAO)

Depósito general para toda España, Dr. Sáez Rambla de Canaletas, 5-1º Barcelona.

El anuncio de continuación resalta en mayúsculas la indicación FLUJOS luego remite al producto (la marca) a las acreditadas Grageas Sáez. Y continua poniendo lo que cura: irritaciones, purgaciones, gota militar, flujo blanco, estrecheces de la uretra, derrames seminales, incontinencia de la orina y todos los flujos de las vías urinarias. Luego anuncia las farmacia vendedoras de Valencia, donde repiten todas menos Dr. Rives y la del Grao y en al por Mayor, Dr. Sáez y Sres. Vicente Ferrer y Compañía, que debe ser un distribuidor.

13.-Pastillas Nielk

Este anuncio tiene 63 apariciones y cubre desde 13 enero al 22 diciembre. En (Ruiz Jimenez,1990, 138) aparece su inventor el medico barcelonés Rosendo Klein y su composición es clorato de potasa. El nombre se origina por la inversión del apellido de su inventor. La indicación es global, ya que sirve para Anginas, Crup, Ronquera, Fetidez del aliento e inflamación de la garganta. Como recomendación publicitaria dice recomendada para oradores y cantantes. Se vende en todas las farmacias, para evitar falsificaciones exíjase el sello de la Sociedad Farmacéutica Española. Cuando aparece esta indicación en la publicidad nos solemos encontrar con un producto de éxito. A su vez, el fabricante podría ser esta sociedad que era un depósito-distribuidor de Barcelona.

14.-Salva Niños de Torrero (AC)

Anuncio con dos tipos el primero en el tiempo se publica durante 15 días, desde el 10 mayo al 12 junio.



Figura 134. Primer anuncio.

El siguiente anuncio se publica durante 47 días desde 22 junio hasta 16 octubre, con un total 62 reclamos publicitarios. Son anuncios de pequeños tamaño, unas tres líneas cuyo mensaje es “Salva-Niños de Torrero, contra las diarreas de la infancia”. El Depósito en Valencia es I.Costas, en otro anuncio pone Ignacio Costas.



Figura 135. Segundo anuncio.

15.- Grageas del Dr. Bouchut

Anuncio enmarcado por un filete fino negro, como titular medicamentoso “LAS ENFERMEDADES SECRETAS”. Luego en negritas produce su relato: **Blenorragias, Gonorreas, Flujos blancos, Irritaciones y catarros de las vías urinarias, Ulceras de Matriz, Estrecheces, Derrames recientes y antiguos, son curados en algunos días, en secreto (el subrayado es nuestro) sin régimen, sin tisanas, sin cansar ni molestar los órganos digestivos por las Grageas del Dr. Bouchut.**

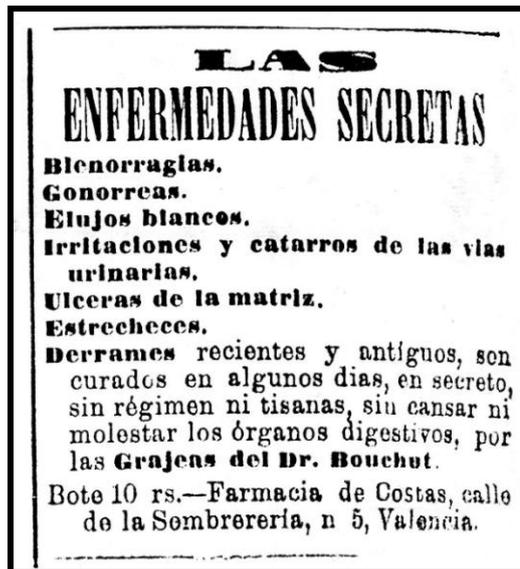


Figura 136. Primer anuncio.

La Farmacia de Costas debía actuar como distribuidor. Resaltamos lo de secreto, pues pensamos que es un remedio secreto. También señalar su frecuencia con 62 días desde el 5 junio al 29 diciembre.

16.- Agua Azahar, Triple, garantizada

Anuncio de seis líneas con entradilla de precio a 2 y 3 rs. Botella, lo cual indica que era lo que más se quería resaltar. Las propiedades de facilita digestión, es anti-estérica y anti-nerviosa. En Farmacia Costas, Sombrerería, 5 frente al Campanario de Santa Catalina. Aparece 57 veces, desde 14 enero al 27 diciembre. Como curiosidad, captamos 3 publicidades con el siguiente titular “FLOR DE NARANJO, Se compra agria o dulce en la farmacia de Costas...” Se inserta tres días seguidos, 1,2 y 3 mayo, época de floración del naranjo.

17.-Cigarrillos Espic

Anuncio extranjero con cierta composición publicitaria. Un sello con una leyenda en francés “Fumigateur Pectoral-Cigarettes Espic” al otro extremo la firma del autor. En medio titulares como Opresiones-Asma, Neuralgias y más abajo dice que son curados con los cigarrillos Espic. Exigir la firma, venta al mayor en J.Espic, 20 rue St. Lazare, Paris. En las principales farmacias. Como añadido fuera de la composición, Valencia: Andrés y Fabiá,

esto nos hace sospechar que el anuncio venia confeccionado desde fuera. Apareció con 57 inserciones desde el 15 enero al 26 diciembre.

18.- Licor del Polo Orive (AC)

Esta publicidad tiene unas características originales. Se publican dos formatos de anuncio, por una lado un Anuncio Gráfico, con diversos modelos, de los cuales se realizan 32 inserciones, y Anuncios Noticia de los cuales se publican 24 inserciones. Hacen un total de 56 días.

El periodo de publicación de anuncios abarca de Enero hasta Mayo inclusive. Hemos elaborado una tabla donde se observa que con diferentes mensajes y tipos de anuncios abarca la totalidad de los cinco meses de la campaña publicitaria. Observar que no se extiende más allá del día 27 de cada mes. Todo ello nos indica que estamos ante una forma de insertar los anuncios organizada y premeditada.

Tabla 8. Calendario Anuncios Noticia y Gráficos.

D I A	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
1		P2	P2	P4	P4
2			P2	P3	P3
3					
4		P4	P4	P2- P3	
5					P2
6		P4	P4	P4	P4
7		P3	P2		P2
8		P1		P2	
9				P2	
10					
11					
12			P3		

13					P3
14					
15					
16	<i>P4</i>	<i>P3</i>	<i>P4</i>	<i>P4</i>	<i>P4</i>
17	P3	P3	P2		P3
18					
19					
20		<i>P4</i>	<i>P4</i>	<i>P4</i>	<i>P4</i>
21	<i>P4</i>	<i>P4</i>	<i>P4</i>	<i>P4</i>	
22	P2		P1		<i>P4</i> = P2
23					
24			P2		
25					
26	<u><i>P4</i></u>	<u><i>P4</i></u>	<u><i>P4</i></u>	<u><i>P4</i></u>	<u><i>P4</i></u>
27	P2	P2	P3	P3	P3
A.G.	3	7	7	8	7
A.N.	3	4	7	4	6
Total	6	11	14	12	13

A.G. = Anuncio Gráfico (Rojo-Relieve)

A. N.= Anuncio Noticia (Negro)

En cuanto a la “creatividad” estamos hablando de un total de 19 modelos de anuncios diferentes, de ellos 6 corresponden al tipo de Anuncio Gráfico y 13 al tipo de Anuncio Noticia.

Primer anuncio gráfico (5 días), 16-1,16-2,16-3,16-4 y 16-5.

LICOR DEL POLO DE ORIVE

Dentifrico que lo mismo con el proteccionismo que con el libre cambio, desafia en buena lid sin temor á la competencia, á todos los dentifricos extranjeros. De venta, á 6 rs. frasco en todas las farmacias y perfumerias bien surtidas.— Exijase el rótulo de *Licor del Polo de Orive Arca, 7, Bilbao*, de relieve en el vidrio, y el de *Farmacia de Orive Bilbao*, en la cápsula; la firma *S. de Orive* en blanco sobre verde y oro en la gargantilla del cuello, y la marca de fábrica para evitar la falsificación. Rechácese por falsificado el que carezca de estos requisitos. Unico depósito en Valencia, farmacia de Besalduch.

Figura 137. Primer anuncio gráfico.

Segundo anuncio gráfico (3 días), 21-1,21-3 y 22-5.

PADECIMIENTOS DE LA BOCA.

Desaparecen todos ellos, y no se conoce ningun sufrimiento en la dentadura, si se usa diariamente en enjuagatorios el acreditado *Licor del Polo de Orive*, cuya historia como preservador infalible de toda clase de dolencias dentarias se halla bien justificada por una série de honrosos sucesos de 14 años. Un frasco dura dos meses. De venta á 6 rs. frasco, en todas las farmacias y perfumerias bien surtidas. Sin el rótulo de *Licor del Polo de Orive, Arca, 7, Bilbao*, de relieve en el vidrio, el de *Farmacia de Orive, Bilbao*, en la cápsula, la firma *S. de Orive* en blanco sobre verde y oro en la gargantilla del cuello y la marca de fábrica, ningun frasco es legitimo. Unico depósito en Valencia, farmacia de Besalduch.

Figura 138. Segundo anuncio gráfico.

Tercer anuncio gráfico . (5 días) 26-1,26-2,26-3,26-4 y 26-5 .

LICOR DEL POLO DE ORIVE.

El mas agradable y el mas barato de todos los dentifricos. El único que, en tantos años de existencia, ni un solo caso ha desmentido sus infalibles efectos de evitar con su uso diario en enjuagatorios todos los padecimientos de la dentadura. El es el único dentifrico higiénico que tiene justificado con una brillante historia de 15 años su acción refrescante, aromática y bienhechora, y él es, por último, el que conserva la boca en estado de salud perfecta, librándola de toda clase de enfermedades. De venta, á 6 rs. frasco, en todas las farmacias y perfumerias bien surtidas. Sin el rótulo de *Licor del Polo de Orive, Arca, 7, Bilbao*, de relieve en el vidrio, el de *Farmacia de Orive, Bilbao*, en la cápsula, la firma *S. de Orive* en blanco sobre verde y oro en la gargantilla del cuello y la marca de fábrica, ningun frasco es legitimo.—Unico depósito en Valencia, Farmacia de Besalduch.

Figura 139. Tercer anuncio gráfico.

Cuarto anuncio gráfico . (4 días) 1-2,1-3,1-4 y 1-5.

LICOR DEL POLO DE ORIVE

Popular dentífrico nacional que por su gran baratura y altas virtudes es preferido desde hace quince años á todos los dentífricos conocidos. Su composición es exclusivamente vegetal. Carece de ácidos y de sustancias minerales y cáusticas que tienen otros dentífricos curas y que son tan perjudiciales al esmalte dentario. Un frasco dura dos meses. De venta, á 6 rs. frasco, en todas las farmacias y perfumerías bien surtidas. Sin el rótulo de *Licor del Polo de Orive, Ascao, 7, Bilbao*, de relieve en el vidrio el de *Farmacia de Orive, Bilbao* en la cápsula, la firma *S. de Orive* en blanco sobre verde y oro en la gargantilla del cuello y la marca de fábrica, ningún frasco es legítimo.—Unico depósito en Valencia: farmacia de Besalduch.

Figura 140. Cuarto anuncio gráfico.

Quinto anuncio gráfico . (8 días) 4-2, 4-3(p2), 4-3(p3), 4-4, 20-2, 20-3, 20-4 y 20-5.

LICOR DEL POLO DE ORIVE



El honroso crédito y la universal aceptación de este popularizado dentífrico español buscado y preferido á todos los dentífricos por todas las clases sociales ha despertado entre los falsificadores una reprobable codicia. El *Licor del Polo de Orive* está siendo objeto de imitaciones, plagios y criminales falsificaciones. Todo frasco de *Licor del Polo de Orive* que no lleve en la etiqueta que está sobre la envoltura, y en la gargantilla que rodea al cuello la marca de fábrica semejante á la que se halla en este anuncio, es falsificado.

De venta en Valencia, farmacia de Simón Besalduch

Figura 141. Quinto anuncio gráfico.

Sexto anuncio gráfico . (4 días) 6-2, 6-3, 6-4 y 6-5.

DOLORES DE MUELAS.

Se libra de ellos infaliblemente el que uso con constancia el **LICOR DEL POLO DE ORIVE**, unico dentífrico acreditado en la higiene dentaria, que tiene probado, con una brillante historia de 14 años consecutivos ser el mejor de todos los conocidos. Unico que calma los **DOLORES DE MUELAS** y que evita infaliblemente todas las dolencias de la dentadura. Un frasco dura 2, 4 ó 6 meses según uso. De venta, á 6 rs. frasco, en todas las farmacias y perfumerías bien surtidas. Sin el rótulo de *Licor del Polo de Orive, Ascao, 7, Bilbao*, de relieve en el vidrio, el de *Farmacia de Orive, Bilbao*, en la cápsula, la firma *S. de Orive* en blanco sobre verde y oro en la gargantilla del cuello y la marca de fábrica, ningún frasco es legítimo.—Unico depósito en Valencia: farmacia de Besalduch.

Figura 142. Sexto anuncio gráfico.

Primer anuncio noticia . (3 días) 17-1, 17-3 y 17-5.

LICOR DEL POLO DE ORIVE.—Laureado con las mas altas distinciones y recomendado como el mejor de los dentífricos por millones de clientes y sabios médicos que lo prefieren á todos los usados. Quince años de brillantes sucesos en todo el mundo. No hay otro que lo iguale en perfume, eficacia y economía. Exíjase la marca de fábrica. De venta en todas las farmacias y perfumerías.

De venta en Valencia, farmacia de Simón Besalduch.

Figura 143. Primer anuncio noticia.

Segundo anuncio noticia . (3 días) 22-1,22-3 y 22-5.

El mejor, mas higiénico y mas barato de los dentífricos, es el LICOR DEL POLO DE ORIVE, que se vende en todas las farmacias y perfumerías. Exíjase la marca de fábrica.

De venta en Valencia, farmacia de Simón Besalduch.

Figura 144. Segundo anuncio noticia.

Tercer anuncio noticia. (3 días) 27-1,27-3 y 27-4.

¿Qué es licor del Polo de Orive?—Pregunta es esta que puede ser contestada satisfactoriamente por millones de personas. Diez y seis años consecutivos de éxito asombroso como remedio eficazísimo para calmar en el acto los mas furiosos dolores de muelas y como infalible preservador de todos los padecimientos de la dentadura, han sentado un hecho indiscutible, cual es el de la proclamación universal del *Licor del Polo*, como único dentífrico inimitable que ha resuelto brillantemente el difícilísimo problema de la odontalgia. La higiene de la boca, tan desconocida en España hasta poco há y tan indispensable á la salud y á la tranquilidad del individuo, es hoy practicada escrupulosamente hasta por las mas modestas clases sociales; suceso honroso de que puede vanagloriarse el autor del *Licor del Polo*. La compensación de un producto con tales garantías y diplomas de tan alta consideración es de escaso interés á la sociedad; no obstante, el curioso puede saber que el salitre africano, la badiana del Japon, la coquearia andaluza, el batán americano y otra multitud de vegetales de distintos puntos del globo, mandados recolectar expresos para el *Licor del Polo*, de virtudes dentífricas, desconocidas aún por la generalidad, hábilmente extraídas sus principios activos de conformidad á los últimos adelantos de la ciencia moderna, forman la base esencial del *Licor del Polo*, hallándose absolutamente exento de todo ácido y de toda sustancia cáustica, tóxica y narcótica. Sobre su enérgica y superior eficacia jamás desmentida, reúne inapreciables virtudes como tónico de primer orden y estimulante de gran mérito tomándolo al interior según prescribe el prospecto. Exíjase la marca de fábrica para evitar las falsificaciones.

De venta en Valencia, farmacia de Simón Besalduch.

Figura 145. Tercer anuncio noticia.

Cuarto anuncio noticia . (1 día) 7-2.

Licor del Polo de Orive —El dentífrico de la higiene dentaria, flor y nata de los elixiros para la boca. El mas económico y el mas eficaz de cuantos se conocen. El calmante por excelencia de los dolores de muelas. El preservador infalible de los males dentarios. El sin rival dentífrico que por sus heroicas virtudes y univرسال a reptación ha provocado entre sus ámulos milés de competencias para realizar aun mas su mérito, llevándose la palma entre sus compyadores, siendo el preferido del pueblo y de la aristocracia. El que en 16 años de brillante historia por todo el mundo y con una clientela de millones de consumidores, no desmintió una vez siquiera sus imponderables virtudes. Quien acuda á él con dolores de muelas, encuentra su curación, y quien lo use como preservador no sufre jamás de la dentadura. Exigir la marca de fábrica para evitar falsificaciones. De venta en todas las farmacias y perfumerías.
De venta en Valencia, farmacia de Simón Besalduch

Figura 146. Cuarto anuncio noticia.

Quinto anuncio noticia . (2 días) 8-2 y 8-4.

¿Por qué es el *Licor del Polo de Orive* el dentífrico preferido por todas las clases sociales á todos cuantos dentífricos se conocen? Porque es el mas agradable y mas barato de cuantos se usan; porque es el unico dentífrico higiénico que ni en un solo caso ha desmentido sus infalibles efectos de evitar con su uso diario en enjuagatorios todos los padecimientos de la dentadura, y que en sus 16 años de brillante historia tiene justificada su acción antiescorbútica, sus efectos calmantes en los dolores de muelas y sus virtudes refrescantes, aromáticas y bienhechoras, y finalmente, porque es el único que conserva la boca en estado de salud perfecta, librándola de toda clase de enfermedades.

Figura 147. Quinto anuncio noticia.

Sexto anuncio noticia .(1 día) 17-2.

Nadie sufre de dolores de muelas, ni de ningún mal en la dentadura, si usa diariamente el acreditadísimo LICOR DEL POLO DE ORIVE, el cual refresca y perfuma la boca de un modo agradabilísimo. Rechazad todo otro dentífrico que se os ofrezca, diciendo que lo extranjero supera á lo de España, y que es igual ó mejor que el LICOR DEL POLO, porque sereis engañados. Los mercaderes imitadores ó plagiarios no se muerden la lengua. Este célebre dentífrico tiene la gran sanción práctica de sus trece años de historia, durante la cual no ha desmentido una vez siquiera sus inmejorables virtudes. Es además el mas barato de cuantos se conocen y el que conserva la boca en estado de salud perfecta, entonando las encías y fortificando el marfil dentario. Exigir la marca de fábrica para evitar las falsificaciones.

Figura 148. Sexto anuncio noticia.

Séptimo anuncio noticia . (2 días) 27-2 y 27-4.

LICOR DEL POLO DE ORIVE.—Constituyen el mejor elogio y la mas persuasiva recomendación de este inimitable dentífrico, una constante clientela de millares de consumidores y una gloriosa historia de quince años, durante la cual jamás desmintió sus virtudes curativas y preservadoras.
Es el elixir para la boca que, por su aroma y eficacia, no tiene precio. Es, no obstante, el mas económico. Exíjase la marca de fábrica.
De venta en Valencia, farmacia de Simón Besalduch.

Figura 149. Séptimo anuncio noticia.

Octavo anuncio noticia . (2 días) 2-3 y 2-5.

El mejor calmante de los dolores de muelas es el *Licor del Polo de Orive*. No acudir á otra cosa cuando queráis veros libres inmediatamente de tan crueles padecimientos. Se venden en todas las farmacias y perfumerías de España á 6 rs. frasco. Exigir la marca de fábrica para evitar las falsificaciones.
De venta en Valencia, farmacia de Simón Besalduch.

Figura 150. Octavo anuncio noticia.

Noveno anuncio noticia . (2 días) 7-3 y 7-5.

El preservativo verdaderamente eficaz, infalible de todos los males dentarios es el Licor del Polo de Orive. Este popular dentífrico nacional calma en el acto todos los dolores de muelas y cura con seguridad todas las enfermedades de la boca; pero mejor es preservar que tener que curar. Es preferible en este caso, y alguna vez lo habia de ser, el sistema preservativo; pero es porque el Licor del Polo de Orive infaliblemente produce sus resultados, sin perjuicio de tercero. De venta en todas las farmacias y perfumerías. Exíjase la marca de fábrica.
De venta en Valencia, farmacia de Simón Besalduch.

Figura 151. Noveno anuncio noticia.

Décimo anuncio noticia . (2 días) 12-3 y 13-5 .

PADECIMIENTOS DE LA BOCA. Se evitan infaliblemente con el uso diario del *Licor del Polo de Orive*, que se vende en todas las farmacias y perfumerías. Exíjase la marca de fábrica.
De venta en Valencia, farmacia de Simón Besalduch.

Figura 152. Décimo anuncio noticia.

Undécimo anuncio noticia . (1 día) 24-3.

MERECIDO ELOGIO.—En *El Noticiero* de Bilbao hemos leído lo siguiente:
 “Uno de los mas justos elogios, de los muchos que pueden hacerse, del renombrado *Licor del Polo de Orive* es el siguiente. La acreditada dentista de Madrid, “Madame Antoine et fils, después de haber practicado en su gabinete de consultas diversas comparaciones de los distintos dentíficos conocidos, sin exceptuar los extranjeros, se ha decidido por el *Licor del Polo* de nuestro convecino Sr. Orive, para aplicarlo en sus operaciones á la numerosa clientela que favorece su estudio. Es una distinción que honra como se merece al popular autor del inimitable dentífico *Licor del Polo*.”

Figura 153. Undécimo anuncio noticia.

Duodécimo anuncio noticia . ((1 día) 2-4.

LICOR DEL POLO DE ORIVE—La flor y nata de los elixires para la boca. Quien acude á él con dolores de muelas, con seguridad encuentra su curación, y quien lo usa á diario en su *toilette*, infaliblemente se libra de sufrir de la dentadura. Exijase la marca de fábrica,
 De venta en Valencia, farmacia de Simón Besalduch.

Figura 154. Duodécimo anuncio noticia.

Décimotercer anuncio noticia . (1 días) 9-4 .

Vender es. Del *Noticiero* de Bilbao copiamos lo que sigue:
 “Parecen fabulosas é increíbles las ventas que nuestro estimado convecino Sr. Orive realiza de sus justamente popularizados *Licor del Polo* y *Agua de Colonia*. Nos consta que una respetable casa de Madrid, la de D. Melchor García, que se dedica á la venta de especialidades farmacéuticas, compró la semana pasada en un solo pedido la enorme cantidad de 20,000 frascos de ambos productos. Y la mejor garantía del negocio para el Sr. Orive es que los ha cobrado al contado en letras á la vista sobre importantes casas de nuestra plaza. Es la mejor recomendación que puede hacerse de la eficacia y mérito del *Licor del Polo* y *Agua de Colonia* del renombrado farmacéutico.”

Figura 155. Décimotercer anuncio noticia.

Vamos a proceder a un análisis de los textos. En todos los anuncios se insiste en la falsificación del producto e indica elementos que caracterizan al verdadero Licor del Polo. Para proceder a ello, empezamos con los Anuncios Gráficos y hemos establecido una serie de epígrafes que se repiten en la redacción de estos anuncios.

- El precio del producto: 6 reales .
- El lugar de venta: Perfumerías y Farmacias.

- El rótulo del producto: Licor del Polo, Ascao,7,Bilbao.
- La firma : S. Orive.
- Para evitar falsificaciones: la marca de fábrica.
- Unico depósito en Valencia:farmacia Simón Besalduch.
- Antigüedad del producto: 14 años.
- Duración del producto: 2 meses.

Dada la gran variabilidad textual que se produce en estos reclamos publicitarios elaboramos una tabla para su observación.

Tabla 9. Anuncios Gráficos Licor del Polo

	6 reales	Perfumerías	Licor Polo	Firma	Marca	Farmacia	14	Dura 2
F E C H A	frasco	Farmacias	Ascao,7	S. Orive	Fabrica	Besalduch	años	meses
16-1	X	X	X	X	X	X		
21-1	X	X	X	X	X	X	X	X
26-1	X	X	X	X	X	X	15	
1-2	X	X	X	X	X	X	15	X #
4-2					X	X		
6-2	X	X	X	X	X	X	X	2-4-6 m

Indica la composición vegetal, carece de ácidos y sustancias minerales y cáusticas.

Llama la atención pese a ser Salustiano Orive farmacéutico que la comercialización se realice en Perfumerías y Farmacias. Todas las precauciones para evitar falsificaciones, era un producto de éxito cuya existencia llega a nuestros días. Indica como “único depósito” o de venta en farmacia de Simón Besalduch, debería ser famosa para los lectores, dado que no indica dirección. Hemos encontrado en (Bailly-Baillièrè,1886,1773) la existencia de esta farmacia situada en Bajada de San Francisco,32. Sin embargo, no podemos determinar si era un lugar exclusivo de venta, o actuaba como almacén distribuidor para otros vendedores, ya sea farmacias o perfumerías.

En los Anuncios Noticia, la narración se basa en parecidos epígrafes, como: Perfumerías-Farmacias, Marca de Fábrica, Farmacia Besalduch y 15

años. Estas coincidencias son debidas a que estos reclamos publicitarios se van distribuyendo entre los Anuncios Gráficos . Como novedad aparece el epígrafe indicativo de “Dolor de Muelas”. En la tabla elaborada, se introduce el epígrafe “Otros” para incluir algunas nuevas variantes.

Tabla 10. Anuncios Noticia de Licor del Polo.

	Perfumerias Farmacias	Marca Fabrica	Farmacia Besalduch	15 años	Dolor Muelas	OTROS
FECHA	X	X	X	X		Laureado
17-1	X	X	X	X		
22-1		X	X	16	X	Composición
27-1	X	X	X	16	X	
7-2				16	X	Antiescorbuto
8-2		X		13	X	Fortalece marfil
17-2		X	X	X		
27-2/27-4	X	X	X		X	
2-3/2-5	X	X	X		X	6rs. frasco
7-3/7-5	X	X	X			Padecimientos boca
12-2/13-5						El Noticiero
24-3		X	X		X	
2-4						El Noticiero
9-4						

Resaltamos la utilización de la prensa por duplicado, al reproducir en un Anuncio Noticia una noticia publicada en otro periódico, como es “El Noticiero” de Bilbao. En el caso del Anuncio Noticia undécimo, cita a un prestigiosa dentista de Madrid “Madame Antoine et fils”, cuyo anuncio aparece en este trabajo (número inventario 21 Profesionales y Ocupaciones en *Las Provincias*), para apoyar el prestigio de su producto. En el caso del Anuncio Noticia décimotercero, cita a “Melchor Garcia” un distribuidor de “especialidades farmacéuticas” de Madrid. Además indica que ha comprado en un solo pedido 20.000 frascos de Licor del Polo y Agua de Colonia.

Sobre este personaje D. Salustiano Orive Oteo (1841-1913) decir que nació el 8 de julio de 1842 ,según otros (Roldan, 1975, 3, 593) el 8 de junio de 1841, en la población de Briones que pertenece a la Rioja. Sus padres eran labradores y lo envían a estudiar al Seminario, insatisfecho se escapa a Madrid .Empieza a vender periódicos y después trabaja de practicante en Farmacia mientras estudia los estudios de Farmacia que finaliza en el 28 de junio 1870, ese mismo año se establece en Bilbao en la calle Ascao, ejerciendo hasta 1905 . En un artículo que se publica en *ABC* del 25 de agosto de 1907 aparecen datos biográficos interesantes. En Madrid trabaja como practicante en la droguería y farmacia de Ulzurrun, uno de los mayoristas más importantes.



Figura 156. Anuncio en el Diccionario Biográfico de Comerciantes, Industriales y Agricultores de Madrid. (1891).

También en ese artículo explica el origen del nombre,” yo tenía un compañero de carrera D. Apolinar Espinosa a quien familiarmente le llamábamos Apolo y Polo. Habíale prometido dedicarle el primer producto que inventará como farmacéutico. Y dio la feliz coincidencia de que mi dentrífico formado por muchas sustancias que en el Polo Norte se emplean para combatir el escorbuto, podía por lo tanto, llamarse muy fundadamente como llamábamos a Polo, *Licor del Polo* “.

En la Tesis sobre la “Exposición Farmacéutica Nacional de 1882, organizada por el Colegio de Farmacéuticos de Madrid y la fabricación industrial del medicamento” (Madrid, 1990) de Maria Teresa Ruiz Jimenez aparece varias veces citado Orive. Su denominación es ”Orive Oteo, Salustiano, propietario de farmacia y laboratorio químico, de fábrica y almacenes en Deusto, del Licor del Polo, del Agua de colonia y del Balneario permanente sito a la izquierda del laboratorio químico y de la droguería medicinal. Presenta dieciocho especialidades farmacéuticas, elixires, polvos dentíficos, agua de colonia y dos jarrones. En la Exposición farmacéutica

Nacional de 1882, celebrada en Madrid, se recogen la aparición de noticias en diversos medios. Orive tiene un protagonismo relevante y aparece citado en : *El Norte de Bilbao*, diario democrático monárquico, *El Popular*, diario independiente republicano, *La Vanguardia* diario federal de tendencia republicana y *La Integridad de la Patria*, diario liberal conservador. Toda la labor publicitaria buscaba afianzar su producto frente a una competencia feroz, tanto a nivel nacional como internacional. Cualquier farmacéutico con cierto interés sanitario elaboraba un producto contra el “Dolor de Muelas”, desde el elixir dentífrico de RR. PP. Benedictinos, la Nueva Kemnisa Domenech, Agua y Polvos Dentríficos del Docteur Pierre y Elixir del Dr. Gutler, todos inventariados publicitariamente en este trabajo de investigación. Esto explicaría la cantidad de anuncios insertados y a su vez el interés por evitar falsificaciones. En el artículo de ABC citado antes habla de la intrusión “ en España la venta de un producto similar al mío, fabricado en Alemania”. Reacciona Orive con la publicidad intensiva de su Licor del Polo, y más abajo dice ”Pero el producto alemán quiso desprestigiar el mío para suplantarlo, y su atrevimiento le costó en España la vida.” Hemos podido confirmar , que ese producto era el Elixir dentrífico Odol. En un diario de gran tirada como *La Correspondencia* a seis columnas y en la segunda plana aparece enmascarado un anuncio noticia. En poco más de un mes, en el mismo rotativo y misma plana aparece un anuncio de Licor Polo y tras el otro de Odol coincidencia sospechosa. Sabemos que Orive trabajaba con Agencias de Publicidad, y es pausable que el producto alemán también utilizara ese recurso. Esa coincidencia solo era posible si utilizaban la misma Agencia de Publicidad, porque no creemos que fuera iniciativa de la redacción componer las dos notas publicitarias una tras otra. También señalar que el comentario del Odol se basa en los vendedores de perfumerías.

ja derecha cercenada.—*Noya.*

Según noticias de Alemania, Austria, Rusia, etc., se ha descubierto un medio nuevo de mantener los dientes en perfecto estado, logrando una fama y clientela extraordinarias. En aquellos países no se usan ya las aguas y pastas que tanto tiempo han estado en boga, sino un líquido antiséptico, llamado Odol; y eso porque la ciencia ha demostrado que es el único que, impidiendo la acción de los gérmenes de putrefacción, conserva la dentadura sana hasta la vejez. Parece que tiene además un aroma delicioso y refresca admirablemente la boca. El Odol cuenta con entusiastas parroquianos hasta entre las personas de la más alta categoría, y dicen que su uso va tomando un vuelo fabuloso. Se habla de muchos millones de francos.

Figura 157. *La Correspondencia* 14-2-1899, página 2.

Algunos alemanes juzgan á los españoles como mentes berberíscas, creyendo axiomática la injusta afirmación de Damas. No hay español que desconozca lo que es un antiséptico desde hace 25 años que el autor del Lícor del Polo vulgarizó la higiene dental. Es ya sea notorio que el popular dentífico nacional es para los microbios lo que el verdugo para el ajusticiado, desde que nuestro compatriota Sr. Orive inventó su celeberrimo Lícor del Polo, que es incomprendible que haya un alemán, pasando como se pasan de sabios, que ignore lo que tiene olvidado de puro sabido el último español.

No podemos menos de alegrarnos al ver cuanto terreno va ganando el convencimiento de lo necesario que es cuidar diariamente los dientes, valiéndose exclusivamente de un antiséptico energético. Según referencias de los vendedores de perfumería, es tal la demanda del nuevo producto antiséptico Odol, que las existencias de dicho artículo se agotan á menudo en los depósitos. Todos los compradores se hacen lenguas de la eficacia casi inmediata del Odol, así como de la sensación de agradable fres-

Figura 158. *La Correspondencia* 21-2-1899, página 2.

En la Oficina Española de Patentes y Marcas figura como número de marca 10635 Bis con fecha de solicitud del 25 de febrero de 1904 y con la concesión el 11 de junio de 1904. Ese Bis en el número de marca nos puede indicar que hubo una solicitud anterior. De todas maneras, reproducimos la etiqueta que aparece en esa solicitud, donde se aprecian los epígrafes publicitarios comentados anteriormente. La etiqueta tiene un bello diseño iconográfico que reviste caracteres artísticos.



Figura 159. Etiqueta en solicitud a OEPM.

19.- Hierro Bravais (AC)

Un anuncio de texto pero con tipo en “negritas”. Tiene su modernidad pues la publicidad se plantea a modo de conversación entre un médico y la madre de hija anémica. Empieza con mayúsculas diciendo **DAD HIERRO** y a mitad de la narración aparece **EL HIERRO BRAVAIS** en mayúsculas para destacar. En todas las Farmacias y Exigid la firma. Se publica durante 26 días, desde el 11 febrero hasta el 3 de agosto

DAD HIERRO a vuestra hija, deca un medico consultado por una madre acerca de su hija, que sufría de anemia y palé-deces de color. — ¿ Pero qué hierro dará a mi hija ? pregunta la madre. — EL HIERRO BRAVAIS, respondió el doctor, pues es la preparación que más se aproxima a la forma en que el Hierro está contenido en la sangre, y por consiguiente sus efectos son superiores a todos los demás preparados Ferruginosos. En todas las Farmacias. — Exigid la firma.

Figura 160. Primer anuncio.

El otro anuncio, comienza con **LAS PERSONAS DEBILITADAS** que el médico aconseja emplear **HIERRO** gotas concentradas de **HIERRO BRAVAIS**. En todas las Farmacias y Exigid la firma. Se publica durante 25 días, desde 13 febrero hasta el 6 agosto.

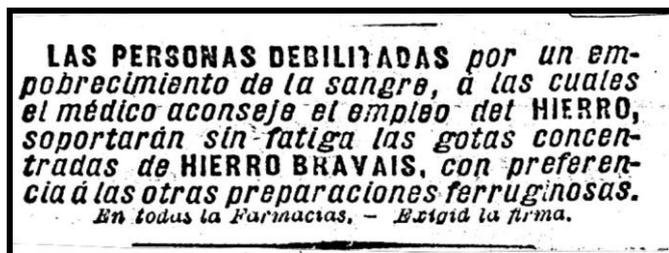


Figura 161. Segundo anuncio.

Hacia final de año aparecen dos modelos de publicidad que ocupan todo el espacio de la página. En ambos colocan los textos que se han reproducido en los anteriores publicidades. Uno de ellos se diseña insertando el nombre de “Hierro Bravais” y los textos de los anteriores anuncios, se publica tres veces los días 12, 20 y 25 de diciembre. El otro reclamo publicitario, además de cambiar el diseño, como novedad nos indica un nombre en Paris como depósito : Boutron y Cia, 40 calle Saint-Lazare. Hemos localizado un anuncio el 18 de diciembre.

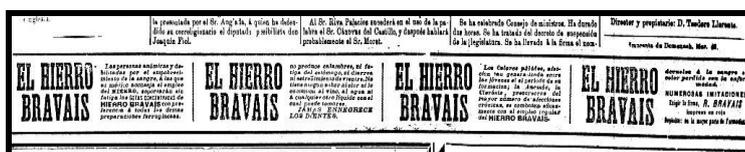


Figura 162. Tercer anuncio.



Figura 163. Cuarto anuncio.

20-. Licor Brea Costas

El titular pone en letras mayúsculas LICOR BREA COSTAS con sávia de pino marítimo y bálsamo de Tolú. El mensaje publicitario y medicamentoso es que un preparado con estas tres sustancias es más útil que un licor con brea solamente. De venta en Farmacia de Costas y principales de

España. Cuenta con 55 inserciones y abarca todo el año desde 20 enero al 28 diciembre.

21.-Agua de Cánada

Un producto para teñirse el pelo y la barba elaborado por Farmacia Costas. En Madrid se vende en Pontejos, 6, dirección donde se encontraba la Gran Farmacia General Española cuyo titular era Pablo Fernández Izquierdo (Canseco, 2011, 51). Una relación entre ambos farmacéuticos existía dado que Fernández Izquierdo distribuía los granulos dosimétricos que Ignacio Costas empezó a elaborar en 1882 (Canseco, 2011, 265). Con grandes letras dice Teñirse y se anuncia durante 55 días desde el 13 enero al 30 diciembre.

22.- Hierro Quesada

Anuncio Noticia con 10 líneas. Mensajes como: ” no produce ningún trastorno como los demás medicamentos férricos “, marcando diferencias con la competencia. Mensaje de expectativas: “Asegura una vida robusta”. Aparece en 51 días desde el 25 marzo al 17 diciembre. Indica la duración del frasco cuenta-gotas : ” hasta dos meses” y Doctor Quesada, plaza de la Merced,7.

23.-Caldo Cibils (AC)

Un caso parecido al Licor del Polo Orive, un Anuncio gráfico y luego varios Anuncios Noticia. El Anuncio gráfico reproduce una cabeza de buey y dice que el Caldo Cibils está preparado con la mejores carnes de buey del Uruguay.



Figura 164. Primer anuncio.

De venta en las principales Farmacias, Droguerías y Ultramarinos. Agentes generales: Sres. Solo, Vilarrasa y Cía, Princesa 53 Barcelona, Luego anuncia el Depositario: Sres. Vicente Ferrer y Cía, y en su droguería sucursal de Princesa 1 y 3 de Barcelona. Por fuera del filete de bolas negras que enmarca el anuncio pone: En Valencia en casa Sres. Blas Cuesta e hijos, y de Pedro Salvador y Alegre. En el anuncio (EMV nº 45) de productos aparecen estos dos nombres como titulares de las Droguería de San Antonio y de la Droguería La Lonja respectivamente. Decimos por fuera del anuncio, por que esto nos indica que ha sido añadido” a posteriori” dada la ubicación y por que cambia el tipo de letra, que no es la del anuncio. Esto lo consideramos un indicador de campaña publicitaria. Además en el anuncio aparecen en cursiva las palabras Frascos, espacio en blanco y reales, ese espacio en blanco debería haber sido rellenado con el precio por el distribuidor en España. Este anuncio se publica 25 días desde 17 enero hasta 19 diciembre, con un periodicidad de dos veces al mes (excepto agosto que son 3).

Los Anuncios Noticia son ocho con un total de 25 inserciones publicitaria, agrupados con los anteriores hacen un total de 50 inserciones. Se suelen publicar en la plana tercera y a veces en la segunda plana.

Primer anuncio noticia, se publica los días 24-1, 15-5 y 5-9. Es recomendado por las “eminencias” médicas y principales hospitales.

El **CALDO CIBELS**, tan recomendado por las eminencias médicas y usado en los principales hospitales de New-York, Paris, Londres, etc., deben usarlo las familias todos los días para la confección de toda clase de sopa. Es altamente nutritivo y sumamente agradable al paladar, y por sus cualidades organolépticas facilita la digestión aún en los estómagos mas delicados.

Figura 165. Primer anuncio noticia.

Segundo anuncio noticia se publica los días 7-2, 30-5 y 19-9.

Garantía de la bondad y cualidades alimenticias del **CALDO CIBELS**, son los premios conseguidos en todas las Exposiciones en que ha tomado parte. En la de Buenos-Aires, gran medalla de oro; en las de Blois y Amsterdam de 1883 y en la Internacional Higiénica de Londres de 1894, medallas de plata, siendo en estas la mas elevada recompensa concedida a productos de dicha clase. La instalación del **CALDO CIBELS** está llamando extraordinariamente la atención en la actual Exposición universal de Amberes.

Figura 166. Segundo anuncio noticia.

Tercer anuncio noticia se publica 21-2,13-6 y 3-10.

El **CALDO CIBELS**, analizado por los mas renombrados médicos de Europa y América, ha merecido por sus grandes cualidades alimenticias y estomacales, una aprobación tan general, que se lo usan diariamente muchas y distinguidas familias, la marina mercante y militar; las ambulancias del Estado, no solamente en Alemania, sino también en los otros países europeos. (Dr. Carlos Rüger, químico jurado y judicial y químico responsable del Club de Madres de familia de Berlín.)

Figura 167. Tercer anuncio noticia.

Cuarto anuncio noticia se publica el 7-3,27-6 y 17-10.

A las familias que hayan de viajar ó habiten en el campo, si quieren comer una buena sopa, de sabor exquisito, altamente nutritiva y que facilite la digestión, les recomendamos muy eficazmente el uso diario al renombrado **CALDO CIBILS**. Con este caldo se prepara instantáneamente una sopa de la pasta que se quiera, mejorando á esta. El consumo de este caldo es extraordinario en las Américas del Sud, Estados-Unidos, Alemania, Inglaterra, Francia, etc, etc, por sus grandes cualidades higiénicas.

Figura 168. Cuarto anuncio noticia.

Quinto anuncio noticia se publica desde 21-3,11-7 y 31-10.

Recomendamos eficazmente á los enfermos, personas delicadas y convalecientes el uso del tan renombrado **CALDO CIBILS**, porque además de ser la mejor, mas nutritiva y mas agradable de las bebidas, no necesita ningún trabajo de digestión, ninguna fatiga del estómago; sino que, muy al contrario, le prepara á recibir los alimentos sólidos que mas tarde se le deben dar.

Figura 169. Quinto anuncio noticia.

Sexto anuncio noticia se publica desde 4-4,25-7,14-11 y 26-12

El CALDO CIBILS, por su poder nutritivo como alimento plástico, puede sustituir con ventaja al caldo ordinario, por ser mas rico en principios albuminoides, representando el nítrogéno total, 0,480 por 100 de las materias extractivas del mismo. (Barcelona mayo de 1884, Dr. Francisco de P. Benesat.)

Figura 170. Sexto anuncio noticia.

Séptimo anuncio noticia se publica desde 18-4,8-8 y 28-11.

Alimentarse bien.—Este es un principio higiénico. Todas las milias deben usar el **CALDO CIBILIS**, y tendrán instantáneamente una sopa muy confortable y muy agradable al paladar. Además, es el alimento mas sano y mas barato que se conoce, como lo prueban las recomendaciones que del mismo hacen las eminencias médicas de Alemania y Estados-Unidos, ordenándolo lo tomen diariamente todas las familias, los enfermos y convalecientes

Figura 171. Séptimo anuncio noticia.

Octavo anuncio noticia se publica el 2-5, 22-8 y 12-12. Texto más actual, que alude a la epidemia de cólera padecida el año anterior.

Para las presentes circunstancias, el alimento mas sano, nutritivo y económico es el **CALDO CIBILIS**. No deberán prescindir de dicho caldo las personas que huyen de las poblaciones á causa del cólera ó habitan en el campo, que no pudiendo disponer de carnes frescas y sanas, dejan de alimentarse como conviene. Con el uso del **CALDO CIBILIS** hallaran las familias un poderoso caldo para confeccionar instantáneamente toda clase de sopa nutritiva, estomacal y sumamente agradable al paladar.

Figura 172. Octavo anuncio noticia.

Hemos elaborado una tabla con los días de publicación de cada uno de los dos tipos de anuncio.

Tabla 11. Calendario de Anuncios Gráficos y Noticias.

Día	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
1								X				
2					X							
3										X		
4				X			X					
5									X			X
6						X						
7		X	X								X	

8								X				
9					X							
10										X		
11				X			X					
12									X			X
13						X						
14		X	X								X	
15					X			X				
16												
17	X										X	
18				X			X					
19									X			X
20						X						
21		X	X								X	
22								X				
23					X							
24	X										X	
25				X			X					
26									X			X
27						X						
28		X	X								X	
29								X				
30					X							
31	X										X	
Suma	1 2	2 2	2 2	2 2	3 2	2 2	2 2	2 3	2 2	3 2	2 2	2 2
TOTAL		25		25								

Anuncio Gráfico en **Negro**.
Anuncio Noticia en **Negro**.

Como puede observarse en la tabla y con una frecuencia parecida de anuncios de cada tipo, con 25 unidades insertadas se cubre todo el año. Esto solo se puede realizar como campaña publicitaria organizada.

24.- Píldoras de Blancard

Anuncio de producto medicamentoso francés con un diseño compuesto de una orla de bolas negras, en su interior reproduce dos medallas, New-York 1853 y Paris 1855 y la firma. En el interior empieza con la denominación o marca “Píldoras Blancard” con Yoduro de Hierro inalterable. Le siguen todas las distinciones como:

- Aprobadas por la Academia de Medicina de Paris.
- Adoptadas por el Formulario oficial francés .
- Autorizadas por el Consejo medical de San Petersburgo.

Las afirmaciones sobre sus propiedades pueden configurar un “remedio secreto” como “conviene en las enfermedades tan variadas que determinan el germen escrofulosos (tumores, obstrucciones, y humores fríos, etc)...en la Clorosis (colores pálidos), Leucorrea (flores blancas), la Amenorrea (menstruación nula o difícil), la Tisis, la Sífilis constitucional, etc.” Luego observación a las falsificaciones donde comenta que “el Ioduro de hierro impuro o alterado es un medicamento infiel e irritante”. Entonces indica que debe exigirse” sello de plata reactiva, firma y sello de la Unión de Fabricantes”. Después pone Farmacéutico de Paris, calle Bonaparte,40 y desconfie de las falsificaciones. Esta insistencia en el asunto nos puede indicar que fue afecto de esa práctica. Se publica durante 49 días, desde 3 febrero hasta 24 diciembre.

25.-Licor y las Píldoras del Dr. Laville

Anuncio con orla cuyo título en mayúsculas dice: GOTA y REUMATISMOS, luego indica dos formas medicamentosas como son un licor y píldoras. El Licor durante el ataque gota, las Píldoras se toman durante el estado crónico para impedir nuevos ataques y “ curación completa”. Entre las distinciones dice que han sido “analizados y aprobados por el Dr. Ossian

Henry, jefe de manipulaciones químicas de la Academia de Medicina de Paris”

Para evitar falsificaciones exíjase “Sello del Gobierno Francés y firma” . Se reproduce la firma y bajo pone de la Facultad de Paris. La Venta por mayor en Comar Farmacéutico, 23 calle Saint Claude de Paris, es posible que el Dr. Laville sea un médico y Comar sea el farmacéutico fabricante. Depósito en todas las principales Farmacias. Las inserciones abarcan desde 4 febrero hasta el 28 diciembre con un total de 49 días.

26.- Emulsión Quesada (AC)

Anuncio con continuidad en el tiempo. Primero comienza el 13 abril hasta el 2 junio con 18 inserciones. El segundo anuncio, se publica desde el 5 junio hasta el 30 diciembre con 28 días de anuncio, en total la campaña publicitaria es de 46 inserciones.

El texto también es variado y con unas características a destacar. Composición: aceite de hígado de bacalao con hipofosfitos de cal y sosa y *pirofosfato de hierro*. Frasco de mayor tamaño que el de Scott, y siguiendo con la diferenciación con la Emulsión de Scott, en la primera campaña publicitaria se pone el siguiente faldón “Como se prepara semanalmente, no hay temor que se eche a perder la Emulsión”. Se trata de un ataque encubierto al transporte de los medicamentos extranjeros y su almacenamiento en condiciones “alterantes” .

27.- Aceite de hígado de bacalao de Chevrier Paris

En un recuadro con filete negro aparece este anuncio vertical. Al principio pone la Medalla y Diploma de Honor luego una anagrama como si fuera un tampón de caucho. Siguen los honores como Farmacéutico de 1ª clase, Caballero de la Legión de Honor, Comendador del Medjidié y de la Real Orden de Isabel la Católica. En el texto desarrolla dos conceptos: el Alquitrán mejora las propiedades del aceite, y el preparado permite administras el Hierro sin constipación ni cansancio. En el anagrama pone Blanco, Rubio y Ferruginoso al Alquitrán, las dos primeras suponemos serán caracteres organolépticos de este aceite. Se anuncia durante 44 días, desde el 3 marzo hasta 29 diciembre. Indica de venta en todas las Farmacias y el Depósito General en la rue de Faubourg-Montmartre,21 de Paris.

28.-Píldoras anfebrifugas del Dr. Ramo y Licenciado Obon

El anuncio indica con gran titular en mayúsculas TERCIANAS. El texto es escaso ,dice que se curan radicalmente con estas píldoras y remite a la venta en la botica del Tros Alt n° 56. Pero tiene un importante desarrollo publicitario con 44 días desde 17 julio al 30 diciembre.



Figura 173. Primer anuncio.

En el (Bailly-Bailliere,1886,1773) aparece un boticario llamado Mariano Ramos sito en Bolsería, 56. Sospechamos que se trata del mismo, pero en el anuncio se ha perdido la "S" del apellido.

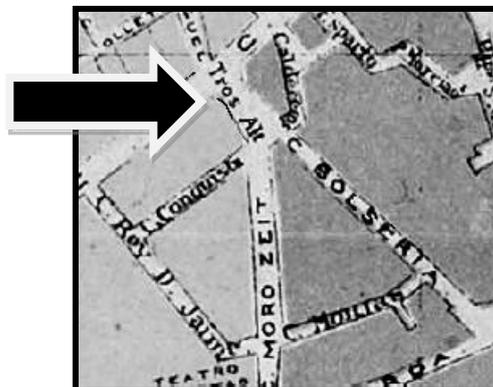


Figura 174. Mapa Indicador 1888. Calle Tros Alt.

Si miramos el callejero reproducido, observamos que la continuación de la calle Bolsería es Tros Alt.

29.- Papel Rigolot

Anuncio de producto francés enmarcado en tamaño modular, donde aparece en diagonal la firma F.Rigolot para evitar falsificaciones. Diplomas de Honor, Medallas de Oro y Plata. Se vende en “Farmacias”, este error puede indicar la tramitación por agencia publicidad. El producto es interesante ya que se trata de Mostaza en hojas para Sinapismos. Se anuncia durante 43 días, desde 13 enero al 29 octubre.



Figura 175. Primer anuncio.

30.- Jarabe contra la tos de Andrés y Fabiá

Anuncio en horizontal con recursos gráficos, como es reproducir en la parte izquierda un frasco tipo “elermeyer” donde dentro hay rotulado el nombre de Andrés y Fabiá, Jarabe con la tos de cualquier tipo, el precio y la dirección en San Vicente 22. Poniendo interés comercial, dice arriba que los “pedidos ventajosamente” a Andrés y Fabia, Farmco (porque no dispone de más espacio) Valencia. Luego en el texto de la parte derecha indica todos los tipos de tos y enmarcado por ubicación de la Farmacia, frente al caballito de san Martin. Aparte de ir creando marca, le interesa que el público lector sepa donde está la Farmacia, sabe también que mucha población analfabeta no lee los rótulos de las calles pero si sabe la ubicación de los monumentos. Y el aspecto comercial, insiste en el precio 6 rs. Se anuncia 42 días, entre el 14 enero al 10 de junio.

31.-Jarabe de Ioduro de Hierro inalterable de Sanchez

Anuncio horizontal de cuatro líneas de amplitud. Contra la pobreza de la sangre y alteración de los humores del organismo. Tanto los términos de “humores” como “botica” Sanchez nos recuerdan el pasado. Se anuncia como botica Rosendo Sanchez, calle de Cuarte, sin figurar el número. Hace 41 inserciones desde el 1 junio al 20 agosto, un periodo corto, pero intenso dado que los anuncios se publican cada dos días.

32.-Emulsión Costas (AC)

Esta publicidad tiene un Anuncio gráfico y dos Anuncios Noticia. El Anuncio gráfico empieza diciendo: “todas las emulsiones, y hasta la misma de almendras, o digase horchata de almendras se descomponen y alteran prontamente”. Alusión a un producto popular valenciano como la horchata, para hacerse entender por el amplio público lector. Pero su estrategia es atacar al producto líder la “Emulsión de Scott”. ¿Cómo? Es un medicamento extranjero que viene del otro lado del Océano Atlántico, entonces dice: “es un contrasentido emplear la *Emulsión de aceite de hígado de bacalao* extranjera, pues el tiempo que invierte en el tránsito es bastante para alterarla y descomponerla”. Hasta ahora no sabemos que es la Emulsión Costas, en el siguiente párrafo con mayúsculas dice: La EMULSION COSTAS, de aceite de hígado de bacalao con hipofosfitos de cal y de sosa, se prepara cada quince días. Por un lado emplea un razonamiento científico atacando la estabilidad de las emulsiones y por otro se refuerza la práctica farmacéutica ancestral frente a la industrialización, ofreciendo un producto recién hecho. Este anuncio se publica 20 días desde 2 marzo al 26 diciembre.

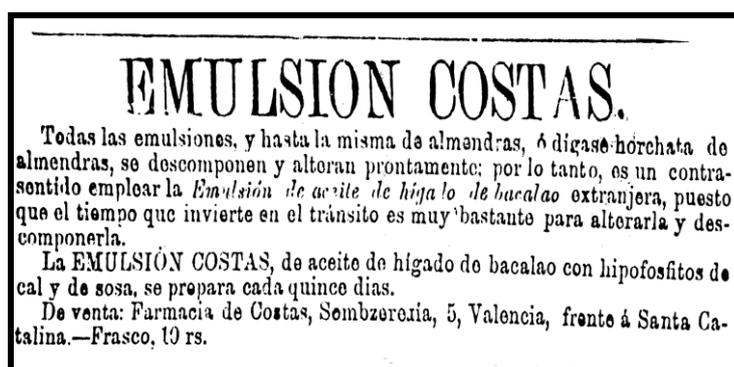


Figura 176. Primer anuncio.

Tiene una variante que se publica un solo día, el 16 de noviembre, desconocemos la razón de su inserto y no repetición. Pero es un texto más corto y riguroso, con indicación de las dolencias, indica alteración del producto con el tiempo y su reciente preparación.

EMULSION COSTAS.

Aceto puro de hígado de bacalao con hipofosfitos. La mas agradable y eficaz para combatir la tisis, raquitismo, escrófulas, demacración, catarros crónicos, debilidad general.

Como todas las emulsiones se alteran con el tiempo, la Emulsión Costas reúne la especial y precisa circunstancia de ser siempre reciente su preparación.

Farmacia de Costas, Sombrerería, 5, y principales de España.

Figura 177. Segundo anuncio.

Los anuncios noticias son dos, el primero en aparecer se publica dos días, el 1 y 3 de abril. Aquí aparte de los argumentos del anuncio general empieza con: "EL MEDICO ordena que los medicamentos que puedan alterarse se empleen recién preparados". Apela a la autoridad del prescriptor, cuando el responsable de las posibles alteraciones de un medicamento en primera instancia es del fabricante. Luego se añaden además de la farmacia de Costas, las farmacias de Aliño, plazas de Cajeros y de Calatrava, y de Lucia en la de las Barcas.

EL MÉDICO ordena que los medicamentos que puedan alterarse se empleen recién preparados. Entre estos están en primer término las emulsiones, pues hasta la de almendras, ó digase la horchata de almendras, se descompone á poco de estar preparada; y como la *Emulsión de Scott* no es otra cosa que una horchata que lleva consigo aceto de hígado de bacalao ó hipofosfitos de cal y de sosa, no es conveniente emplearla en España, porque el tiempo que invierte en venir de Nueva-York, es muy bastante para descomponerla y alterarla.

La Emulsión Costas, con aceto hígado bacalao ó hipofosfitos de cal y de sosa, se prepara semanalmente y se vende, á 10 rs frasco, en la farmacia de Costas, calle de la Sombrerería, 5; Aliño, plazas de Cajeros y de Calatrava, y Lucia, en la de las Barcas.

Figura 178. Primer anuncio noticia.

El siguiente Anuncio Noticia se publica 17 días desde el 6 de abril hasta el 3 de junio.

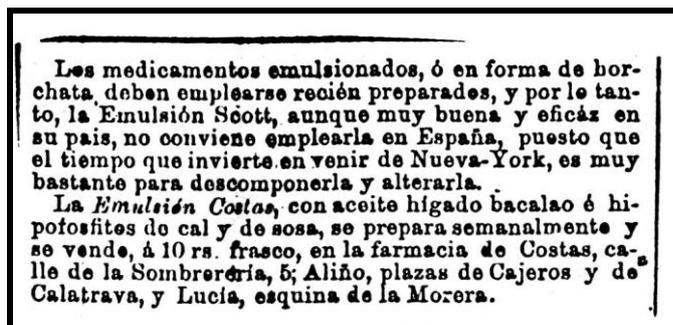


Figura 179. Segundo anuncio noticia.

En total la campaña se ha compuesto de 40 impactos publicitarios. En este anuncio sigue insistiendo en sus argumentos, las diferencias son que indica que la preparación es semanal (antes decía cada quince días), no sabemos si obedece a un criterio publicitario, o que la demanda ha aumentado y ha disminuido el periodo de fabricación. Y la farmacia de Lucia la ubica esquina de la Morera, cuando antes ha publicado Las Barcas.

33.-Pectoral Costas

Con el título en mayúsculas de TOS,CATARRO,ASMA aparece este anuncio de tres líneas enmarcado con filete negro. 40 días desde el 13 enero al 1 junio, cubriendo la época de incidencia tanto invierno como primavera.

34.- Agua de melisa de los carmelitas descalzos

Este “antinervioso” se vende en la Botica de Sanchez de la calle Cuarte. Y la campaña publicitaria se alterna con el anuncio nº 31. El tamaño del anuncio horizontal son cinco líneas, una línea más. La inserción es de 40 días desde el 2 junio hasta el 19 agosto, con la misma periodicidad, cada dos días. La Botica Sanchez consigue aparecer en el periódico todos los días con dos productos curativos.



Figura 180. Primer anuncio.

Tampoco figura el número de la calle donde esta sita la botica, un indicador de su fama, ya que no lo necesita. A su vez se trata de un producto “simbólico”, cuando determinadas órdenes religiosas elaboraban distintos productos gálenicos.

35.-Agua y Polvos Dentrificos del Docteur Pierre (AC)

Un anuncio en cuadro con el nombre en diagonal (en francés) y bajo indica de la Facultad de Medicina de Paris, 8 place de L ´Opéra, Paris (en francés) de venta en todas las Droguerías y Perfumerías. Con 14 inserciones desde el 22 de enero hasta el 3 de mayo. Continúa el 14 de mayo hasta el 24 de diciembre con 23 inserciones que hacen un total de 37 publicidades, con un anuncio que pone los mismo pero reproduce el anagrama es un león sujetando una D y un P.

36.-Pastillas y Polvos Paterson

Anuncio modular enmarcado con filete negro. Indicado por enfermedades del estomago con bismuto y magnesia. Exigir el sello oficial del Gobierno francés y la firma de J.Fayard, luego pone la abreviatura (Adh.) Dethan, Farmacéutico Paris. Se anuncian 35 días desde 20 enero hasta 29 diciembre, con una frecuencia de tres veces al mes, menos el primer mes que son dos.

37.- Pastillas de Dethan

Mismo estilo que anterior anuncio, modular enmarcado en filete negro. Indicado para Garganta, voz y boca, hemos averiguado su composición (Carmouche,1886,445) de clorato de potasa. Una sustancia utilizada hasta nuestros días como desinfectante. Exigir en el rotulo la firma de (Adh.) Dethan, Farmacéutico en Paris. Hemos localizado a este farmacéutico (Carmouche,115, 571) indica para este producto, rue Bandin,23. La campaña es de 34 inserciones, entre el 13 enero hasta el 24 diciembre.

38.-Extracto de carne Liebig

Un anuncio horizontal que reproduce un envase del producto, donde aparece la firma del inventor Barón Liebig. Se vende en las principales Droguerías, Farmacias y Casas de Comestibles. Tiene 10 medallas de Oro y Diplomas de Honor, el ultimo en la Exposición Internacional Farmacéutica de

Viena de 1883. Indica una dirección de Paris, 30 rue des Petites Ecuries, como superpuesto en Valencia D. Teodoro Mertens, agente plaza de San Nicolás, 6. Los anuncios se publican desde 15 enero hasta el 25 diciembre, en total 34 inserciones.



Figura 181. Primer anuncio.

39.- La Veloutine

Es un anuncio horizontal, con varias características como venta en todas las Farmacias, Perfumerías y Peluquerías. El producto es polvo de arroz especial, preparado por un perfumista llamado CH. Fay, perfumista, 9 rue de la Paix, Paris. Se anuncia desde el 17 julio hasta el 29 diciembre con un total de 33 inserciones.

40.- Carne cruda en polvo- Cubero Roure (AC)

Se trata de dos anuncios con su continuidad y una entradilla de primera página que abarca ambos periodos de publicación. El anuncio indica Carne cruda en polvo y debajo aparece Cubero Roure (Quimicos). Tras el pone : Con patente de invención, sabemos que por la Ley de patentes de 30 julio 1878 se cambia la palabra "Privilegio" por el de "Patente " de invención. Emplea el recurso de utilizar la negritas para resaltar los mensajes publicitarios que le interesan al anunciante. De venta en la Farmacia del Dr. Aliño , plaza de Cajeros, 6, todo en mayúsculas. Después en letra cursiva indica como depósito en Valencia para la venta al por mayor, Don Francisco Raffi, plaza de Santa Catalina,17. Cuando estudiemos los anuncios de

profesiones nos aparecerá el señor Raffi como Optico establecido en la misma dirección. Este anuncio se publica durante 14 días, desde el 14 enero al 7 marzo.

CARNE CRUDA EN POLVO.
CUBERO ROURE (QUIMICOS).
(Con patente de invención.)

Alimento indispensable á las personas débiles ó desnutridas. ordenado con éxito creciente por las principales notabilidades médicas para la curación de la tisis, escrófulas, raquitismo, anemia dispepticas, gastralgias, úlceras del estómago y de los intestinos, diarreas crónicas y afecciones caquéticas: como superior, por sus resultados positivos, á todos los reconstituyentes alimenticios y medicamentos conocidos hasta el día.

DE VENTA, FARMACIA DEL DR. ALIÑO, PLAZA DE CAJEROS, NÚM. 6.
Unico depósito en Valencia para la venta al por mayor, D. Francisco Raffi, plaza de Santa Catalina, núm. 17.

Figura 182. Primer anuncio.

Este anuncio también tiene un anuncio entradilla que se publica en la primera página y en una sola línea dice: "CARNE CRUDA EN POLVO - Véase el anuncio de la 4ª plana".

CARNE CRUDA EN POLVO -- Véase el anuncio de la 4ª plana.

Figura 183. Anuncio entradilla primera plana.

Esta entradilla se publica 15 veces desde el día 24 enero al 19 abril. Si miramos la Tabla nº13 vemos que hay tres días que no sigue el anuncio de la plana 4ª son los siguientes: 11 marzo, 1 abril y 7 abril. En los demás se produce la duplicidad.

Continua con otro anuncio que se publica desde el 14 marzo hasta el 8 mayo, un total de 18 inserciones publicitarias. En este segunda publicidad la novedad es que se añaden más farmacias para su venta, que pasamos a indicar:

-D. Bernardo Aliño, plaza de Cajeros,6

-D. Albino Aliño, plaza de Calatrava,22

- D. Ignacio Costas, calle de la Sombrerería, 5
- D. Rosendo Sanchez, calle de Cuarte,46
- D. Mariano Marin, calle Sagrario de San Francisco,25
- D. Adolfo Royo, calle del Puerto, 1

CARNE CRUDA EN POLVO.
CUBERO ROURE (QUIMICOS).
 (Con patente de invención.)

Alimento indispensable á las personas débiles ó desnutridas, ordenado con éxito creciente por las principales notabilidades médicas para la curación de la tisis, escrófulas, raquitismo, anemia dispepsias, gastralgias úlcera del estómago y de los intestinos, diarreas crónicas y afecciones caquécticas como superior; por sus resultados positivos, á todos los reconstituyentes alimenticios y medicamentos conocidos hasta el día.

De venta en las farmacias de D. Bernarde Aliño, plaza de Cajeros, 6; don Albino Aliño, plaza de Calatrava, 22; D. Ignacio Costas, calle de la Sombrerería, 5; D. Rosendo Sanchez, calle de Cuarte, 46; D. Mariano Marin, calle Sagrario de San Francisco, 25; D. Adolfo Royo, calle del Puerto, 1.

Unico depósito en Valencia para la venta al por mayor, D. Francisco Raffi, plaza de Santa Catalina, núm. 17.

Figura 184. Segundo anuncio.

Tabla 12. Calendario días de inserción publicidad.

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
1			P1	P4 P1	P4
2					
3				P4 P1	
4			P4	P4 P1	P4
5					
6					
7			P4	P1	
8				P4	P4
9					
10					
11		P4	P1	P4 P1	
12					

13					
14	P4	P4 P1	P4 P1		
15					
16				P4 P1	
17	P4		P4		
18		P4 P1			
19				P4 P1	
20			P4		
21	P4	P4 P1			
22				P4	
23					
24	P4 P1				
25		P4	P4 P1		
26				P4	
27					
28	P4	P4	P4 P1		
29				P4	
30				P4	
31	P4				
TOTAL	6P4-1P1	6P4-3P1	7P4-4P1	10P4-7P1	3P4
SUMA	32P4 -15P1				

41.-Agua de Azahar Triple de Pablo Fournet

Es un anuncio con 31 inserciones desde el 2 julio al 1 septiembre, con una periodicidad de dos días. Lo más interesante dado que es un producto muy solicitado indica los numerosos depósitos para su venta:

- Droguería de San Antonio, de Blas Cuesta e hijos.
- Droguería de la Luna, de Hijos de Joaquin Añon.
- Droguería de la Lonja, de Pedro Salvador Alegre.

- Droguería de San Juan, de Vicente Aloy Clavero.
- Droguería de La Catalana, de Farell y Piñol.
- Droguería del Salvador, de Pablo Fandos de Garcia y Ulldemolins, calle Garrigues.
- Droguería de Fabian Romaguera, plaza de Pellicers.
- Casa de cristal y loza de Federico Matton.
- Ultramarinos de los Alcoyanos, de Manuel Mezquita.
- de la Mariposa, de Ernesto Reyes.
- De Santa Catalina, de Rafael Foz.
- De Ginés Rodenas, calle de las Barcas.
- De Viuda de Alapont, calle San Vicente.
- Farmacia de Manuel Valiente, Grao de Valencia.
- Ultramarinos de Agustín Lagarda y Romany, Grao de Valencia.
- Farmacia Pascual Adam, Teruel.
- Farmacia de Mateo Comerma y Eduardo Millá, Denia.
- Farmacia de Manuel Ferrer, Castellón de la Plana.
- Farmacia de Carlos Benitez, Utiel.

42.-Harina Lacteada H. Nestlé

Debajo de este nombre aparece el título de “Proveedor de la Real Casa”. Luego 15 años de éxito y todos los meritos: 21 recompensas, 8 Diplomas de Honor y 8 Medallas de Oro. Su fama llega a nuestros días, para evitar falsificaciones en cada bote la firma del inventor Henri Nestlé, Vevey

(Suisse), y véndese en todas las buenas farmacias, droguerías y ultramarinos. Con 31 inserciones desde 24 enero hasta 26 diciembre.

De datos sacados de folletos publicitarios editados por la propia empresa, sabemos que Henri Nestlé (1814-1890) nació en Frankfurt del Main, se estableció en 1843 en Vevey. Antes había sido “aprendiz de farmacia” y en 1839 superó el examen de “ayudante farmacéutico” en Lausana. Inicio su actividad empresarial en 1866 con una Harina Lacteada. A España, vía importación, llegó en 1871 como indica la publicidad con 15 años de éxito (1886 -15=1871).

43.-Vino Bugeaud (AC)

Es un producto con Quina y Cacao con indicación como toni-nutritivo. Se halla en la principales boticas. Indica depósito al por menor: en Paris, Fcía Lebeault, 53 rue Reamur. Después dice como venta al por mayor: P. Lebeault y Cia, 5 rue Bourg-l’Abbé. Con esta información deducimos que Lebeault tiene una farmacia y un almacén distribuidor en otra ubicación. Desde el 2 junio hasta el 21 diciembre con 14 días .



Figura 185. Primer anuncio.

El otro anuncio se solapa en la duración, no es continuidad en el calendario. Empieza el 6 junio al 28 diciembre, con 14 días, en total tenemos 28 impactos publicitarios. El diseño del anuncio horizontal se mantiene, pero cambian los tipos y la distribución de los bloques informativos.



Figura 186. Segundo anuncio.

Empieza con las indicaciones en cuatro líneas, luego viene la marca y en la composición de Quina y Cacao dice: “mezclados con un Vino de España de primer de orden”. Toda la demás información se mantiene.

44.- Hierro de Quevenne

Un anuncio tamaño vertical rodeado de unas esferas, empieza diciendo que el producto es Aprobado por la Academia de Medicina de Paris. Entre las propiedades indica que el hierro es en estado puro, por tanto más activo. No irrita el estomago como los hierros solubles. Sin sabor ni acción sobre los dientes. Luego dice que se vende primero en polvo y segundo en grageas. Indica un depósito, escribe Fcia Em. GENEVOIX , 14 rue des Beaux – Arts, Paris. Se publica 27 días desde el 2 julio hasta el 29 diciembre. En (Boucharat,1858, 266) aparecen citados unos Granulos de digitalina (Homolle y Quevenne) y una grageas de con hierro reducido con y sin chocolate (Boucharat,1858, 317). En un folleto aparece T.A. Quevenne (1805-1855) como farmacéutico jefe del Hospital de la Caridad de París.

45-Crema bismuto Andrés y Fabiá

Empieza escribiendo la ubicación del fabricante: Farmacia frente al Caballito de San Martin, calle San Vicente 22, Valencia, todo en mayúsculas. A continuación el nombre del producto y luego indica que es un farmacéutico premiado por el colegio de la facultad de Madrid. Continuan las indicaciones y se vende en botes esmerilados para conservación indefinida y repite la

ubicación de la farmacia. Se anuncia durante 25 días desde el 15 enero hasta el 9 septiembre.

46.- Vino Peptona Catillon

Anuncio con cierto diseño gráfico, la marca aparece en medio del anuncio. Arriba escribe Nuevo Tratamiento y curación de la enfermedades del estomago, pecho, anemia, diarrea, etc. Debajo de la marca dice Carne asimilable y Fosfatos, Peptona fosfatada. Sigue indicando las propiedades y posibles destinatarios. La venta en Paris Bould. St. Martin, 3 y en todas las Farmacias. Como distinciones pone las Medallas en las Exposiciones Universales 1878 y 1885 y Medalla de Oro en París 1879. Como alimento nutritivo ha sido adoptada en los Hospitales de Paris y de la Marina.

47.-Contra-Eruptivo Andrés y Fabiá (AC)

Un anuncio de gran tamaño que se publica junto al *Purgante de Andres Fabiá* (LP- nº 99). Otro anuncio de gran tamaño, cuya inserción conjunta ocupa toda la parte superior de la plana cuarta del periódico. Para centrar la atención es rodeado de un filete grueso negro como si fuera una esquela mortuoria. Con las siguientes características, primero el nombre del producto, después Farmacéutico premiado por el Colegio de la facultad de Madrid. "Nuevo descubrimiento para curar en breves horas". En las enfermedades pone su expresion valenciana: Sarampión (pallola), Viruela (Pigota) y demás fiebres analogas. La cosa más novedosa, es que cita a unos "Médicos afamados" que acreditan su eficacia. Un modelo de publicidad compartida, entre los "prescriptores " y los "elaboradores. Los citamos: Ferrando, Ripollés, Garcia, Carceller, Franconi, Marin, Sanz, Serra, Nacher, Albiñana, Rojas, Valls, Encinas, Sanz de Andino, Martinez, etc. Luego reproduce escrito de D. Rufino Ferrando, médico-cirujano y director de los trabajos anatómicos del Hospital general de Valencia. Se anuncia 9 días desde 6 mayo al 3 junio. No debió ser muy eficaz, porque se inserto otro tipo de anuncio después, a partir del día 18 junio. El gran tamaño que producía mucha visibilidad no produjo los efectos deseados, ante su coste económico.

El siguiente anuncio es horizontal con titular en mayúsculas, figura la indicación del producto: SARAMPION, ROSA Y ESCARLATINA. El texto goza de una narración psicológica, el especifico se presenta como "un tesoro" y apelando al desespero de la madre, "en breves horas neutraliza el virus ponzoñoso, dejándolo inocente y sin acción alguna". A su vez, indica que se

puede usar con otras medicinas. Se anuncia 15 días, entre 18 junio hasta 5 septiembre. Esto indica una campaña concertada con una duración total de 24 días.

CONTRA-ERUPTIVO DE ANDRÉS Y FABIÁ,
Farmacéutico premiado por el Colegio de la facultad de Madrid.
NUEVO DESCUBRIMIENTO PARA CURAR EN BREVES HORAS
EL SARAMPION (PALLOLA), VIRUELA (PIGOTA) Y DEMAS FIEBRES ANALOGAS.
PRECIO DEL FRASCO: Para el Sarampión, 12 rs.; para la Viruela, 30 rs.

Gran número de Médicos famosos acreditan su eficacia, por repetidas experiencias, y entre ellos figuran los profesores Sres. Ferrando, Ripollés, García, Carceller, Franco, Marin, Sanz, Serra, Nacher, Albiñana, Rojas, Valls, Encinas, Sanz de Andino, Martínez, etc., etc.

Testimonio del Sr. Ferrando: *Sr. D. José Andrés y Fabiá.

D. Rufino Ferrando, médico-cirujano y director de los trabajos anatómicos del Hospital general de Valencia: "Certifico: Que siendo pocos y de escaso valor los remedios que la ciencia indica para la curación del Sarampión, Rosa y Escarlatina, y encontrando comprometida la vida de un niño de mi familia, á la par que la de un nietecito del señor consul de Italia en esta ciudad, sin cuando con alguna desconfianza, volví á administrar el remedio que el farmacéutico Sr. Andrés y Fabiá ha descubierto hace poco tiempo para curar estas enfermedades, y ha titulado *Contra-eruptivo* de su nombre.

No es fácil, sin verlo, poder apreciar la acción tan rápida que ejerce sobre el organismo infectado del Sarampión, pues me atrevo á asegurar que media hora después de administrado el dicho frasco, la enfermedad empieza á declinar, y en pocas horas el enfermo se encuentra libre completamente de la peste que le aquejaba y sin consecuencias de ningún género.

Estos dos casos, por ciertos otros, y otros que aquí indico, me obligaron á repetir los ensayos en mas de veinte casos, sin que en ninguno de ellos quise hacer, se haya descubierto la excelente virtud del *Contra-eruptivo* de Andrés y Fabiá, que sin duda está llamado á salvar de una muerte cierta á muchos miles de criaturas; no por dicho Sr. Andrés y Fabiá, sino por los inmensos beneficios que su medicina va á prestar á la humanidad, bajo públicas mis esperiencias.

Valencia 8 de enero de 1881. Licenciado, *Rufino Ferrando.*

NOTA SU IMPORTANCIA: Al estado del enfermo, por complicaciones inesperadas, requiera el uso de otras medicinas, nada importará que se le dé al mismo tiempo el CONTRA-ERUPTIVO de Andrés y Fabiá, porque su acción va directa y exclusivamente á destruir la causa productora del Sarampión (Pallola), Viruela (Pigota), Rosa y Escarlatina.

Se venden estos medicamentos, en Valencia, farmacia de su autor, D. J. Andrés y Fabiá, y además en todas las farmacias bien surtidas de España.

Figura 187. Primer modelo de anuncio publicado.

**SARAMPION, ROSA
Y ESCARLATINA.**
Contra-eruptivo de Andrés y Fabiá,

Farmacéutico premiado por el Colegio de la facultad de Madrid.

Para estas enfermedades, cruel azote de los niños desde tiempo inmemorial, y que tantas victimas ocasionan, se ha encontrado un tesoro que en breves horas neutraliza el virus ponzoñoso, dejándole inocente y sin acción alguna.

Este tesoro, CONTRA-ERUPTIVO DE ANDRÉS Y FABIÁ, no permite que la enfermedad deje rastro alguno en el niño, cosa tan temible como la misma enfermedad. Es al propio tiempo tan docente, que si el estado del enfermo, por complicaciones inesperadas, requiera el uso de otras medicinas, nada importará que se le dé al mismo tiempo dicho CONTRA-ERUPTIVO DE ANDRÉS Y FABIÁ, porque su acción va directa y exclusivamente á destruir la causa productora del sarampión, rosa y escarlatina.—Precio del frasco, 12 rs.

Farmacia de Andrés y Fabiá, frente al Caballito de San Martín, Valencia.

Figura 188. Segundo modelo anuncio publicado.

48.- Glóbulos Secretan

Esta publicidad de tamaño modular con filete ancho negro como las antiguas tarjeta de difuntos, anuncia: " LOMBRIZ SOLITARIA curación en dos horas". Mucha rapidez, por " la solitaria" es conocido el parásito Tenia solium, pero nuestro anunciante dice " expelen todas las lombrices sin excepción , parásitos del hombre y de los animales domésticos". Además anuncia posibles imitaciones y como meritos dice que es "farmo" laureado, y producto adoptado en los hospitales de Paris. Anuncia venta en Valencia " Dn J. Garcia".



Figura 189. Primer anuncio

La abreviatura (farmo) no sabemos si indica farmacéutico o fármaco, aunque este término sería muy moderno para la época. A su vez, hemos encontrado un Henri Secrétan (1856-1916) como médico suizo en (DTCM, 1977, 899). Para " Dn J. Garcia" suponemos es la Farmacia del dr. Garcia, plaza de la Congregación, 72 . Esta publicidad se anuncia durante 23 días, desde el 25 enero hasta el 25 diciembre, con un periodicidad regular de dos veces al mes, además coinciden en fechas los 10 y 25 de cada mes. Excepción del primer mes, con un solo anuncio y publicado el día 25.



Figura 190. Anuncio encontrado en esa web.

Este anuncio nos revela que Secretan es un Farmacéutico Laureado y con medallas. Como depósito pone “17 rue Cadet, en Paris”.

49.-Brea Quesada

Anuncio horizontal de pequeño tamaño con cuatro líneas. Su indicación médica, “afecciones pecho, garganta e irritaciones de cualquier genero”. El elaborador Farmacia del Dr. Quesada, plaza de la Merced, 7. Se anuncia 23 días, desde el 19 de enero al 28 de febrero. Parece ser que el mes de febrero es la época de venta del producto.

50.-Papier Wlinsi

Modelo horizontal con el nombre en francés, indica que produce la curación de Afecciones del pecho, Catarros, Romadizos, Dolores, Lumbagos, etc. Con 20 años de éxito y recomendado por los mejores médicos de Paris. Dice depósito en todas las farmacias y en Paris, 31 rue de Seine. Apareció 22 días desde 13 enero hasta el 29 diciembre.

51.- Solución Cases

Anuncio horizontal, con titular en mayúsculas, debajo pone su composición: de clorhidro fosfato de cal- Premiada en exposición farmacéutica nacional. Además dice ser recomendada por la Real Academia de Medicina.



Figura 191. Primer anuncio.

Es un reconstituyente cuya competencia es la “solución Coirre”, a su vez dice que es de las de mayor consumo, y indica dos lugares para la Venta al por mayor. El Sr. Aviño, plaza de la Lana, 11, farmacia, y la Sociedad Farmacéutica Española.-Barcelona. Suponemos que todas las filiaciones se refieren a esa ciudad. Se publica 22 días, desde 15 febrero hasta el 30 diciembre. Tiene un periodicidad de dos veces al mes, en días fijos como el 15 y 30.

52.-Sales de Litina de Ch. Le Perdriel

El anuncio horizontal con un un marco de bolas. El titular es GOTA-PIEDRA-REUMA, en mayúsculas y negritas para garantizar una buena visibilidad. La especialidad son sales de Litina granuladas efervescentes que hacen desaparecer las arenas (uratos insolubles). En Paris : Le Perdriel, 11 rue Milton, Véndense en todas las Farmacias. Tiene 19 inserciones publicitarias, desde el 16 enero hasta el 29 mayo.

GOTA • PIEDRA • REUMA
 No pueden ser curados sin LITINA

Las Sales de Litina granuladas efervescentes de Ch. LE PERDRIEL, ingeridas en pequeña dosis, hacen desaparecer pronto las arenillas y arenas (uratos insolubles arrastrados por las secreciones úricas). Este fenómeno explica su eficacia contra las enfermedades arriba indicadas.

PARIS: Le Perdriel, 11, rue Milton.
 VENDENSE EN TODAS LAS FARMACIAS

Figura 192. Primer anuncio.

A continuación reproducimos un anuncio de este farmacéutico francés. Al final, en un recuadro dice: "*Tous les produits qu'exploite la maison LE PERDRIEL ont été créés par elle ou son devenus sa propriété par cession régulière des inventeurs*". Es decir, ha sido el creador y han devenido de su propiedad por cesion de sus inventores. Por tanto queda dudoso si son los inventores originales.

LE PERDRIEL
 Fournisseur des Hôpitaux
 MAISON FONDÉE EN 1823, A PARIS

Véritable Emplâtre de Thapsia Le Perdriel-Reboulleau contre les Rhumes, Toux, Bronchites, Rhumatismes, etc. Exiger les signatures pour éviter les accidents reprochés aux similaires.

Toile Vésicante Le Perdriel pour établir un Vésicatoire en quelques heures sans faire souffrir le malade ni irriter la vessie. Cette toile est rouge avec la division centésimale noire (propriété de l'auteur autorisée par jugement du Tribunal et confirmée en Cour d'appel).

Taffetas épispastique et rafraîchissant pour le pansement parfait des Vésicatoires et des Caulères; ne contenant pas de matières grasses, ils ne sont pas exposés à rambrunir comme les papiers et les pommades.

Pois élastiques Le Perdriel (les seuls admis dans les hôpitaux). Emoullients à la guimauve, suppuratifs au garou, ils se gonflent uniformément et dilatent doucement les parois de la plaie sans faire saigner les chairs.

Compresses en papier lavé pour remplacer le linge dans le pansement des plaies. Plus propres, plus économiques.

Serre-Bras et Serre-Guisee, etc.

L'ensemble de ces produits est connu depuis plus d'un demi-siècle sous le nom de **MÉTHODE LE PERDRIEL**.

Sels de Lithine effervescents, unique dissolvant des calculs et concrétions uriques, contre la goutte, les rhumatismes, la gravelle, les calculs, les catarrhes chroniques de la vessie ou de l'estomac, et toutes les affections de la Diathèse urique; l'acide carbonique qui se dégage en excès au moment de l'effervescence rend la Lithine parfaitement soluble, condition sans laquelle elle ne saurait être ni assimilable, ni active.

Taffetas vulnéraire Marinier, véritable épiderme factice, souple, imperméable, élastique, il guérit sans cicatrice les coupures, brûlures, écorchures.

Taffetas Berthault, aseptique, compressif et transparent pour recouvrir les surfaces dénudées, panser les plaies et remplacer la gutta-percha, le silk protectif et les taffetas gommes.

Capsules vides Le Huby, enveloppes médicamenteuses pour prendre sans dégoût les substances d'odeur ou de saveur désagréables.

Mouches hypnotiques du D^r Ricard contre les migraines, névralgies, plus actives et moins apparentes que les mouches d'opium.

Fucoglycine du D^r Gressy composée de plantes marines. Elle contient tous les principes reconstituants de l'huile de fœs morus sans inspirer le même dégoût, surtout pendant les chaleurs. Convient particulièrement aux enfants.

Note. — Tous les produits qu'exploite la maison LE PERDRIEL ont été créés par elle ou sont devenus sa propriété par cession régulière des inventeurs.
 Par jugement du tribunal de commerce de Paris, confirmé par arrêt de la Cour d'appel, la division métrique au dos des emplâtres a été reconnue la propriété exclusive de la maison LE PERDRIEL, ainsi que la couleur rouge pour sa toile vésicante.
 Les copies de ces marques seront poursuivies conformément à la loi.

Figura 193. Anuncio publicado en (Dorvault, 1886, 1633).

53.-Aceite de Hígado de Bacalao de Hogg

Anuncio del tipo horizontal con orla negra. Primero rotula: HOGG, farmacéutico, Rue Castiglione, 2, en Paris, sigue nuestro específico y debajo: sin el olor ni sabor de los Aceites de Hígado de Bacalao ordinarios. Ya hemos visto bastantes anuncios de este producto, era en la época como las vitaminas actualmente, cada elaborador procuraba resaltar las diferencias. En este caso, dice exigir el nombre de Hogg, el sello azul del Estado Francés y esto es nuevo, la certificación de M. Lesueur, jefe de los trabajos químicos de la Facultad de Medicina de Paris. Y haciendo marca dice: El aceite de Hogg se halla en las principales farmacias. Se publica 19 días, desde 15 enero hasta 30 diciembre.

54.-Papel del pobre hombre(AC)

Es un anuncio de tres líneas cuyo titular llama la atención. Después pone "eficaz contra toda clase de dolores". Debía ser un papel impregnado sustancia rubefaciente (mostaza) para producir calor. Después decía Farmacia D. José García Royo, plaza de la Congregación, 72. Aparece 16 días desde 5 febrero hasta 5 marzo.



Figura 194. Primer anuncio.

El anuncio de continuidad aparece a final de año, con tres inserciones los días 17, 23 y 29 diciembre. Es un anuncio más pequeño (tres líneas) cuyo titular es: "DOLORES desaparecen con el **Papel del Pobre Hombre**". Esta campaña publicitaria no tiene sentido comercial, por la duración, tamaño y no digamos el nombre del producto. Desconocemos a que razones obedece.



Figura 195. Segundo anuncio.

55.-Enosótero (AC)

De esta publicidad realizamos su seguimiento , por lo raro del nombre y por aparecer como representantes Alomar y Uriach. Tras ello, es representativo de ese momento de cambio de la “ botica a la farmacia” y de la polémica entre Drogueros-Farmacéuticos. Donde las actividades se confundían, en este caso, la sociedad llamada “Almacen de Drogas estaba formada por Alomar que era farmacéutico y Uriach que era droguero (Rodríguez Nozal, 2004, 27). A su vez la venta en Valencia era por la droguería Blas Cuesta e hijos.

Se anuncia un total de 19 días, un primer anuncio con 6 inserciones, desde 22 de enero hasta el 18 de marzo. La segunda versión del anuncio se publica 12 días, desde el 9 de octubre hasta el 21 de diciembre. Luego aparece un Anuncio noticia que se publica un solo día, el 2 de febrero. El anuncio para conservar y mejorar toda clase de vinos es explicativo, proponiendo como comprobar su eficacia y al alcance de vinicultores y comerciantes de todo tipo. La segunda publicidad, se inserta en el ultimo trimestre del año, fecha de elaboración de los vinos tras la vendimia, destaca en titulares (mayúsculas y negritas) el nombre del producto y bajo la propiedad: ”para conservar y mejorar los vinos”. La redacción es parecida y solo llama la atención la denominación de “específico” para el Enosótero. El Anuncio Noticia se publica en la tercera plana, como cabecera pone en mayúsculas “BIBLIOGRAFIA” luego se escribe “Guia del Vinicultor, *datos y consejos para la buena elaboración de vinos* , por Federico Benessat. Este escritor es director del gabinete enológico de Barcelona. En el “artículo” se dice que “el Sr. Benessat funda sus consejos en las enseñanzas de la química” y después “la recomendación que el autor hace del *Enosótero para la conservación y mejora de los vinos* nos prueba la utilidad del indicado conservador “. Esta cita nos parece sospechosa, dado que después anuncia su venta en una librería de Madrid y otra de Barcelona, y a su vez refuerza la idea de una campaña publicitaria orquestada.

56.-Píldoras de Arabia

Gran Remedio indica el titular en negritas de esta publicidad. Gran remedio para las enfermedades del estómago, y en medio del espacio publicitario con mayúsculas y negritas aparece “Píldoras de Arabia”. Escribe que está “comprobada con 12 años de éxito feliz”. Estos recursos publicitarios solo se los puede permitir un atrevido farmacéutico con muchos anuncios

como Costas, calle Sombrereria,5. El anuncio tiene 18 inserciones, desde 13 marzo al 11 mayo.

57.-Vino de Carne de Vaca y Hierro del Dr. Quesada

Anuncio horizontal, con tipo de letra pequeña que incide en dos aspectos, útil para los que no toleren la carne de vaca, hierro y el vino. Frasco de igual cabida que los extranjeros, nos indica una formulación de esta farmacia para neutralizar la invasión de especialidades foráneas. Siguiendo con esta línea el dispensador aparece como “ Farmacia y jaraberia de la Trinidad”, supongo que porque los jarabes era una de las formas farmacéuticas más populares. Se anuncia 17 días desde el 25 mayo hasta el 21 septiembre.

58.-Sedlits Granular de Costas

Anuncio horizontal con cenefa de bolas negras. Entre las propiedades del producto indica: laxante, expulsión de la bilis, evita el embarazo gástrico, sobre el cerebro no se experimenta debilidad de espíritu entre otras. El farmacéutico Costas ya nos tiene acostumbrados a sus atrevimientos científico-comerciales. El empleo de conceptos como “Embarazo gástrico” y “Debilidad de espíritu” nos muestran su perspicacia psicológica. También lanza un mensaje a la competencia “sustituye con ventaja al Agua de Loeches”. La denominación “Sedlits” nos parece extraña o de inventiva del propio fabricante, hemos encontrado la palabra “Sedlitz” (DTCM, 1977 ,900) que se refiere a aguas sulfatadomágnesicas tibias de Bohemia (Checoeslovaquia) a 32°. La publicidad dura 17 días, desde 16 enero a 9 de mayo.



Figura 196. Primer anuncio.

59.-Pasta Pectoral, cigarrillos balsámicos y papeles azoados del Dr. Andreu

Anuncio vertical de cierto tamaño, agrupa dos indicaciones y tres productos medicamentosos. La Tos tratada con la Pasta Pectoral y el Asma con los cigarrillos balsámicos y los papeles azoados. Se hace una descripción amplia de todos los tipos de tos, como si se dirigiera a un público formado. El depósito central de estos "medicamentos" (aparece en el texto) : Farmacia de su autor en Barcelona, también en las principales Farmacias de España y América, así como Francia, Italia y Portugal. Con estos datos nos está indicando su ámbito distribución. Se publica 17 días, desde el 17 enero hasta el 15 diciembre, pero con una distribución extraña. Cesa el 22 abril y solo publica un anuncio más el 15 diciembre, han pasado 8 meses. Además aparece solitario un Anuncio Noticia publicado un solo día, el 25 febrero, proponiendo su uso contra la tisis. Este texto aparece en la página segunda del periódico.

60.-Pomada Anti-Oftálmica del Dr. Fuster

Anuncio con disposición vertical y veintiuna líneas de texto. " Se espande (sin x) en mi farmacia con el nombre de **pomada de la Viuda**", luego va explicando que es conocida en todo el reino de Valencia para combatir las "oftalmias parpebrales...". Se presenta como: Farmacia y laboratorio químico, calle del Mar,47 y Avellanas,1. Suponemos que es la esquina de entrada a la calle Avellanas, si así fuera nos encontramos ante "laboratorio anejo a farmacia", una de las formas primarias de industrialización farmacéutica. Acaba la publicidad anunciando otra actividad que hoy conocemos como "Ortopedia", dice "hay un surtido completo de toda clase de bragueros, suspensorios, pesarios y demás objetos de goma". Se publica durante 17 días, desde 17 enero hasta el 2 julio.

61.- Jarabe Pagliano legítimo (AC)

Este jarabe era famoso y sometido a multitud de falsificaciones. Su indicación era de laxante-depurativo, por tanto de uso frecuente. En la Farmacia del Dr. Quesada. plaza de la merced,7. Se inserta 10 días, desde el 13 febrero hasta 4 julio.

El anuncio de continuidad, es un anuncio noticia que se presenta como una "Declaración", más viene aparece una noticia pagada por los fabricantes,

por la cantidad de información que proporciona. Además solo se publica 6 días y desde el 3 noviembre hasta el 23 diciembre. La casa Girolamo Pagliano establecida en Florencia le aparecen cuatro falsificadores, también anuncia que “no tienen ningún depósito y agente o representante en España”. ¿Entonces que és el Dr. Quesada?, ¿de dónde saca el jarabe?. Para correspondencia hay que dirigirse a Enrico et Pietro Pagliano, 12 Via Pandolfini de Florencia.

62.- Jarabes diferentes Dr. Quesada

Anuncio horizontal de composición tipográfica, todas las letras de igual tamaño. Empieza con un titular en mayúsculas y negritas “EL MEJOR REFRESCO” afirma que los jarabes han sido elaborados en frío y con azúcar pilón, que llevan 16 años de consumo en la jarabería de la Trinidad. Se trata de jarabes populares y citamos algunos: azahar, granada, zarzaparrilla, horchata almendras... Se anuncia en la época de calor, empezando el 22 mayo hasta 16 septiembre con 16 publicidades.

63.-Elixir Dentífrico de los RR.PP. Benedictinos (AC)

Un anuncio de forma horizontal y cierto tamaño, con un continuidad que se basa en cambiar la figura destacada, a modo de grabado, que aparece en la parte izquierda, un monje o una mujer. De los 16 días que aparece la publicidad, se reparten por mitades y alternativamente ambos anuncios.

- La mujer : 18-6/14-7/14-10/28-10/15-11/28-11/14-12/28-12/.
- El monje : 21-6/7-7/7-10/21-10/7-11/22-11/7-12/25-12/



Figura 197. Primer anuncio.



Figura 198. Segundo anuncio.

El texto empieza con: “NO MAS ENFERMEDADES DE DIENTES” de los Benedictinos de la Abadía de Soulac (Gironde) ,Prior Dom Maguelonne. Entre las distinciones: Medalla oro den Bruselas 1880 y Londres 1884, inventado en 1373 (resaltado) por el prior Pedro Boursaud. Se comercializa en Perfumerías, Farmacias y Droguerías del globo. Agente general, Seguin, Rue Huguerie,3 Bordeaux. En (Carmouche,1885,248) indica la composición como alcoholado con plantas como canela, anís y menta entre otras, a su vez identifica a Seguin como farmacéutico. También indica que además del elixir hay polvo.

64.- Elixir del Dr. Gutler

Anuncio en vertical con diseño del gran médico alemán, importado y preparado por el Dr. Andreu de Barcelona. Nos está indicando que lo que se importa son los productos y la preparación se hace aquí. El texto de la publicidad tiene las características del Dr. Andreu, parece por su desarrollo explicativo destinado a personas letradas. Su composición se identifica como “Mentholina Dentrifica”. Se vende junto a un cepillo, y además existe en polvo. Se vende en toda España y sus Antillas. La campaña publicitaria es atípica, dado que se anuncia dos meses, entre el 3 de mayo hasta el 26 junio, con 15 inserciones .



Figura 199. Primer anuncio.

65.-Cápsulas Raquin

Anuncio en vertical, antecede al nombre de la especialidad en negativo (letras blancas sobre fondo negro) la palabra en mayúsculas de ENFERMEDADES SECRETAS. Su composición pone: al Bálsamo de Copaiba. Dice que están Aprobadas por la Academia de Medicina de Paris, en (Lebrun,1834,258-259) recomienda no fiarse de los remedios autorizados por la Facultad de Medicina, es un dato interesante pues estamos hablando de una publicación dirigida a los viajeros. “El remedio mas seguro”, con tipo de letra en negritas y mayúsculas, luego en cursiva dice que no deja “hedor ni regüeldos”. Raquin invento un tipo de cápsula que recubrió con gluten (Gautier, Renault, 1901,91), esto proporciona dos ventajas: enmascarar el sabor y olor del medicamento y por ser insoluble en el jugo gástrico queda intacto en el estómago. A su vez cita al Dr. Fumouze que hizo estudios al respecto. En otra publicación (Bourchadat, 1858,124) recomienda añadir alguna “esencia para enmascarar los eruptos del bálsamo”, en la publicidad se enmascara este efecto fisiológico usando la palabra de “regüeldos” que significa “eruptar”.

En todas las farmacias del globo y en Fumouze-Albespeyres. Se anuncia 15 días, desde 20 enero al 18 diciembre con un parón publicitario durante 4 meses julio, agosto, septiembre y octubre. Desconocemos la razón.

66.-Inyección Raquin

Anuncio del mismo formato que el anterior. Recomienda el uso junto a las Capsulas Raquin. Se vende en frascos con o sin “jeringuita”. Se anuncia 15 días desde 29 enero al 25 de diciembre , con las características comentadas anteriormente.



Figura 200. Primer anuncio.

67.- Pildoras Restauradoras Dr. Formiguera

Anuncio horizontal que se publicita como “el mejor reconstituyente”, en mayúsculas y negritas. Se anuncia durante 15 días, desde 10 junio al 25 diciembre con una periodicidad de dos días por mes y aproximadamente los días 10 y 25. El depósito general es G. Formiguera y C^a, Tallers, 22, Barcelona.



Figura 201. Primer anuncio.

Esta compañía fue fundadora de la “ Sociedad Farmacéutica Española”, entidad que se constituyó en Barcelona el 1 de julio de 1882. El fundador Gaspar Formiguera, según Ramón Jordi Gonzalez en el BSAHCF n°4, tuvo tres hijos en la profesión farmacéutica: Gonzalo Formiguera Soler (1852-1889), el siguiente Manuel Formiguera Soler(1856-1874) farmacéutico militar falleció de tifus en Bilbao durante la guerra carlista. Emilio Formiguera Soler(1860-1893) farmacéutico y gerente de la “Sociedad Farmacéutica Española” moría en el atentado al Gran Teatro del Liceo (7 noviembre 1893).

68.-Crema Simón

Un anuncio cuadrado con profusión de frases como, 20 años de éxito, barato y maravilloso, blanquea y suaviza el cutis entre otros. Se anuncia 15 días, desde el 19 enero hasta el 28 julio, y la inserción se reparte entre la página cuatro, tres veces en la página dos y dos en la página tres. De venta en Perfumerías y Farmacias, como en otros casos aparece el añadido local, farmacia de Andrés y Fabiá, San Vicente 22 y señora viuda de Tiffon, Mar, 46, esta última es una perfumería. Actualmente, este producto sigue fabricándose.



Figura 202. Primer anuncio.

En el Boletín Oficial de la Propiedad Intelectual e Industrial de 16 de Septiembre de 1886 con fecha de 21 agosto se publica la solicitud reproducida a continuación.

1.702. D. Joseph Simón, de París (Francia), una marca de fábrica para polvos de arroz; concedida el 17 de Agosto; registrada en Francia, número 46.643.

Figura 203. Solicitud BOPII 16-9-1886

69.-Esencia de Zarzaparrilla concentrada de Andrés y Fabiá

Publicidad con un dedo índice señalando y dos filetes negros, uno arriba y otro abajo, enmarcando un formato horizontal. Como distinción afirma ser “farmacéutico premiado por el Colegio de la facultad de Madrid”, términos equívocos. En el año 1882 el Colegio de farmacéuticos de Madrid organizó una Exposición Nacional (Ruiz Jimenez, M.T., 1990) y no aparece el nombre del farmacéutico Andrés y Fabiá.

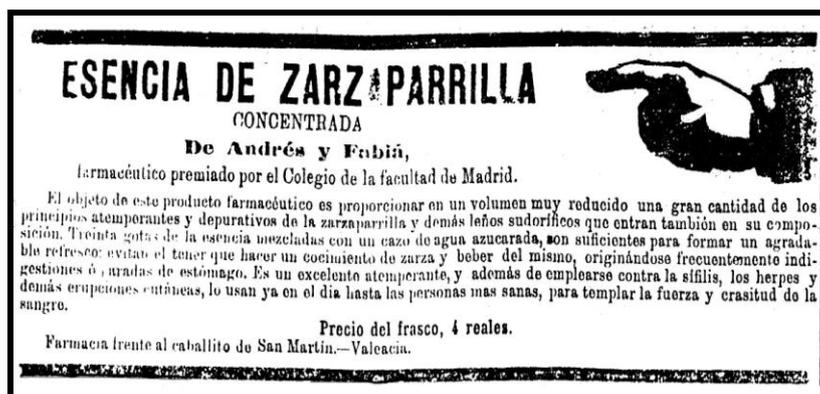


Figura 204. Primer anuncio.

Lo recomienda como “atemperante, depurativo, contra la sífilis, los herpes y demás erupciones cutáneas”. Ya sabía que se utilizaba como refresco (treinta gotas esencia con agua azucarada) y indica la comodidad de preparación frente a un cocimiento de la planta. Se anuncia 15 días, desde 16 junio al 7 septiembre, en la época veraniega que refuerza la idea de su utilización como refresco. La localización de la Farmacia es descriptiva, como en otras ocasiones, frente al Caballito de San Martín, Valencia.

70.- Agua Balsámica de Andrés y Fabiá

Seguimos con la campaña publicitaria del farmacéutico Andrés y Fabiá, diseño idéntico anterior anuncio, pero con un grabado de persona doliente. Se ha eliminado el premio al farmacéutico y se sustituye por “para conservar la dentadura en estado de salud perfecta”. También se anuncia 15 días, desde el 15 junio al 8 septiembre. Se anuncia 15 días, entre 18 junio hasta 5 septiembre. Parecido periodo anuncio anterior y con la misma localización.

71.- Magnesia Doble de Andrés y Fabiá

Mismo diseño publicidad anterior pero con un dedo señalador. Del producto dice que es “efervescente o aérea” y las indicaciones terapéuticas son generalizadas. Para enfermedades estomago, estreñimiento, afecciones biliosas, almorranas, fistulas, obstrucciones uretra y mal de piedra entre otras. Se anuncia 15 días, entre 17 de junio hasta 6 de septiembre. Parecido periodo anuncio anterior y con la misma localización.

72.-Zahhnerina

El titular, en mayúsculas y negritas, LA SALVACION DE LOS NIÑOS y como subtítulo en el “periodo de la dentición”. Es una publicidad horizontal de pequeño tamaño, ocho líneas todo incluido. De la Farmacia de D. José García Royo, plaza de la Congregación , 72. Se anuncia 15 días, desde el 28 febrero hasta el 14 de abril



Figura 205. Primer anuncio.

73.- Tintura Alemana

Producto para teñir el cabello y la barba . El reclamo con mayúsculas es “ LA MEJOR Y MAS BARATA” .Se vende en Perfumeria Puig, Bajada de San Francisco, 4. Se anuncia 14 días, desde 6 de mayo hasta el 31 de julio.

74.- Depilatorio de D.J. Andrés y Fabiá

Diseño igual que los anteriores, pero vuelve el título de “ Farmacéutico premiado”. Escribe “preparado químico” supongo para distinguir de los preparados terapéuticos.Se publica durante 14 días, desde 13 junio hasta el 4 de septiembre.

75.-Bombones de goma,brea,y bálsamo de Tolú.

Anuncio horizontal de tamaño reducido, siete líneas todo incluido, de la Farmacia de D. José García Royo. Se anuncia desde 14 de enero hasta el 9 febrero, total 14 días.



Figura 206. Primer anuncio.

76.-Pastillas Pectorales y Calmantes del Dr. Marqués

Anuncio horizontal de tamaño pequeño, contra la Tos, enmarcado con recuadro fino en negro. El Dr. Marqués tiene Farmacia y laboratorio en Hospital, 109 de Barcelona, hace envíos por correo. Depósitos en Valencia, Farmacias de Andrés Fabiá y P. Chiarri. Se publica 13 días, desde el 14 de enero hasta el 28 febrero.

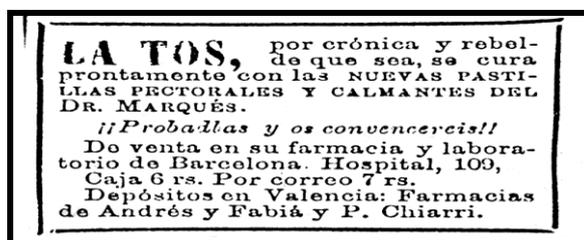


Figura 207. Primer anuncio.

77.-Papel higiénico para el retrete

Del mismo diseño que el anuncio número 72, la cabecera en mayúscula, negritas y lugar de adquisición. Farmacia de D. José Garcia Royo. Se anuncia 13 días, desde el 4 febrero al 2 marzo.



Figura 208. Primer anuncio.

Sorprende el anuncio y su comercialización en una farmacia. Pero era un producto de invención reciente en Estados Unidos, el año 1857 por Joseph Gayetty, recogido en “Las letrinas. Historia de la higiene urbana” ,Roger-Henri Guerrand, Institució Alfons el Magnànim,1991, pag. 138.

78.- Cigarrillos Indios de Grimault y Cia

Colocamos el nombre del fabricante pues aparece en diversos anuncios. La publicidad de esta empresa tiene un diseño con unas características comunes como son: envuelta en un filete fomado por dos o tres líneas de diferente grosor. Los titulares en mayúscula y a continuación de Grimault y Cia. Utilización de bloques información, de negritas y cursiva según convenga. En la parte de abajo : marca de fábrica, la firma de Grimault y C^a y el sello del gobierno francés. Depósito en la principales Boticas / Farmacia y Droguerías. Se publica 12 días, desde el 6 febrero hasta el 26 mayo. Para otras explicaciones, estas coinciden con el número inventario 78 productos de EMV.

79.- Vino y Jarabe de Dusart

De Lactofosfato de Cal, texto largo para lectores informados, estos dos productos “aseguran *la formación regular de los huesos, los musculos y la sangre*”. En (Dusart,1885,1) aunque el titulo habla de Fosfato de Cal indica “ que las investigaciones que en unión del doctor R. Blache, hicimos sobre el fosfato de cal, propusimos el empleo terapéutico de esa sustancia bajo una forma nueva, del todo asimilable, que denominamos *lacto-fosfato de cal* , más que para representar una especie química definida que no existe, con el fin de recordar su composición”. Es un anuncio idéntico a EMV nº 92, nos encontramos ante una campaña publicitaria organizada por la proximidad de las fechas. Se anuncia durante 12 días desde 5 de febrero hasta el 25 de mayo.

VINO Y JARABE DE DUSART
de Lactofosfato de Cal

Las experiencias de los más acreditados médicos del mundo entero han demostrado que el lactofosfato de cal en el estado soluble, tal como existe en el **Vino** y el **Jarabe de Dusart**, es en todos los períodos de la vida, el **reconstituyente** por excelencia del cuerpo humano.

En las **mujeres embarazadas** facilita el desarrollo del feto y basta á menudo para evitar los vómitos y demás accidentes que acompañan al embarazo. Si se le administra á las **nodrizas**, enriquece su leche y ya no hay que temer para la criatura, ni **cólicos** ni **diarreas**: la **dentición** se verifica fácilmente sin dolores ni **convulsiones**. Más tarde cuando el niño está **pálido, linfático**, cuando sus carnes están **flojas**, y que se le presentan **glándulas** al rededor del cuello, se encuentra en el lactofosfato de cal un remedio que es siempre eficaz.

Su acción reparadora y reconstituyente no es menos segura en las **personas mayores** cuando están **anémicas** ó padecen de **malas digestiones**, así como en las que están debilitadas por la edad, el trabajo ó los excesos.

Su uso es de gran provecho para los tísicos pues causa la **cicatricación de los tubérculos** del pulmón y sostiene las fuerzas del enfermo, favoreciendo su alimentación.

En resumen el **Jarabe** y el **Vino de Dusart** estimulan el apetito, establecen la **nutrición** de un modo completo y aseguran la **formación regular** de los **huesos**, de los **músculos** y de la **sangre**.

DEPÓSITO EN LAS PRINCIPALES FARMACIAS Y DROGUERIAS
Paris: Casa GRIMAULT y C^{ia}, 8, rue Vivienne.

Figura 209. Primer anuncio.

80.- Jarabe de Quina y Hierro de Grimault y Cia

Características parecidas al anuncio anterior, con formato vertical. Entre el texto hacia el final otro producto que es el Vino de QUINA y HIERRO. Otra novedad es el aviso sobre falsificaciones, debe llevar marca de fábrica, firma grabada en el vidrio y el sello del gobierno francés. Depósito en las principales Farmacias y Droguerías, se anuncia 12 días, desde el 8 de febrero hasta el 28 de mayo.



Figura 210. Primer anuncio.

En un anuario comercial (Didot-Bottin, 1864, 1043) aparecen citadas en el epígrafe de Grimault y Cie diversos productos medicinales entre ellos quinina al rojo ferruginoso, a su vez aparece como sucesor de Dorvault, La Feullade, 7.

81.- Elixir Digestivo de Pepsina de Grimault y Cia

Diseño parecido al anterior, pero formato horizontal. Cada frasco lleva marca de fábrica, la firma y el sello del gobierno francés. En Paris, 8 rue Vivienne y en las principales Farmacias y Droguerías. Se publica 12 días, desde el 7 de febrero hasta el 27 de mayo.

82.- Jarabe de Sávia de Pino Marítimo de Lagasse

El titular, en mayúsculas y negritas del anuncio es “Jarabe de Savia de Pino Marítimo” y bajo pone “de Lagasse, Farmacéutico de Burdeos”. El diseño es tipo anuncio “Grimault y Cia” en formato horizontal. Cita el nombre del farmacéutico Lagasse, pues esta empresa tuvo varios contenciosos judiciales. En medio del texto habla del “Jarabe y Pasta de savia de pino marítimo de Lagasse, que son muy superiores a las cápsulas de breá”. Las

prevenciones habituales sobre falsificaciones , Depósito en Casa Grimault y Cia, 8 rue Vivienne de Paris y en las principales Farmacias y Droguerías. Se anuncia 11 días, desde 4 de febrero hasta el 24 de mayo.

83.- Vino de Peptona Pépsica de Chapoteaut

Anuncio de diseño horizontal, tipo Grimault. Debajo el título, indica que Chapoteaut es Farmacéutico de 1ª clase, y reproduce la marca: un Buey envuelto con una letra C. Como indicador de la dosis indica “una copa de Burdeos”, se recomienda como reconstituyente, tanto para niños, ancianos como para las nodrizas. Al final es citado como Vino de Chapoteaut. El depósito en Paris, 8 rue Vivienne y en principales Farmacias y Droguerías. Esta dirección como hemos visto en otra publicidad corresponde a la Casa Grimault y Cia. Se anuncia 11 días, desde 9 de febrero hasta 29 de mayo con una frecuencia de (2, 3, 3,3) y los mismos días de cada mes (9-18-29) fallando en el primer mes de la campaña publicitaria por ser el mes febrero. Todos estos detalles evidencian una organización publicitaria de la difusión de los anuncios. Nos remitimos a anuncio idéntico ya estudiado EMV nº65.

84.-Hierro Leras

Anuncio un texto informativo de cierto nivel, informa de los comunicados a la Academia de Ciencias (1849) y Medicina (1858) para obtener credibilidad. A continuación citan seis características de este “medicamento” donde se mezclan criterios científicos con comerciales

Científicos:

- el Hierro forma parte de la sangre.
- Los Fosfatos forman parte de los huesos.

Comerciales:

- Es soportado por enfermos que no toleran el hierro.
- No tiene acción sobre los dientes.
- Es claro y límpido como agua mineral.
- Se asimila antes que grajeas, píldoras y polvos.

Hierro Leras

Desde los trabajos comunicados, á la Academia de Ciencias en 1849 y á la Academia de Medicina en 1858, el **Hierro Leras** ha obtenido del cuerpo medical un éxito rápido y brillante que crece cada año, mientras que se ven caer en el olvido numerosas preparaciones ferruginosas nuevas. Este continuado triunfo estriba en que este medicamento encierra: 1º El **Hierro** uno de los elementos de nuestra sangre; 2º Los **Fosfatos** que entran en la composición de nuestros huesos; 3º Es soportado por los enfermos que no pueden tolerar ninguna preparación ferruginosa; 4º No tiene acción alguna sobre la dentadura; 5º No provoca estreñimiento; 6º Es claro y límpido como un agua mineral natural; 7º Se asimila con más rapidez que las grajeas, píldoras y polvos. Se recomienda en el **empobrecimiento de la sangre, la anémia, el linfatismo, la debilidad, los calambres de estómago, excita el apetito, facilita el desarrollo de las jóvenes pálidas, produce y regulariza el trabajo mensual, detiene las pérdidas blancas, y dá á la sangre la coloración encarnada que ha perdido con la enfermedad.**
 Existe bajo forma de *Solución* y de *Jarabe*.
 Deposito General en Paris, **8, Rue Vivienne**, y en las principales Farmacias y Droguerías.

Figura 211. Primer anuncio.

La presentación en Solución y Jarabe. El depósito general, solo citando la dirección: 8, rue Vivienne de Paris, lugar donde se encuentra la Casa Grimault. Se vende en Farmacias y Droguerías. Se anuncia 11 veces, desde 10 de febrero hasta el 21 de mayo.

Una información sobre la recepción del producto (Bellogin, 1888,343-345) aparece en una revista farmacéutica profesional. Allí se recomienda la elaboración a partir de la Farmacopea vigente.

85.- Sándalo de Midy

Anuncio en formato horizontal con filete negro grueso. Dice que Midy es farmacéutico de primera clase en Paris. Anuncia que las “capsulas” cortan los flujos en 48 horas, suprimiendo “el Copaiba, la Cubeba y las Inyecciones” todo en negritas. Se encuentra en las principales farmacias. Se anuncia 11 veces, desde el 10 de febrero hasta el 30 de mayo.

SANDALO DE MIDY

Farmacéutico de 1ª Clase en Paris

Estas cápsulas cortan los flujos en 48 horas, suprimiendo el **Copaiba**, la **Cubeba** y las **Inyecciones**.

Depósito en las principales Farmacias

Figura 212. Primer anuncio.

Hemos encontrado que su fabricación la realizan Rigaud y Chapoteaut de Paris (Haller, 1895,182-183). Y debió ser un producto famoso ya que el poeta José Asunción Silva (Colombia, 1865-1896) lo recoge en su poema “Cápsulas” (Laguna; Reig, 2015, 213).

*El pobre Juan de Dios, tras el extasis
del amor de Aniceta, fue infeliz.
Pasó tres meses de amargura grave,
y, tras lento sufrir, se curó con copaiba y con las cápsulas
de Sándalo Midy.*
(continua)

86.- Tintura Veneciana

Recogemos estos productos que se comparten entre las farmacias y las droguerías. En Valencia se vende en la Bajada de San Francisco 8, y el Depósito Central en calle Mayor, 56 de Madrid. Se anuncia 11 días, desde 3 de mayo al 3 julio.

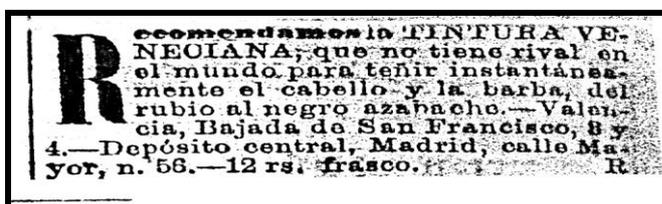


Figura 213. Primer anuncio.

87.-Pomada Kloguer

Anuncio horizontal que subtítulo, "Contra los sabañones" .Indica que resultados positivos en más de diez años. Se anuncia 11 días, desde el 13 enero hasta 17 de febrero. Se vende en farmacia de Santiago Querol, Salvador, 13 Valencia.



Figura 214. Primer anuncio.

88.- Cápsulas Thevenot (AC)

Nos encontramos con tres anuncios gráficos con varios cuerpos de composición. Reproducen una caja en escorzo, una forma muy original de anuncio (ver reproducción). A la izquierda en francés se indican las características de garantía, firma y se reproduce: según el Codex de la Academia de Medicina. Se publica un total de 11 días, desde marzo a junio con una periodicidad según tipo de información.

Se trata de una campaña publicitaria orquestada desde Francia, porque no se traduce la parte izquierda, que aparece en francés, los precios “del vidrio en Francia”, será decir precios “del envase” y supongo serán “francos” y no “reales”. Y además como añadido, fuera del anuncio, aparece: “En Valencia, J. Andrés y Fabiá”.

Thevenot aparece en (Carmouche,1885,548) como farmacéutico en Dijón. Pero también fue inventor de un procedimiento para fabricar cápsulas por presión (Rodríguez Nozal; González Bueno, 2005, 205-213) que gozo de fama tanto en Francia como España.

CAPSULAS THEVENOT
Las más recomendadas contra los *Flejos* recientes, antiguos ó inveterados

	F.	C.
De Esencia de Sándalo pura	4	»
De Balsamo de Copaiba y Esencia de Sándalo	3	»
De Balsamo de Copaiba pura	3	»
De Balsamo, de Copaiba y Cubeba	3	50
De Opiáta balsámica	3	»
De Extracto etereado de Cubeba	3	»
De Extracto etereado de Cubeba y Sándalo	3	50

SIN OLOR NI GUSTO

En Valencia, J. Andrés y Fabiá.

ABSORBENCIA FÁCIL

Figura 215. Primer Version.

Dentro de esa originalidad compositiva nos encontramos con unos titulares en negativo como: Sin olor ni gusto y Absorbencia Fácil. En el centro de la publicidad, el cuerpo del anuncio, va cambiando la composición de las capsulas en los diferentes anuncios. En la periodicidad se observa una inserción publicitaria mensual, pero sin coincidir las diferentes versiones y a ser posible el mismo día de cada mes. En la transcripción textual de las diferentes versiones conservamos la sintaxis de los anuncios.

Primera Versión .- De Esencia de Sándalo Pura (4fr), De Balsamo de Copaiba y Esencia de Sándalo (3fr), De Balsamo de Copaiba pura (3 Fr.), De Balsamo, de Copaiba y Cubeba (3,50fr), De Opiáta balsámica (3fr), De Extracto etereado de Cubeba (3fr), De Extracto etereado de Cubeba y Sándalo (3,50fr).

Se publica 4 días: 16-3, 15-4, 15-5 y 15-6.

Segunda versión.- De Alquitrán de Noruega puro, en tamaño menor de letra pone las indicaciones (Contra las Constipaciones o los Catarros) (1,20fr). De Creosota de haya (Asma, Bronchitis, Tisis) (2fr). De Aceite de hígado cresotado (contra las afecciones crónicas del pecho) ("Fr.). De Extracto etereado de helecho macho (Empleadas con éxito contra la Toenia) (4fr).

Se publica 3 días: 5-4, 5-5 y 5-6.

CAPSULAS THEVENOT

	PRECIO del vidrio en Francia	F.	C.
De Trementina y de Esencia de Trementina contra las Jaquecas, las Afecciones del hígado y de los Riñones.		1	50
De Eter puro..... contra los Nervios, Dolores y embarazos del Estómago.		1	50
De Aceite de Palma-Christi..... Laxativas y Purgativas.		1	20
De Sulfato de Quinina..... contra las Calenturas intermitentes		4	»

ABSORBENCIA FACIL

SIN OLOR NI GUSTO

En Valencia, J. Andrés y Fabiá.

Figura 216. Segunda versión.

Tercera versión.- De Trementina y de Esencia de Trementina (contra las Jaquecas, las Afecciones del hígado y de los Riñones) (1,50fr). De Éter Puro (contra los Nervios, Dolores y embarazos del Estómago. (1,50 Fr.). De Aceite de Palma-Christi (Laxativas y Purgativas) (1,20 Fr.). De Sulfato de Quinina (contra las Calenturas intermitentes) (4fr).

Se publica 4 días. 25-3, 25-4, 25-5 y 25-6.

CAPSULAS THEVENOT

	PRECIO del vidrio en Francia	F.	C.
De Alquitran de Noruega puro..... contra las Constipaciones y los Catarros		1	20
De Creosota de haya..... Asmas, Bronchitis, Tisis.		2	»
De Aceite de hígado de bacalao creosotado contra las afecciones crónicas del pecho.		2	»
De Extracto etereado de helécho macho Empleadas con éxito contra la Tenia.		4	»

ABSORBENCIA FACIL

SIN OLOR NI GUSTO

En Valencia, J. Andrés y Fabiá.

Figura 217. Tercera versión.

89.- Jarabe Hipofosfito de Cal de Grimault y C^a

Anuncio en disposición horizontal con recuadro. Para las enfermedades del pecho, el más conocido “jarabe color de rosa”, en frasco oval, luego indica en negritas todas las indicaciones que cura. Por tanto mezcla caracteres visibles para el consumidor con indicaciones. Repite las prevenciones contra falsificaciones (marca, firma y sello gobierno) y depósito en las principales Farmacias y Droguerías. Estas prevenciones eran debido a que su fórmula aparecía en la página 349 de la FE-7^a ed. como Hypophosphis calcicus. Se anuncia 10 días, desde el 23 de febrero hasta el 23 de mayo.

90.-Quinina de Pelletier

Dice también de la “3 marcas”. Se trata de un específico en forma de cápsula y entramos en plena revolución técnico farmacéutica, del tamaño de un guisante dirigido al público general. Y describe a sus competidores que son: píldoras, grageas y obleas. Depósito en París, rue Vivienne, 8, lugar donde hemos radicado a Grimault y C^a en otros anuncios, y venta en las principales Farmacias de España. Se anuncia 10 días, desde el 11 de febrero hasta el 31 de mayo. Recordamos que Joseph Pierre (1788-1842) junto con Caventou aisló la Quinina, la Atropina de la Belladona y la Estrictina de la Nuez Vómica.

91.-Jarabe Rábano Iodado de Grimault y Cia

Anuncio vertical con recuadro diríamos estilo “Grimault”, aquí añade “Farmacéuticos en París”. En cursiva nos dice que hace veinte años que es utilizado en la infancia como sustituto del aceite hígado de bacalao. el jarabe antiescorbútico y el ioduro de hierro. Se recomienda también como depurativo, enfermedades de la piel. Sigue las prevención contra las falsificaciones (marca, firma y sello gobierno) dice que la firma grabada en el vidrio . Se vende en Farmacias y Droguerías. Se anuncia 10 días, desde 11 de febrero hasta el 22 de mayo.

Este producto es “patentado” por Grimault así aparece citado en (Jeannel, Jeannel, 1886, 786) luego encontramos que en la calle (rue) Vivienne, 8 (Carmouche, 1885, 590) nos pone a Rigaud et Chapoteaut farmacéuticos. Con la confusión reinante en los asuntos de la propiedad industrial e intelectual se cita una fórmula “ inspiradora” del Codex francés

(Jeannel, Jeannel, 1886, 826) y también otra versión en la página 385 de FE-7ª ed.

92.-Pastillas Dr. Andreu

Se publican como Anuncio Noticia en número de 10. Hay cuatro inserciones en bloques de dos anuncios noticias con un intervalo de publicación de dos meses. Como hemos indicado en otros Anuncio Noticia no se publican en la Cuarta Plana, sino en las planas del periódico donde se publican las noticias.

- 21-1 y 4-3 (p.3).
- 28-1 y 11-3 (p.2).
- 4-2 y 18-3 (p.3).
- 18-2 y 1-4 (p.3).

Se publican dos Anuncios Noticia de un solo día, el 20-2 (p.3) y otro el 25-3(p.2). Todos los textos publicitarios tienen un contenido distinto, pasamos a su análisis. Para su localización colocamos la fecha de su primera inserción.

- 21-1: Bondad del producto por el uso del público. Declara más de 20 años de existencia.

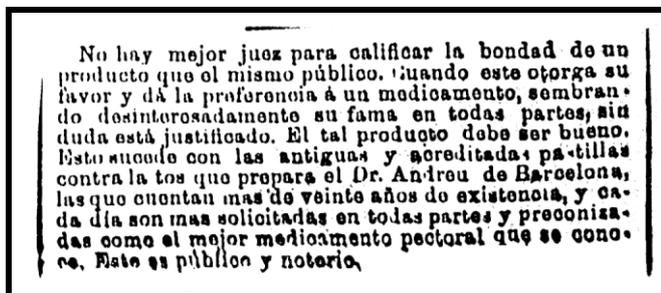


Figura 218. Primer anuncio

- 28-1: No apreciar lo bueno que hay en España. Indica que tiene solicitudes, es decir que se comercializa/vende en: "Inglaterra, Alemania, Francia, Italia, Portugal y America del Norte, del Sud y del Centro".

Generalmente los extranjeros y en particular los de las grandes naciones de Europa ponen poco empeño en descubrir y apreciar lo bueno que hay en España: pues bien, algo extraordinario debe haber en las pastillas contra la tos que prepara el Dr. Andreu de Barcelona, y sus efectos deben ser muy grandes para que hayan sido muy solicitadas, ya desde el principio, y hayan merecido los mayores elogios de la prensa científica de todos los países, así es que se esportan grandes remesas de estas cajas de pastillas á Inglaterra, Alemania, Francia, Italia, Portugal y en las Américas del Norte, del Sud y del Centro.

Figura 219. Segundo anuncio.

- 4-2: Dice para reforzar su posición publicitaria, “ Se desconfía de cuanto se escribe en los anuncios de medicamentos”. Pasemos a la realidad, “pregunte al enfermo que lo haya usado”.

En general se desconfía de cuanto se escribe en los anuncios de medicamentos, y se dice también que aquellos no son serios. Pues bien, cuando son verdad no solamente son serios, sino útiles y altamente humanitarios. En efecto, nada puede haber mas humanitario ni mas útil que devolver la salud al enfermo. La única dificultad consiste en saber si el anuncio es todo verdad, ó exagera la virtud del medicamento, y esta dificultad es facil salvarla tomando noticias de enfermos que lo hayan usado. Por ejemplo, el que padezca tos, pregunte por las pastillas del Dr. Andreu de Barcelona, y hallará siempre, absolutamente siempre comprobado, que ni en un solo caso han dejado de producir excelentes resultados para curar ó aliviar toda clase de tos, por fuese y crónica que haya sido, sobrè todo si se han sujetado á las instrucciones del prospecto.

Figura 220. Tercer anuncio.

- 18-2: Reforzando la antigua enseñanza publicitaria del llamado “boca a boca”. La publicidad del anuncio dice” es más productiva y eficaz la recomendación de un solo enfermo agradecido que todos los anuncios”. En este texto primero habla de las pastillas y luego cita la pasta pectoral.

La mejor y mas provechosa publicidad son los buenos efectos del medicamento que trata de acreditarse. Es mas productiva y eficaz la recomendación de un solo enfermo agradecido que todos los anuncios y reclamos. Ejemplo de ello son las pastillas contra la tos que prepara el Dr. Andreu de Barcelona. Este medicamento data de mas de 20 años. Al principio se dió á conocer por medio de una gran profusión de anuncios, pero hoy apenas se pone ninguno. Sus buenos resultados han coronado el crédito de esta pasta pectoral, y los enfermos agradecidos la preconizan en todas partes. Tanto es así, que la venta aumenta considerablemente, y las demandas de cajas se van extendiendo cada día en todas partes, aun en los países mas remotos, y este, como hemos dicho antes, es el mejor y mas honroso reclamo.

Figura 221. Cuarto anuncio.

Se publican dos anuncios de un solo día. El publicado el día 20-2 es un REMITIDO al Sr. Director de LAS PROVINCIAS. Como si fuera una “carta al director”. No hemos encontrado nada el día 14 en el periódico, será un “ficticio” para justificar la publicación del anuncio, además dándose importancia al rechazar la oferta de compra.

REMITIDO.

Sr. Director de LAS PROVINCIAS.

Muy señor mío: Refiriéndome al suelto inserto en su respetable periódico del día 14 del actual, debo manifestar que es cierto he tenido ventajosas proposiciones de una casa extranjera, para ceder la propiedad de mis cajas de pastillas contra la tos, pero es cierto también que han sido rechazadas, y lo serán siempre cuantas se presenten; pues nada tengo mas lejos de mi mente, que privarme de la propiedad exclusiva de un medicamento que tanto favor merece en todas partes.

Doy á V. las gracias, señor Director, por la inserción de estas líneas, y queda de V. atento seguro servidor que S. M. B.,—*Salvador Andreu.*
Barcelona 17 de febrero de 1886.

NO PONE NADA

Figura 222. Quinto anuncio.

El otro anuncio insertado el día 25-3 es un Anuncio Noticia informando de la descripción del Laboratorio Andreu, dice que “produce medio millón de cajas al año”, tiene una extensión de “60.000 palmos cuadrados”, si cada palmo son 25 centímetros estamos hablando de 15.000 metros cuadrados. También indica la dirección “Aragón, 318 y Rambla de Cataluña, 120-122”, nos está diciendo que da a dos calles. Se puede visitar en días laborables.

Un gran edificio montado ex-profeso que ocupa una superficie de mas de sesenta mil palmos cuadrados. Setenta operarios ocupados constantemente. Máquina de vapor y aparatos diversos de gran valor. Secciones de carpintería, corrajería, litografía y fábrica de cajas de cartón en el mismo edificio. Una producción cada día creciente que hoy escede ya de medio millón de cajas al año, con expenciones á todo el mundo civilizado. Hó aquí el mejor y mas contundente elogio que puede hacerse de la virtud y eficacia de las pastillas contra la tos que prepara el Dr. Andreu de Barcelona. Dicho laboratorio, dedicado en su mayor parte á la fabricación de estas pastillas, está situado en el Ensanche de Barcelona, con entradas por la calle de Aragón, número 818, y por la Rambla de Cataluña, núms. 120 y 122. Puede visitarse los dias laborables.

Figura 223. Sexto anuncio.

Joan Morell Mestre en el Bshcfc nº 11 realiza una semblanza de Laboratorios Andreu. En 1866, empezó como un laboratorio anejo a la farmacia sita en Bajada de la Carcel, 6. ” A sugerencia de su padre asmático crónico preparó los Cigarrillos y papeles antiasmáticos del Dr. Andreu”. También indica que los medicamentos fueron de los primeros en anunciarse en el periódico *La Vanguardia*. Fue una persona muy desprendida y apoyo al colectivo farmacéutico cediendo un local para establecimiento del Colegio de Farmacéuticos y creó el “Montepío del Dr. Andreu” dedicado a la protección de viudas e hijos de farmacéuticos.

93.-Papel de Albespeyres (AC)

Diseño anuncio estilo “Capsulas Raquin”, de hecho el fabricante es el mismo, Fumouze-Albespeyres. No hemos encontrado referencias de Albespeyres, pero podría ser el descubridor, sin embargo el farmacéutico Fumouze si aparece en la dirección indicada(Carmouche,1885,547) en la publicidad que analizamos. Es un anuncio rectangular con titular en negativo (letras blancas sobre fondo negro) y los recursos de negritas, cursivas para transmitir los mensajes claramente.

Publicidad cuyo contenido informativo es el mismo que el anuncio EMV nº 57. Esta coincidencia indica que se trata de una campaña organizada, además desde una agencia francesa para su coordinación. Se publica 9 días, el primer anuncio seis veces, desde el 20 de enero hasta el 17 de noviembre. El anuncio de continuación se publica en tres ocasiones, desde el 7 de abril hasta el 4 de noviembre.

94.-Vegitorio de Albespeyres (AC)

Relacionado con el anterior anuncio, se realizan 9 inserciones, el primer anuncio con cinco publicidades, desde el 27 de enero hasta el 24 de noviembre, el segundo con cuatro impactos publicitarios entre el 10 de febrero hasta el 10 de noviembre. El primer texto, después del titular en negativo tiene como subtítulo. "El único admitido en los Hospitales Militares" y en el asunto de imitaciones indica que " cada cuadrado de 5 centímetros lleva **la firma de Albespeyres** en el lado **verde**". En el segundo anuncio mantiene el mensaje que inserta más abajo, pero aquí se dirige a la familia del enfermo que debe "procurarse el **verdadero Vegitorio de Albespeyres**".

95.- Jarabe de digital de Labélonye

Se trata de un anuncio rectangular con filete negro que enmarca tres productos medicamentosos por el siguiente orden: Jarabe de Digital de Labélonye, Grageas de Gélis y Conté y Ergotina y grageas de Ercotina (sic) de Bonjean. El depósito general es la farmacia de Labélonye calle de Aboukir, 99 de Paris, en (Carmouche, 1885,182) aparece esa dirección. El anuncio se publica 9 días, desde 25 de enero hasta el 20 de diciembre.

El primer específico, el Jarabe de Digital de Labélonye aparece en los formularios (Bouchardat, 1858, 267) y (Carmouche, 1885, 195). Afirma que tiene gran éxito desde hace más de treinta años, comprobado por su aparición en el Formulario Bouchardat. Las "Grageas de Gelis y Conté" de Lactato de Hierro, dice haber sido aprobadas por la Academia de Medicina de Paris, dos veces con un intervalo de veinte años. Son recogidas en (Jeannel, Jeannel, 1886, 166) y también recogidas en un formulario más antiguo como (Bouchardat, 1858, 312). El tercer anuncio, se refiere a un producto denominado por el farmacéutico Bonjean (Carmouche, 1885, 553) radicado en Chambéry: Ergotina. En el texto pone "Ergotina y Grageas de Ercotina (sic)" " se trata de dos productos, aunque en la publicidad queda confuso, luego en letra pequeña pone "solución de Ergotina" y "Grageas de Ergotina", lo hemos comprobado en (Carmouche,1885,350) donde aparecen como Solución y Grageas- La denominación Ergotina tiene sus detractores, en (Bouchardat,1858,179) se dice por un lado que es "un extracto acuoso de cornezuelo de centeno", y luego en nota dice: "el nombre de Ergotina, adoptado por *Bonjean* no parece conveniente aplicándolo a un producto complejo (sic) y mal definido". Esa tendencia se mantiene años después

(Jeannel, Jeannel, 1886, 655) cuando afirma “el nombre de Ergotina no es un alcaloide sino un extracto privado de albúmina” (traducción propia).

96.-Infalibles Especificos

Anuncio de texto con solo indicaciones y precio. Venta por correspondencia enviando el importe en sellos o letras. Sospechoso tipo de venta, el anunciante es el Instituto Médico Celular de Barcelona. A su vez los productos curativos están referenciados entre el precio y su indicación. Es muy posible nos encontremos ante un “remedio secreto”. Se anuncia 9 días y solo un mes, desde el 13 hasta el 21 de enero.



Figura 224. Primer anuncio.

97.-Licor de Brea Alomar

Anuncio con titular del producto en mayúsculas y luego habla de la aceptación por lo médicos de España y America, siguen la indicaciones terapéuticas. De venta en todas las Farmacias y depósito central, Alomar y Uriach, almacén de drogas, calle Moncada, 20, Barcelona. Se publica 9 días, desde el 24 de enero hasta el 12 de diciembre. Un periodicidad extraña, los primeros cuatro meses y luego desaparece, haciendo dos inserciones en diciembre.

98.- Pectoral Balsámico Alomar (AC)

Anuncio horizontal de producto contra la Tos, lo escribe con mayúsculas tres veces. Mas abajo nos habla de la forma farmacéutica: Pastillas. Luego nos anuncia que tanto los “distinguidos facultativos” que las prescriben como “los varios certificados y cartas particulares con que se nos ha honrado”. De venta en Farmacias y el depósito central en Alomar y Uriach,

almacen de drogas, Moncada,20, Barcelona. Se anuncia 3 días, 25 de enero ,28 de marzo y 25 de abril.

PECTORAL BALSAMICO
ALOMAR
contra toda clase de
TOS TOS TOS,
por crónica é inveterada que sea, ya provenga de catarros, irritación de garganta, bronquitis, asma, opresión de pecho, etc., etc., facilitando en todos los casos la expectoración.
Las pastillas que expendemos con este nombre figuran entre las preparaciones farmacéuticas, muy recomendables por la rapidez de sus efectos, siempre que la TOS se halle motivada por una hipersecreción bronquial ó un proceso inflamatorio sub-agudo de la mucosa que reviste los canales aéreos.
Los muchísimos enfermos que han hecho uso de ellas; los distinguidos facultativos que las prescriben todos los días, y los varios certificados y cartas particulares con que se nos ha honrado, prueban de una manera que no deja lugar á duda el éxito seguro de aquellas, para combatir toda clase de TOS, haciéndola desaparecer en todos los casos, aún en los mas graves
DE VENTA EN TODAS LAS FARMACIAS,
Depósito central, **ALOMAR Y URIACH**, almacén de drogas,
CALLE MONCADA, 20, BARCELONA.

Figura 225. Primer anuncio.

El siguiente tipo de anuncio repite el mismo “modulo” pero abajo añade una carta donde el usuario habla de otro producto: La PASTA PECTORAL BALSAMICA”. Se publican dos misivas distintas:

- J. Rodriguez Caralt (Cadiz, 28 marzo 1884) 21 de febrero, 14 de marzo , 6 y 29 de diciembre. (Segundo anuncio).
- Fructuoso Comas Gonzalez(Jerez, 20 abril 1884) 7 de febrero y 11 de abril (Tercer anuncio).

PECTORAL BALSAMICO
ALOMAR
contra toda clase de
TOS TOS TOS,
por crónica é inveterada que sea, ya provenga de catarros, irritación de garganta, bronquitis, asma, opresión de pecho, etc., etc., facilitando en todos los casos la expectoración.
Las pastillas que expendemos con este nombre figuran entre las preparaciones farmacéuticas, muy recomendables por la rapidez de sus efectos, siempre que la TOS se halle motivada por una hipersecreción bronquial ó un proceso inflamatorio sub-agudo de la mucosa que reviste los canales aéreos.
Los muchísimos enfermos que han hecho uso de ellas; los distinguidos facultativos que las prescriben todos los días, y los varios certificados y cartas particulares con que se nos ha honrado, prueban de una manera que no deja lugar á duda el éxito seguro de aquellas, para combatir toda clase de TOS, haciéndola desaparecer en todos los casos, aún en los mas graves
DE VENTA EN TODAS LAS FARMACIAS,
Depósito central, **ALOMAR Y URIACH**, almacén de drogas,
CALLE MONCADA, 20, BARCELONA.
Cádiz 28 marzo 1884.
Sees. Alomar y Uriach, Barcelona.
Muy señores míos y de mi mas distinguida consideración Creo haría grandemente si por medio de estas líneas no expresara á VV. mi gratitud, ya que su PASTA PECTORAL BALSAMICA me ha proporcionado la salud, curándome de la tos que por espacio de algún tiempo me aquejaba, y que inútilmente había tratado de combatir con otras pastillas
Hagan de esta carta el uso que estimen mas oportuno, y cuenten con el agradecimiento de S. S. Q. B. S. M.,—*J. Rodriguez Caralt*.

Figura 226. Segundo anuncio.

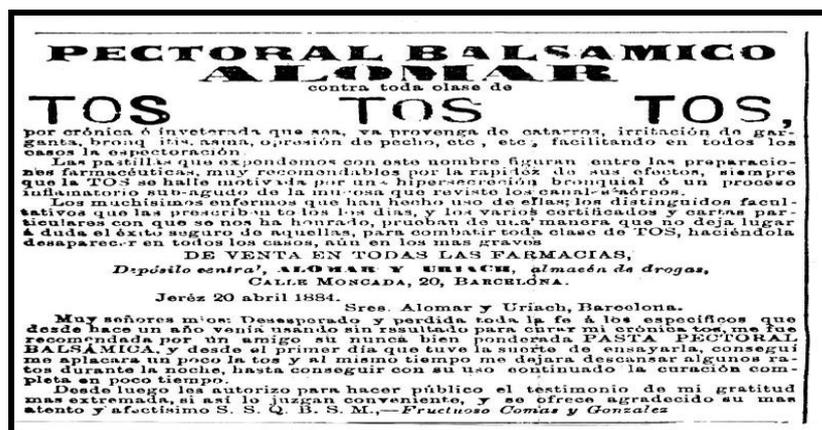


Figura 227. Tercer anuncio.

99.-Purgante Andres y Fabiá

Anuncio grande con marco negro, a la izquierda reproduce el sello para evitar falsificaciones. El titular de la publicidad es “Una sola vez que se pruebe el Purgante de Andrés y Fabiá”. Sus caracteres son refresco gaseoso y hace olvidar a la “purga de Citrato de Magnesia”. Luego publica un testimonio de D. Antonio Jordán de La Yesa por medio de su amigo D. Joaquin Rosell, estamos ante un anuncio con “carta del paciente”. La característica más original es su inserción publicitaria junto al anuncio “gigante” del Contra-Eruptivo (LP nº 47) ocupando ambos toda la parte superior de la plana cuarta. Por ello se publican los mismos días y solo durante un mes. Se publica 9 días, desde 6 de mayo hasta el 3 de junio.

100.- Gabinete Médico Norte-Americano(AC)

Anuncio con tamaño horizontal con recorte de esferas negras con una primera inserción con seis indicaciones (mayúsculas y negritas), con diseño y marco que son de arriba abajo :

- **VIGORIZADOR VITAL.** Spaha Thomson
- **NO MAS SORDOS.** Contraserdera Thomson
- **NERVIOS.** Nervino Thomson
- **HERPES .** Panacea Thomson
- **ULCERAS.** Balsamo Thomson
- **ESTRECHECES .**Gran Thomson

Se observa la aparición de un nuevo concepto publicitario de allende los mares. El depositario de estos “específicos”, así los denominan, es el Director del Gabinete quien: “ contestará de palabra o por escrito, siempre gratuitamente, cuantas consultas o preguntas se le hagan para el mejor uso y conveniente aplicación de estos medicamentos”. Envío por correo, con lo cual” se pueden remitirse los medicamentos a todos los pueblos del mundo”. Aunque al final pone que también se venden “ en las acreditadas farmacias y droguerías del mundo”. Creo que nos encontramos ante los productos “Thomson” vendidos por algún “doctor de bata marrón” que ha cambiado el carromato por un primero de la calle Montera, 33 de Madrid. Tras las afecciones una narrativa global de todo tipo de indicaciones. El anuncio se publica 7 días, desde 13 de noviembre hasta el 25 de diciembre.

GABINETE MEDICO NORTE-AMERICANO, MONTERA, 33, 1.º, MADRID.

IMPORTANTE. El representante UNICO Y EXCLUSIVO DEPOSITARIO de estos Especificos lo es el contestará de palabra ó por escrito, siempre gratuitamente, cuantas consultas ó preguntas se le hagan para el mejor uso y conveniente aplicación de estos medicamentos. Remitirá prospectos en español á quien los pida y enviará los medicamentos á vuelta de correo y debidamente certificados, mandándoles su valor en libranzas del giro munito, letra ó sellos de franqueo. Pueden por lo tanto remitirse los medicamentos á todos los pueblos del mundo.

VIGORIZADOR VITAL DE LAS NATURALEZAS GASTADAS EN AMBOS SEXOS. Impotencia, esterilidad, espermatofores, debilidad genital, pérdida de esperma en sueños ó en vigilia, debilidad, padecimientos del estómago, de los nervios, pecho, hígado, bazo, jaquecas, estreñimiento, vahidos, insomnio, pérdida memoria, ideas tristes, hipocondría, dando por TÉRMINO reblandecimiento medular, imbecilidad, locura, extenuación, suicidio ó muerte. Para curar de verdad leas prospecto del SPAHA THOMPSON, que se da y envía gratis. Frasco, 30 Pesetas.— Medicación para 15 días.— Hasta un sólo frasco.

NO MAS SORDOS Sordera, Dificultad, Ruidos, Flujos y todas las enfermedades de los oídos, se curan con el CONTRASORBERA THOMPSON. Caja, 4 ptas.

NERVIOS Curacion radical de todas las enfermedades nerviosas y del COLEAZO con el NERVINO THOMPSON. Frasco, 25 pesetas.

HERPES SIFILIS. REUMA. VENEREO. ESCROFULA, y todos los HUMORES que infectan el sangue, se curan sin que vuelvan á reproducirse con la PANACEA THOMPSON, frasco, 20 pesetas.

ÚLCERAS CANCEROSAS, ESCROFULOSAS, ETC. y por malignas que sean, se curan medicamente con el BALSAMO THOMPSON. Calma en el acto los más agudos dolores, detiene la infección y cicatriza. Pco. 50 rs.

ESTRECHECES URETRALES, DILATACION CÓMODA Y SEGURA.— MAL DE PIEDRA. Calculos, arenillas, expulsión rápida. Catarro vejiga, próstata incontinencia y retención de orina. Dojos de la uretra, vagina y matriz, males secretos. El GRAN THOMPSON, grato específico Americano, es el eficaz curativo. Superior á todas las aguas minerales. Frasco, 6 pesetas.— Este medicamento es muy recomendado por todos los médicos Especialistas de España y América.

Véndense también en las acreditadas farmacias y droguerías del mundo.— Cuidado con las falsificaciones de expendedores sin conciencia.— En caso de duda pregunten al Director.

Figura 228. Primer anuncio.

ENFERMEDADES

SECRETAS

Curación infalible, secreta, cómoda y rápida de todos los **ELUJOS** de la **URETRA**, y **MAGENA** (**PURGACIONES, GOTA MILITAR, FLORES BLANCAS, ETC.**), por crónicas y antiguos que sean, con la

INYECCION KOCH.

CURACION INVARIABLE
HIGIENICA Y PRESERVATIVA.

S reales franco
en todas las Farmacias
y Droguerías.

PILDORAS SCOTT

PURIFICADORAS DE LA SANGRE. — GRANDE REMEDIO SOBERANO.

Las Pildoras Scott están comprobadas para la curación radical de los linfomas que circulan con la sangre. Como el Herpes, el Escorbuto, el Eritematismo, las Escaridias, la Anemia, la Clorosis, la Escaldadura de las piernas, por contusión, abuso de embrocaciones, y todas las que proceden de la Debilidad o infección de la sangre, á las que sobreviene la coloración y vicio natural. Las espirochas embrozadas, las que crían á sus hijos, las jóvenes enfermas en que las menstruaciones son débiles y dolorosas, hallan en escudo águero-medicinal. Las afecciones Nerviosas, Corazón, Hígos, Bazo, Huesos, Vez, abdomen, Pecho, Granulaciones de la Garganta; abscesos crónicos de los Riñones, de la Vejiga y del aparato urinario, dan grandes resultados en el Ventrículo y la Silión, sea cualquiera su cronología. Curan rápidamente los Fiejos de la Vagina y la Uterina, los de la sangre y las desviaciones perniciosas del caso. No tienen rival para la curación de las Ulceras, Ligas, Tumores, Escorriaciones y todas las dolencias de la Piel mantenidas por *rodulias, empollas, pitulias, escamas, papulas, tubérculos, manchas y erupciones.* En las enfermedades *parafóricas, sarna, tibia, lepra,* etc. los resultados son grandes. Recomendadas en las dolencias del Aparato respiratorio, como *tos, flemas crónicas, bronquitis y congestión leuque.* Curan también la *Gota, Jaqueca, Lombrices, Almorranas, Fiebre de Sanguis, Congestiones* y abren también como preservativo contra todas las enfermedades, haciendo uso de ellas en la primavera y en el otoño, en cuya época la sangre está en fermentación, y deben tomarse por espacio de tres ó cuatro semanas consiguiendo así una acción preventiva que difícilmente podrá vencer la enfermedad que tienda á presentarse. Las personas débiles ó que padezcan de enfermedades, se les hace indispensable su uso para evitación del todo bien. *Garnier & Co. de Londres.*

Las Pildoras Scott se venden á 0 reales caja en todas las acreditadas Farmacias y Droguerías del mundo.

REUMA. GOTA.

Curación radical y completa, sin reproducción de todos los dolores Nerviosos, Articulares, Numbros, por crónicos que sean, con el **ALKAALICO LÓBI, FICHESON.** — Acción instantánea de los más agudos dolores. Medicación interna y externa. — 40 reales pagados. — Va por correo sueltos el valor en sellos al Director del Gabinete Médico Norteamericano, Montevideo, 33. 1.º, Madrid. — Consultas y Prospectos gratis.

NOTA. El Director del Gabinete Médico Norteamericano, Montevideo, 33, 1.º, Madrid, contesta gratuitamente de palabra ó por escrito, cuantas consultas se le hagan para el mejor y más perfecto uso de estos medicamentos y encarga se tenga mucho cuidado con no ser engañado por falsificaciones. Si tiene dudas al comprarlos, comparelos siempre en su envase con el original.

Figura 229. Segundo anuncio.

101.- Grajeas depurativas del Dr. Gibert(AC)

Anuncio en vertical siguiendo el que podríamos llamar modelo “Raquin” con cabecera en negativo (letras blancas sobre fondo negro). Primera observación, en letras pequeñas debajo palabra ”DEPURATIVAS” aparece “Ioduradas”. Después la menciones de autoridad respecto al Dr. Gibert: Miembro de la Academia de Medicina y Primer Médico del Hospital de San Luis. Las indicaciones son ,Enfermedades cutáneas, Vicios de la sangre...Debido a su forma farmacéutica (grajeas) son de uso cómodo y resalta que tienen ”todos los principios de Jarabe Depurativo Iodurado del doctor Gibert”. Contra las falsificaciones, sello del gobierno francés y se reproduce firma de los inventores: Gibert y Boutigny, luego aparece Fcia Boutigny, Deslauriers Sr, 2r. Poissonniers, Paris. Tambien indica que se vende en “ todas las Farmacias y Droguerías del Universo”. Se anuncia 2 días 20 de enero y 23 de febrero.

El siguiente modelo de anuncio tiene un diseño original con forma circular. En el circulo exterior pone el nombre del producto y la dirección que aquí se modifica respecto al anterior. Phie Boutgny, luego dos direcciones: una arriba(31, rue de Cléry) y abajo (r. Poissonière,2) Deslauriers Sr. En el centro del circulo, un cuadrado donde se escribe toda la información. Se publica 4 días desde 27 enero hasta el 3 de marzo.

El ultimo modelo, es más un Anuncio Noticia, aunque se publica en la plana cuarta. Con letras mayúsculas y negritas: **AVISO IMPORTANTE** y

una raya gruesa negra, para fijar la atención del lector. El asunto es anuncio de falsificaciones “inactivas o dañinas” luego significan su argumento técnico “ DOS GRAJEAS REPRESENTAN UNA CUCHARADA DE JARABE”. Se publica dos días el 6 de febrero y el 11 de marzo.

La búsqueda de este producto nos ha aparecido como producto mercurial contra la sífilis, en (Bouchardat,1858,347) aparecen como ”Pildoras y Jarabe de deutoioduro de mercurio iodurado” se confirma que (2 pildoras equivalen a 25 gramos jarabe) y aparece como formula (¿) Boutigny-Gibert. En esta asociación Gibert es médico y Boutigny es farmacéutico, este debía haber fallecido porque en (Didot-Bottin,1864,1012) aparece *Boutigny (d’Evreux) fils en rue des Dames,35* y después: *Demailly succes de Boutigny (d’Evreux) en N.D. –des Champs,7*, y cita los productos anunciados. Para seguir con la confusión “Deslauriers” en (Carmouche,1885,552) aparece como nombre de unas grageas y el farmacéutico elaborador es Fournier (rue de Cléry,31). Por tanto cuando en el texto del anuncio pone Deslauriers Sr, ese “Sr” es diminutivo de Sucesores.

102.-Balsamo Dabay

Producto enmascarado en le texto del anuncio cuyo reclamo dice con letras mayúsculas ”REUMA”. Una característica importante es un Anuncio con Entradilla en la primera página, donde en una línea se dice. “Véase el anuncio REUMA de la 4ª plana”. Otra cosa significativa, es su venta por correo, por un tal ”Dr. Abad, especialista, Pacífico, 13 Madrid” y además por un médico. Claros indicadores de intrusismo y hasta de un remedio secreto. El nombre es el apellido al revés con una Y añadida al final. Ambos anuncios se publican el mismo número de veces, 8, desde 27 de octubre hasta el 27 noviembre. Algo debio pasar, pues solo duró un mes la campaña publicitaria.

103.-Jarabe Emenagogo de Raciborski

Anuncio ubicación especial, toda la cabecera de la cuarta página. Debajo del titular en mayúsculas y negritas pone, “médico especialista en las enfermedades de las mujeres, el más notable de Europa”. Luego anuncia un artículo del primer número de la revista “los medicamentos modernos”. Se vende en la botica del doctor Bernardo Aliño, plaza de Cajeros. Se inserta 8 veces durante los días 12 noviembre hasta 30 noviembre. Un solo mes de anunciante.



Figura 230. Primer anuncio.

104.- Quinina Dulce (AC)

Con signos de exclamacion y mayúsculas en negritas se escribe ¡¡**QUININA DULCE!!** Aquí más que el anuncio lo original es el producto: una napolitana. Al farmacéutico elaborador Dr. Santoyo de Linares se le ha ocurrido introducir en “una napolitana 1,2, o 4 granos de sulfato de quinina”. Dice que se encuentra en la boticas y “remitida certificada por el autor , como muestra (sin certificar)”. Se anuncia 5 días, desde el 23 hasta el 31 de mayo.



Figura 231. Primer anuncio.

La publicidad del Dr. Santoyo resulta equívoca. Se publica el 22 de mayo un Anuncio Noticia de Quinina Dulce, donde se cita al FEBRIFUGO INFANTIL SANTOYO, tras ello se citan periódicos médicos como : *El Genio, El diario, La Correspondencia, Revista Terapeutica, El Jurado, La Medicina Rural* y luego medicos, como *Tolosa Latour, Tejada y España Martinez, Esteban, Mesa Santa Olalla y Avilés, Torres Martinez*. Luego repite lo dicho antes.

¡QUININA DULCE! «Llena un gran vacío en la terapéutica infantil, pues une á su gratísimo sabor una gran eficacia». Así juzgan al FEBRIFUGO INFANTIL SANTOYO multitud de periódicos médicos tan respetables como *El Genio, El Diario, La Correspondencia, Revista Terapéutica, Il. de Beneficencia, El Jurado, La Medicina Rural*, y médicos tan eminentes como Tolosa Latour, Tejada y España Martínez, Esteban, Mesa Santa Olalla y Avilés, Torras Martínez y otros muchos. En una napolitana, que solo sabe á buen chocolate, pueden tomarse 1, 2 ó 4 granos de sulfato de quinina: 2, 3 ó 5 pesetas caja de 6, 12 ó 24 granos (en 6 napolitanas), y en las boticas ya remitida certificada por el autor, *Dr. Santoyo, de Linares (Jaén)*. Como muestra (sin certificar), un real pastilla.

Figura 232. Segundo anuncio.

Otro anuncio relacionado, se inserta solo una vez, el 17 de agosto, tiene como titulares. “CALENTURA, INAPETENCIA, DEBILIDAD” luego nos habla del “CHOCOLATE SANTOYO TONICO ANTIFEBRIL” y un poco después presenta el “FEBRIFUGO INFANTIL SANTOYO”, y como novedad añade que en Valencia se encuentra en farmacias Fabiá (frente a San Martin) y de Greus (plaza de Santa Catalina). Esta publicidad va buscando la marca, pero con tan únicas inserciones (una sola) no se puede alcanzar el objetivo buscado.

CALENTURAS, INAPETENCIA, DEBILIDAD.
 Probad el **CHOCOLATE SANTOYO TÓNICO ANTIFEBRIL**, y os convencéis de que es el mas seguro y eficaz de los remedios contra INTERMITENTES, INAPETENCIA Y DEBILIDAD; el mas barato y el único de sabor agradable y hasta apetitoso. 75 cénts. pastilla.
 Para niños, procurase el **FEBRIFUGO INFANTIL SANTOYO**. Hay papeles y pastillas de 35, 52 y 85 cénts.
 Ambos se hallan en las principales boticas, y su autor—Dr. Santoyo, de Linares (Jaén)—los envía por el correo. Pídanse prospectos.
 En Valencia, farmacias de Fabiá (frente á San Martín) y de Greus (plaza de Santa Catalina).

Figura 233. Tercer anuncio.

Aparece como participante en el Congreso Exposición Farmacéutica Nacional de 1882 (Ruiz Jimenez, 1990, 384) como Cayetano Rodriguez Santoyo, subdelegado de farmacia del Partido de Linares. Es premiado con medalla de plata por presentar un folleto titulado “Jarabes, su importancia, su utilidad y reformas que reclaman” (Ruiz Jimenez, 1990, 449).

105.- Pildoras de Brandreth

Anuncio en formato horizontal. Se anuncia como purgante vegetal, y en la narración va indicando las diferentes afecciones: purgante, afecciones

estomago, difteria (con gargaras de agua de cal) reumatismo... De venta en todas las Farmacias y el Déposito Central en Alomar y Uriach. Se anuncia 7 días , desde el 2 de febrero hasta el 15 de abril.

106.- Papel y Cigarrillos Gicquel (AC)

Anuncio en vertical estilo "Grimault" con la publicidad de cuatro especialidades. Ocupando 2/3 el "Papel y Cigarrillos Gicquel", en la cabecera a cada lado de la palabra ASMA (en negativo) unas medallas. Arriba dice: Medalla de Oro –Diploma de Honor. Luego indica que Gicquel es farmacéutico de 1ª clase en Paris. Y luego cita los medicos que recomiendan, Doctores: Pidoux, Courty, Behier, Cazenave, Martel, etc....En el 1/3 restante "El Jarabe y Pasta de Gicquel". Véndese en las principales Farmacias, y como añadido en Valencia en D. J. Garcia, plaza de la Congregación, 72. Se anuncia 2 días, el 15 y 28 de enero.

A final del año, aparecen 5 inserciones del 1 al 12 diciembre de un anuncio horizontal (cuatro líneas) con la palabra ASMA a la izquierda y en negativo ocupando 2/3 espacio, el resto de espacio en negativo promociona el Papel y Cigarrillos Gicquel e indica una dirección 4, rue Delaroche, Paris.

107.- Pastillas Géraudel (AC)

Este podría ser lo contrario del anterior anuncio, el inicio de una campaña publicitaria, pues se anuncia dos días del ultimo mes del año, 12 y 26 diciembre. Un anuncio espectacular por el formato vertical y el diseño. En la parte superior los titulares : "SI VDS TOSEN PASTILLAS GÉRAUDEL". La disposición de los caracteres favorece su legibilidad, en el centro aparece una figura humana y a un lado pone las inconvenientes y en otro las ventajas. Los contenidos informativos incluyen explicaciones, premios, posibles usuarios... De venta al por mayor, cita a Melchor Garcia, Capellanes 1 de Madrid y Dr. Quesada, plaza de la Merced,7 en Valencia. La venta al por menor en Farmacias y Droguerias. Pero antes, hace unas observaciones curiosas de comercialización, "Para España, transporte y derechos de aduana por cuenta del comprador", será para empresas importadoras. Para los particulares, "se puede recibir cada estuche contra un vale enviado al inventor" y tambien " Envio gratis y franco 6 pastillas de muestra , a titulo de ensayo, a toda persona que lo pide". Se consideran como nuevas formas de acercar el producto al usuario.

SI VDS TOSEN
no usen sino que las
PASTILLAS GÉRAUDEL

AL ALQUITRAN DE NORUEGA PURO
Obtenido por las laboraciones y Albederices en los Laboratorios de los Tios respiratorios
Lariego, Breguier, Pelissier

CONTRA
REUMA, TOS NERVIOSA, BRONQUITIS, LARINGITIS
RONQUERA, CATARROS, ASMAS, etc.

Todos los médicos recomiendan el uso de las PASTILLAS GÉRAUDEL; y rechazan el empleo de los productos al alquitran presentados bajo una forma sólida que obliga uno en tragárselos, tales son los chechos al alquitran, capsulas, píldoras, gajos perlas. Así mismo rechazan el uso de los Jarabes.

(Para darse cuenta exacta, leer las leyendas explicativas de la figura anatómica, más abajo).

INCONVENIENTES
de los Chechos, Capsulas, etc., al Alquitran.

1. — **Tubo del esófago**, por el cual bajan los chechos, capsulas, perlas al alquitran que no habiéndose disueltos en la boca, están precipitados con los alimentos y van a caer en el estómago, situ que la mas tufima parte de alquitran sea llevada a las vias respiratorias, para los cuales está remedio era destinado.

2. — **Extremidad del esófago**, por el cual los chechos, capsulas, perlas al alquitran, penetran en el estómago que cargan y embotazan con materias gelatinosas y azucaradas, gomas glicósidas, etc. causando de este modo perdida completa del apetito, dolores del estómago, embarazos gastricos, etc.

3. — **Intestino** (después del estómago) en el cual siguen los accidentes causados por los chechos, capsulas, perlas al alquitran, cuya masa indigesta deteriora los disórdenes mas graves: *Intumescencia intestinal, Ulceracion, Inarreas tenaces, etc.*, en razon de las substancias narcóticas que entran en su composicion: opio, sales de opio, morfina, codeína, cuyos peligros han sido señalados por el cuerpo medical entero.

VENTAJAS
de las PASTILLAS GÉRAUDEL al Alquitran.

A. — **Resquiesce**, en los cuales los vapores preservativos: curativos del alquitran producidos durante la succion de las Pastillas Géraudel son forzosa-mente enviados por la respiracion antes de pasar por los pulmones.

B. — **Celulas y Vesiculas pulmonares**, en que las exhalaciones aromáticas del alquitran producidas por las Pastillas Géraudel y traídas por cada inspiracion del aire, se sitian y producen luego sus efectos maravillosos.

En la cual darse cuenta, por las indicaciones dadas mas arriba, de los efectos naturales de las Pastillas Géraudel como consta de la apreciacion siguiente hecha por el órgano medical mas autorizado en Francia.

« M^r Géraudel ha encontrado un medio sencillo y práctico para enviar el alquitran hasta las ultimas ramificaciones de los bronquios, reduciendo en partículas sumamente pequeñas y mezclándolo con varias otras substancias, capaces de servir como «vehículo», para rechazar de ellas, el principio narcótico. »

« Doctor DELMIEU. »
(Gazette des Médicins), 23 de Noviembre de 1883.

Las PASTILLAS GÉRAUDEL son indispensables para todas las personas que deben hablar mucho, las que trabajan al aire libre, expuestas a las variaciones del tiempo, ó que sus trabajos obligan a respirar vapores ó polvos irritantes: Oficiales de talleres y de molino de harina, Cocheros, Cantorales, Actores, Gruderos, Profesionales, Abogados, Profesores, Maestros de escuela, Empleados de Ferro-Carril, etc. — para todos ellos estas Pastillas reemplazan ventajosamente toda clase de bebidas. — Se pueden emplear a toda hora, antes ó después de comer, de dia ó de noche, en su casa ó en la calle, caminando, trabajando, etc. — De suma utilidad para Cazadores y Fumadores.

Mas de cien mil personas se curan cada año con el empleo de estas Pastillas, y el Sr. Géraudel posee mas de 40.000 cartas de agradecimiento y alabanzas.

Las Pastillas Géraudel son las únicas pastillas al alquitran premiadas por la « Mesa de Jurados Internacionales de la Exposicion Universal de 1878 », — Medalla de oro Paris 1889 — sometidas a prueba por decision ministerial, segun el aviso del Consejo de Salud. — autorizadas en Rusia por el Gobierno, después de aprobacion por el Consejo Medical.

El precio es 72 pastillas, costeadas en la forma de empleo, cuesta en Francia 1 Paris 50 fr — en las las boticas.

Para España, transporte y derechos de aduana por cuenta del comprador.
(EXIGIR LA MARCA DE FABRICA DEPOSITADA)

SE PUEDE TAMBIEN RECIBIR CADA ESTUCHO CONTRA UN VALE, ENVIADO AL INVENTOR.

A. GÉRAUDEL, Boticario, en Sainte-Menehould (Francia.)

Envío gratis y franco a pastillas de muestra, a título de ensayo, a toda persona que lo pida.

Venta por mayor: Alar de Ubeda, Capitanes, 1, Madrid; Dr. Q. rosada, plaza de in. Alaroch, 7, Valencia. — Venta por menor: En todas las farmacias y droguerías.

Figura 234. Primer anuncio.

Los Anuncios de Continuidad no son estrictamente Anuncios Noticia, aunque están situados en medio de la página tercera. Los recogidos se publican a lo largo del mes de diciembre y tienen como titulares: “Los dos Ayunadores” (17-12), “La Estatua de la Libertad” (19-12), “El primer día del invierno” (21-12), “Un soneto cada mes” (25-12) y “La Torre Eiffel” (28-12). Entre el texto sea narrativo o poético se coloca el producto “Pastillas Géraudel”, y al final del texto el lugar de venta. Los afanes publicitarios le

llevan a coordinarse con un publicación llamada *Courrier Francais illustré* (CFi). En el anuncio sobre “La Estatua de la Libertad” dice, a un rico americano, su hija se ha salvado utilizando las pastillas, se le ocurre proponer poner en los vidrios del faro lo siguiente “La Libertad... de los pulmones, solo se obtiene usando las pastillas Géraudel”. No conocemos la veracidad de esta propuesta, creemos estamos en una autopublicidad. Para que su efecto sea permanente indica que los dibujos de la propuesta han sido reproducidos en CFi y son enviados gratis a los lectores de *Las Provincias* que lo soliciten. En el caso de la “Torre Eiffel” se indica que los oficiales que trabajan serán provistos de pastillas y el mejor dibujo de la torre ha sido publicado en CFi y se envía gratis a los lectores de *Las Provincias* que lo soliciten. El patrocinio de dibujos y la publicación en otra publicación tiene también el objetivo de aumentar el radio de acción. Pasamos a reproducir estos anuncios textuales por su orden de aparición .

LOS DOS AYUNADORES.

Succi y Merlatti están en este momento en Paris, los reyes del día. Cada cual se interesa á sus menores acciones: lo que dicen, lo que hacen, lo que toman. Si el uno de ellos tiene fiebre, se hace conocer cuántas pulsaciones indica su pulso; si viene á toser, se publica á Europa el número de Pastillas Géraudel que ha chupado. A propósito de estas famosas Pastillas Géraudel, adoptadas generalmente por el cuerpo medical entero, se discutió calurosamente si se debían considerar como alimentos. Todos los doctores presentes decidieron que no, porque es precisamente sobre este hecho científico, la volatilización del alquitrán enviado á los bronquios y á los pulmones por inhalación bajo forma de vapores, que sirvió de base al descubrimiento del Sr. Géraudel. Se admite facilmente que, no estando tragadas y enviadas al estómago como la mayor parte de las preparaciones pectorales, cápsulas, chochos, pastas, etcétera, el efecto de la Pastilla Géraudel se produce instantáneamente. Para darse una cuenta exacta de sus efectos maravillosos basta escribir al Sr. Géraudel en Sainte-Menehould (Francia), que envía gratis y franco 6 pastillas de muestra.

Venta por mayor, Melchor García, Capellanes, 1, Madrid; Dr. Quesada, plaza de la Merced, 7, Valencia.— Por menor, en todas las farmacias y droguerías.

Figura 235. Primer anuncio textual.

LA ESTATUA DE LA LIBERTAD

EN NUEVA-YORK.

Ultimamente se ha inaugurado la estatua de la Libertad en Nueva-York. Como se sabe, este monumento es uno de los mas altos del mundo. A este propósito, una proposición extravagante ha sido hecha por un americano riquísimo, entusiasta, como lo son los "Yankees.", La hija única de este bravo americano, habiendo sido salvada el año último de una enfermedad de los pulmones por el empleo de las pastillas Geraudel, él ofrecía dar, en su agradecimiento, una cantidad considerable, para que, sobre los vidrios del faro que sostiene la mano de la libertad, sea grabado: "La Libertad... de los pulmones, solo se obtiene usando las pastillas Geraudel." El ofrecimiento era serio, y notas diplomáticas fueron cambiadas sobre el particular. Un dibujo de la proposición fue hecho expresamente, y ha sido reproducido por el *Courrier Français illustré* del 14 de noviembre próximo pasado, que contiene además 7 ó 8 dibujos muy interesantes de nuestros mejores artistas. Este número, muy notable, será enviado gratis y franco á todos los lectores de LAS PROVINCIAS que lo pidan al *Courrier Français* 14, rue Séguler, en París.

Venta por mayor, Melchor García, Capellanes, 1, Madrid; Dr. Quesada, plaza de la Merced, 7, Valencia.—
Por menor, en todas las farmacias y droguerías.

Figura 236. Segundo anuncio textual.

EL PRIMER DIA DEL INVIERNO.

Hoy 21 de diciembre principia el invierno 1886-1887. El es el invierno en Viena, vino, trayendo consigo las veladas largas y alegres, las risueñas tertulias, los bailes y... los almanagues anuales.

Al lado de estos placeres diversos, hay el capítulo de los inconvenientes: la lluvia, la niebla, la humedad, que despiertan los dolores adormecidos, hacen aparecer nuevamente las broquitis crónicas, y determinarán el primer resfriado, que será tal vez la primera malla de una larga cadena de enfermedades de las vías respiratorias.

Cuando por primera vez se oye la tos, se inquieta y se interesa uno á los anuncios publicados por los farmacéuticos en la 4.ª página de los periódicos. Luego recuerda al paciente los engaños sufridos anteriormente con estos anuncios falaces, que todo lo prometen con tal que se compren. Además, vuelve á la memoria los envenenamientos producidos por los chochos y pastas, conteniendo demasiado opio y morfina, y que la prensa del año próximo pasado ha tan enérgicamente condenado.

El mejor consejo que se puede dar á los indecisos, es el de ir á consultar un médico, cuya respuesta será siempre la siguiente: "Tomen VV. Pastillas Geraudel." Su acción instantánea en los bronquios y los pulmones es indiscutible, y es fácil adquirir la prueba sin ningún gasto, pues el inventor, el Dr. Geraudel, boticario en Sainte-Menehould (Francia), envía gratis y franco seis pastillas de muestra á toda persona que lo pide.

Tan luego como se han probado, cien veces sobre cien, se apresura uno á comprar un estuche de 1 franco 50 de estas riquísimas Pastillas, que se halla en todas las boticas (en España, porte y derechos además.) En este caso, es la preservación para todo el invierno.

Venta por mayor, Melchor García, Capellanes, 1, Madrid; Dr. Quesada, plaza de la Merced, 7, Valencia.—
Por menor, en todas las farmacias y droguerías.

Figura 237. Tercer anuncio textual.

UN SONETO CADA MES.
El invierno
 Así está el invierno. Verdaderamente
 No es invierno que lo esperábamos
 Y años de esas neblinas
 Nos vienen encima
 Con asma, bronquitis y reumas,
 Nosotros que no tenemos
 Un hermoso vestido de plumas:
 Pues bien, que el diablo me lleva
 Si viene tocar á mi puerta.
 Un remedio sobrenatural,
 Me abriga de sus injurias
 Y no es otro, se lo juro
 Que la Pastilla Géraudel. ★
 Venta por mayor, Melchor García, Capellanes, 1, Ma-
 drid; Dr. Quesada, plaza de la Merced, 7, Valencia.—
 Por menor, en todas las farmacias y droguerías.

Figura 238. Cuarto anuncio textual.

EIFFEL

La resistencia al viento, sus efectos que ejercerán sobre ella, todos los obstáculos e inconvenientes prevenidos de su altura y de su peso de kilógramos, todo se ha dicho, y á propósito de la torre Eiffel, la atracción de la próxima Exposición de París.

Una cosa que no se ha previsto es que cuando la torre á una altura de 160 metros, se necesita una constitución especial para poder resistir á la rarefacción del aire, que se hace sentir á medida que uno sube. Por esta razón las periodistas no pueden vivir en Versalles, aunque esta ciudad tenga solo 90 metros de elevación mas que París.

Se ha decidido que los oficiales que trabajarán sobre la torre Eiffel serán provistos de estuques de Pastillas Géraudel, con el fin de dar á sus pulmones las fuerzas necesarias para resistir al aire frio y á los resfriados que pudiesen atrapar.

Esta decisión, muy justificada, ya es conocida, y los periodistas se han apoderado de esta actualidad, para terminar sus copias sobre la torre Eiffel con el refrán siguiente que se está haciendo popular:

¿Qué halla uno sobre la torre Eiffel?
 Un estuche de Pastillas Géraudel. ★

El mejor dibujo de la torre Eiffel ha visto la luz en el *Courrier Français illustré* del 21 de noviembre próximo pasado, el cual será enviado gratis y franco á cada lector del diario *Las Provincias* que lo pidiere al *Courrier Français*, 14, rue Séguier, Paris.

Venta por mayor, Melchor García, Capellanes, 1, Madrid; Dr. Quesada, plaza de la Merced, 7, Valencia.—
 Por menor, en todas las farmacias y droguerías.

Figura 239. Quinto anuncio textual.

108.-Bálsamo de Brasil

Anuncio de tamaño pequeño (cuatro líneas), con titular en mayúsculas “DOLOR DE MUELAS”. Las propiedades escuetas como: no quema ni estropea boca y dientes y efecto instantáneo. Proyección local. Doctor

Quesada, plaza de la Merced, 7. Se anuncia 6 días del mes de febrero, desde el día 6 al 27.

109.- Polvos Antigastrálgicos de Garcia Zaonero

Anuncio de un diseño original y llamativo, con el contenido informativo enmarcado en un rombo. El titular en negritas es : ESTOMAGO. Los mensajes publicitarios son, los polvos curan al “primer frasco” y la autoridad de los prescriptores remite si se solicita: “Pidanse prospectos con certificados de facultativos”.



Figura 240. Primer anuncio.

El creador es Farmacia Zaonero, San Vicente,121. Se anuncia 6 días del mes de julio, desde 21 al 31.

110.- Fumigatorio y Pulverización Makencie

Aparece con el titular en mayúsculas: DIFTERIA (CRUP). Un discurso largo sobre la enfermedad y la angustia de las madres. Son dos elementos que no describe, suponemos unos polvos y alguna aparato para pulverizar (¿). El unico depósito en Valencia , farmacia Costas, Sombrerería, 5. Se anuncia 6 días durante el mes de marzo, del día 13 hasta el 30.

111.- Específico del Dr. Abad

Publicidad de cinco líneas con el titular de “Sin tomar medicinas interiormente” en negritas, luego dice que, “ cura las Tercianas, Cuartanas, Diarias y demás calenturas”. Tiene Entradilla en primer plana y se remite certificado por correo. Se publicita 6 días, por espacio de un mes, desde 28 de octubre hasta el 28 noviembre.

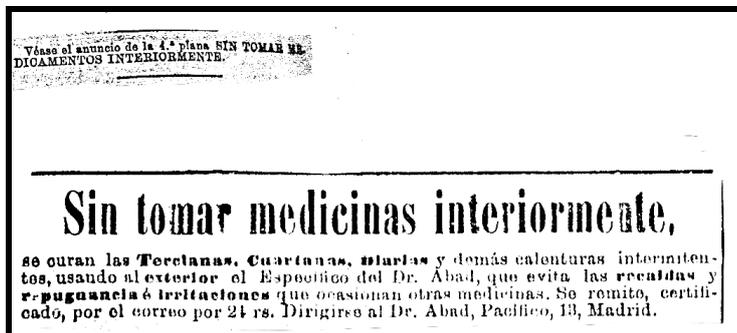


Figura 241. Anuncio entradilla y Primer anuncio.

112.- Papel Mostaza Alomar

Anuncio horizontal de posible creación algún diseñador, pues todos los anuncios de Alomar y Uriach tienen un parecido compositivo, no solo en la forma sino también en el contenido. Un contenido informativo que en este caso explica como aplicar el producto en todas las posibles circunstancias. Se anuncia 6 días desde 27 de enero hasta el 25 diciembre, con la misma frecuencia que el anuncio anterior.

113.- Alimento del pueblo

Anuncio de alimentación, el titular con letras grandes : “YA LLEGO” que llama la atención. Y sigue uno con la curiosidad, “la segunda remesa de la exquisita sopa titulada EL ALIMENTO DEL PUEBLO”. No sabemos su uso efectivo, por la publicidad nos comunica que había las marcas A y D, ahora han recibido las B y C. También se han recibido las F y G con extractos de carne de ternera. La prueba de autoridad la realizan los “ilustres profesores Dr. Rodolfo Warner, Dr. Remigio Fresenius, Dr. Gustavo Fager y Dr. Hirt.

Se halla a la venta en las principales tiendas de especias y ultramarinos, y aquí viene su inserción en este trabajo, un recuerdo a los especieros. El Depósito general, plaza del Mercado, 17, Valencia y otros

depositarios son: en Barcelona, Sociedad Farmacéutica Española.-Málaga, Dr. J.L. Lacave.- Palma de Mallorca.- Hijos de Rafael Pomar.-Castellón ,D. Joaquin Catalán.-Tortosa, D. Pedro Pastor.- Gandia, D.Antonio Buada. Se anuncia 5 días durante el mes de febrero, desde el 5 hasta el 13. Con una originalidad ,el anuncio del día 5 se publica junto con un Anuncio Noticia. Las aportaciones nuevas con respecto a lo comentado antes, son el nombre del fabricante “casa Schorke” y que matiza que las eminencias son médica y químicas. Investigamos los depositarios y en (Bailly-Baillièrè,1886,1766) aparece un J. Barjau, comerciante en plaza Mercado, 17, En Castellón no hemos encontrado nada y en Gandia ((Bailly-Baillièrè,1886,1797) Antonio Buada aparece relacionado con el mundo de los cereales (Granos, Harinas y Panaderia). Su presencia en farmacias a través de la Sociedad Farmacéutica Española.

114.- Regenerador Lacteo Dr. Fernandez

Anuncio horizontal con titular. “A LAS MADRES” se trata de un producto para conseguir mucha cantidad y calidad de leche para criar a los hijos. De venta en todas las farmacias de España y al por mayor almacendrogueria de San Antonio,Valencia. Un ejemplo del conflicto Farmacias-Droguerías, estas últimas se dedicaban a la venta al por mayor. ¿Drogueria de San Antonio? En el anuncio número 41, aparece como “Blas Cuesta e hijos”. Se publica 6 días, desde el 6 al 14 abril, todos los días seguidos.

115.-Tubos y caspulas de Terebento del Dr. Costas

Anuncio de cuatro líneas con un titular que dice “ASMA” luego anuncia el producto y pone la dirección del preparador. Se publica 5 días, durante el mes de diciembre, desde 5 al 30 diciembre.

116.- Emplastos Porosos de Allcock

Anuncio horizontal donde se aporta información sobre el producto como, más de 50 millones de personas lo han usado desde 1847. De venta en todas las Farmacias y depósito central, Alomar y Uriach. Se publica 5 veces, desde el 30 de enero hasta el 21 de diciembre. Empieza publicándose una vez al mes y desde abril desaparece hasta diciembre.

117.-Solución Alomar de Clorhidro-Fosfato de Cal

Anuncio Horizontal con el estilo de los anteriores anuncios de Alomar y Uriach. Aquí se trata de un producto de uso continuado durante mucho tiempo, es decir, no hace falta acreditarlo. Se publica 5 veces, desde 26 enero hasta el 9 diciembre, con la misma frecuencia de los anteriores anuncios.

118.- Jarabe rabano yodado Alomar

Anuncio con diseño de la marca "Alomar", las diferencias son: preparado en frío y concentrado al vacío. Un día se publica junto al anuncio de "Solución Alomar de Clorhidro-fosfato de Cal" (8 de abril). Las inserciones son 5 días, el 31-1, 17-3-17-3 , 8-4 y 23-12.

119.-Jarabe de Quina ferruginoso Alomar

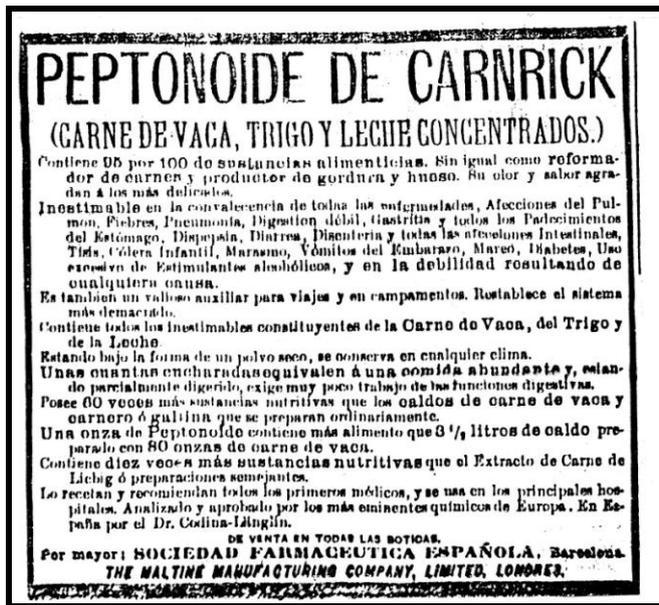
Anuncio horizontal con el diseño anterior. Haciendo marca, asociando a la composición del producto el nombre. En los casos que este sea muy largo, como es este, en la primera línea se coloca: JARABE DE QUINA FERRUGINOSO y debajo ALOMAR, con letras de tamaño el doble que las anteriores. Se anuncia 5 veces, desde 28 de enero hasta el 18 de diciembre, con la misma periodicidad que los anteriores.



Figura 242. Primer anuncio.

120.-Peptonoide de Carnrick

Anuncio horizontal con marco negro, de origen británico. Un titular en mayúsculas y debajo con el mismo tipo de letras: Carne de Vaca, Trigo y leche concentrados. Ensalzadas las virtudes se pasa a poner en evidencia a la competencia. Posee 60 veces mas sustancias nutritivas que los caldos de gallina,vaca ,carnero y extracto de carne liebig. Utiliza medidas inglesas. La autoridad de los prescriptores es anunciada e indica que en España es analizado por el Dr. Codina-Länglin. Prestigioso farmacéutico y químico forense de la Audiencia de Barcelona, en (Roldán,1958,1,692-698) se le dedican seis páginas.



PEPTONOIDE DE CARNRICK
(CARNE DE VACA, TRIGO Y LECHE CONCENTRADOS.)

Contiene 66 por 100 de sustancias alimenticias. Sin igual como reformador de carne y productor de gordura y hueso. Su olor y sabor agradan a los más delicados.

Indispensable en la convalecencia de todas las enfermedades. Afecciones del Pulmón, Fiebres, Pneumonia, Digestión débil, Gastritis y todos los Padecimientos del Estómago, Dispepsia, Diarrea, Disenteria y todas las afecciones Intestinales, Tisis, Cólera Infantil, Marasmo, Vómitos del Embarazo, Mareo, Diabetes, Uso excesivo de Estimulantes alcohólicos, y en la debilidad resultando de cualquiera causa.

Es también un valioso auxiliar para viajes y en campamentos. Restablece el sistema más demacado.

Contiene todos los inestimables constituyentes de la Carne de Vaca, del Trigo y de la Leche.

Estando bajo la forma de un polvo seco, se conserva en cualquier clima.

Unas cuantas cucharadas equivalen a una comida abundante y, estando parcialmente digerido, exige muy poco trabajo de las funciones digestivas.

Posee 60 veces más sustancias nutritivas que los caldos de carne de vaca y carnero ó gallina que se preparan ordinariamente.

Una onza de Peptonoide contiene más alimento que 3 1/2 litros de caldo preparado con 80 onzas de carne de vaca.

Contiene diez veces más sustancias nutritivas que el Extracto de Carne de Liebig ó preparaciones semejantes.

Lo recetan y recomiendan todos los primeros médicos, y se usa en los principales hospitales. Analizado y aprobado por los más eminentes químicos de Europa. En España por el Dr. Codina-Länglin.

DE VENTA EN TODAS LAS BOTICAS.

Por mayor: **SOCIEDAD FARMACEUTICA ESPAÑOLA, Barcelona.**
THE MALTINE MANUFACTURING COMPANY, LIMITED, LONDRES.

Figura 243. Primer anuncio.

De venta en todas las Boticas, al por mayor por la Sociedad Farmacéutica de Barcelona. En la ultima línea por el nombre del fabricante: THE MALTINE MANUFACTURING COMPANY LIMITED, LONDRES. Se anuncia 4 días, durante dos meses:14-1, 22-1, 3-2 y 11-2.

121.-Pastillas de Varias Clases

Este anuncio es más de autopublicidad que comercial, ya hemos visto uno (LP-61) donde se anuncian diferentes jarabes en la farmacia Dr. Quesada.

Ahora otro de los farmacéuticos más activos, por lo menos desde el punto de vista publicitario, la Farmacia de Costas inserta este anuncio.

PASTILLAS DE VARIAS CLASES.		<i>Plas.</i>
De azufraifas.	caja	0'85
" Caracoles.	"	0'85
" Malvabiscos.	"	0'85
" Jaramago. (quinauue).	"	0'60
" Médula de vaca.	"	0'85
" Dethan.	"	0'60
" Tolú.	"	0'40
" Magnesia.	"	0'85
Bombones de goma.	"	0'85
" " " á la rosa.	"	0'85
Farmacia de Costas, Sombrereria, 5, bajo el campanario de Santa Catalina.		

Figura 244. Primer anuncio.

Las pastillas son de elaboración más compleja que los jarabes, y entre ellas oferta de Jaramago, Médula de Vaca, de Dethan, Tolú, Magnesia y Bombones de goma entre otros. El utilizar un nombre de un farmacéutico francés como Dethan (veáse anuncio número 37), no es muy correcto, máxime cuando podía averiguar su composición como lo hemos hecho nosotros. Se anuncia en Sombreria,5 bajo el campanario de Santa Catalina. Se publicita 4 veces ,los días 17-1,22-1,29-1 y 7-2.

122.-Aceite Peptonizado de Aceite Hígado Bacalao con leche de Carrick

Anuncio casi cuadrado enmarcado con todo el título en mayúsculas. Se mezclan tres conceptos:Aceite hígado de bacalao, leche y peptona. La mezcla peptonizada (digerida) dicen se asimila mejor que los otros. Cita el concepto controvertido "emulsion" donde dice que esta mezcla es superior a las otras emulsiones, pero después anuncia "La Emulsion de Carrick es la más perfecta que jamás se ha hecho". También indican que tiene otro preparado con "Hipofosfitos de Cal". Los datos finales son los mismos que el anuncio número 119. Se anuncia 4 veces, los días 13-1, 21-1, 2-2 y 10-2.

123.-Vino Quesada con coca de Perú

Anuncio horizontal de un tamaño mediano con nueve líneas. Estimula el sistema nervioso y evita la gordura y obesidad. Dr Quesada, plaza de la

Merced, 7. No pone Farmacia, y se anuncia poco, solo 3 días 22-1.29.1 y 5-2 en la página segunda.

VINO QUESADA CON COCA DE PERÚ.
Gran estimulante del estómago, devuelve el apetito perdido.
Estimulando el sistema nervioso, levanta de la prostración en que se encuentran muchos enfermos.
Poderoso agente para la digestión de los alimentos.
Evita la gordura y obesidad.
BOTELLA GRANDE, 20 REALES.
Dr. Quesada, Plaza de la Merced, núm. 7.

Figura 245. Primer anuncio.

124.-Microbicida abortivo

Anuncio pequeño que llama la atención por su titular, debajo pone “de fiebre tifoidea (tifus) de F. Urgell. Hace “abortar” la enfermedad en veinticuatro horas, si se administra los siete primeros días. Se vende en la farmacia de Andrés y Fabiá, San Vicente, 22. Se anuncia 3 días, 4,10 y 17 del mes de diciembre.

MICROBICIDA ABORTIVO
de fiebre tifoidea (tifus) de F. Urgell
Con este maravilloso específico se logra en muchos enfermos hacer abortar la enfermedad en veinticuatro horas si se administra en los primeros siete días. En los demás se hace mas benigno y termina favorablemente en pocos dias. Véndese en la farmacia de Andrés y Fabiá, San Vicente, 22.

Figura 246 . Primer anuncio.

125.- Alimento soluble de Carnrick

Anuncio modelo “Carnrick”, el titular es “IMPORTANTE”, en la siguiente línea “A LAS MADRES Y NODRIZAS” y en la otra línea “Alimento Soluble de Carnrick” continua diciendo las bondades del producto. Los datos finales son los mismos que los anuncios números 119 y 121. Esto nos evidencia alguna coordinación en su elaboración, la presencia de un intermediario, ¿una Agencia? Posible proveniente del mundo anglosajon. ¿Un Agente? Seguro dada la necesidad de coordinar diferentes situaciones. Se

publica 3 días, 15-1, 23-1 y 4 -2. Llama la atención lo corto de la campaña publicitaria. Es posible que se negociará a nivel nacional y entonces son más periódicos donde publicar, pues las fechas de inserción de los anuncios coinciden los primeros meses del año en curso.

126.-Maltina de Carnrick

Anuncio modelo “Carnrick”. Se comienza como “El único Extracto de Malta conteniendo estos tres cereales “ (cebada, trigo y avena). Luego empieza a recomendar el uso de la “Maltina” con Pepsina, Pancreatina, Hipofosfito, Yerbina, Aceite de Hígado de Bacalao, Hierro, Quinina, Estricnina, Fósforo... Los párrafos finales iguales que los anuncios 119,121 y125. Se publica 3 días, 20-1, 1-2 y 9-2.

127.-Jarabe hipofosfitos de cal y sosa Dr. Quesada

Anuncio horizontal con titular del anuncio de cinco líneas es : ”AFECCIONES DE PECHO”, indica “Fórmula Hurchil”. No pone farmacia, sino Dr.Quesada. Se anuncia tres días, 20-1,27-1 y 4 -2.

128.-Jarabe de Lactofosfato de cal Dr. Quesada

Anuncio horizontal con titular del anuncio es:”LAS MADRES Y LOS NIÑOS” debe usar este jarabe formula Dusart. En el anuncio número 79 se habla de la formula Dusart. Se anuncia solo dos días, 21 de enero y 4 febrero.



Figura 247. Primer anuncio.

129.-Licor Benedictine

Anuncio horizontal con marco negro, a la izquierda reproduce botella, y el título “VERITABLE LIQUEUR BENDICTINE”. De la Abadía de Fécamp. Entre las autoridades , ” las celebridades médicas de Francia y del

extranjero.... Beneficios higiénicos del licor Benedictino”. Además “como preservativo en las afecciones epidémicas coléricas”, un recordatorio a la epidemia de cólera de 1885. Se vende en todas partes y dos anuncios en 21-1 y 30-1.

130.-Injection Brou

Se anuncia con titular en francés, en negativo y mayúsculas. De formato pequeño (4 líneas) y horizontal. Se vende en las principales boticas del universo, con 30 años de éxito. Se anuncia dos días, 13 enero (página 3) y 20 de enero. Posible fin de campaña publicitaria.

131.- Polvos Antigastralgicos de Romeo

El titular en mayúsculas y negritas es “ A LOS ENFERMOS DEL ESTOMAGO”. Escribe que tiene 15 años de éxito. En las principales farmacias , al por mayor en Melchor Garcia, Madrid y Valladolid, Dr. Romeo. Anuncio horizontal de 6 líneas y que se publica un solo día el 5 de mayo.

132.-Pastillas de la Ermita

Anuncio pequeño (4 líneas) en horizontal con titular “TOS” desaparece con las PASTILLAS DE LA ERMITA. Farmacia de D. José García Royo, plaza de la Congregación, 72. Se publica un día, el 20 de diciembre.



Figura 248. Primer anuncio.

133.-Rob Boyveau Laffecteur

Anuncio horizontal con filete negro. Con diseño, el titular aparece en mayúscula y negativo (fondo negro, letras blancas) después viene el texto que nos informa de un “Jarabe depurativo y reconstituyente” (negritas), de composición vegetal. Aprobado en 1778 por la Antigua Sociedad real de Medicina y por un decreto del año XIII. Luego repite el titular antedicho y

debajo pone de Yoduro de Potasio. Nos está anunciado otro jarabe. En todas las farmacias y Paris, J. Ferré Farmac. 102, rue Richelieu y Sucr. De Boyveau- Laffecteur. Se publica un solo día el 17 de enero. Estaba considerado como un “remedio secreto”.

ROB BOYVEAU LAFFECTEUR

Este Jarabe depurativo y reconstituyente, de un gusto agradable, de una composición exclusivamente vegetal, ha sido aprobado en 1778 por la antigua Sociedad real de Medicina y por un decreto del año XIII. — Cura todas las enfermedades que resultan de vicios de la sangre, como Escrófulas, Eczema, Soriasis, Herpes, Liqueur, Impétigo, Gota, Reumatismo. — Por sus propiedades aperitivas, digestivas, diuréticas y sudoríficas favorece el desarrollo de las funciones de nutrición, fortifica la economía y provoca la expulsión de los elementos morbidos, ya sean virulentos o parasitarios.

ROB BOYVEAU LAFFECTEUR
de YODURO DE POTASIO

Es el medicamento por excelencia para curar los accidentes sífilíticos antiguos o rebeldes: *Úlceras, Tumores, Exostosis*, así como el *Linfatismo*, la *Escrofulosa* y la *Tuberculosa*. — EN TODAS LAS FARMACIAS. En PARIS, casa J. FERRÉ Farmac. 102, Rue Richelieu, y Sucr de BOYVEAU-LAFFECTEUR

Figura 249. Primer anuncio.

134.-Vino Ferruginoso Aroud

Anuncio horizontal con recuadro ancho negro , con antetítulo de CARNE, HIERRO Y QUINA. Por mayor en Paris, en casa de J.Ferré, Farmaceutico,102, rue Richelieu, sucesor de Aroud. En las principales boticas. Se publica un solo día, el 23 de enero.

CARNE, HIERRO y QUINA

El Alimento más fortificante unido a los Tónicos más reparadores.

VINO FERRUGINOSO AROUD

Y CON TODOS LOS PRINCIPIOS NUTRITIVOS DE LA CARNE

CARNE, HIERRO y QUINA! Diez años de éxito continuado y las afirmaciones de todas las eminencias médicas prueban que esta asociación de la **Carne, Hierro y Quina** constituye el reparador más energético que se conoce para curar: la *Clorosis*, la *Anemia*, las *Menstruaciones dolorosas*, el *Empobrecimiento* y la *Alteración de la Sangre*, el *Raquismo*, las *Afecciones escrofulosas y escurbuticas*, etc. El **Vino Ferruginoso de Aroud** es, en efecto, el único que reúne todo lo que entona y fortalece los órganos; regulariza, coordena y aumenta considerablemente las fuerzas ó infunde a la sangre empobrecida y descolorida el *Vigor*, la *Coloración* y la *Energía vital*.

Por mayor, en Paris, en casa de J. FERRÉ, Farmaceutico, 102, rue Richelieu, Sucesor de AROUD. — SE VENDE EN TODAS LAS PRINCIPALES BOTICAS. ó en

EXIJASE el nombre y la firma **AROUND**

Figura 250. Primer anuncio.

135.-Vino Aroud con Quina

Anuncio horizontal de idéntico diseño al anterior, como antetítulo de CARNE y QUINA. Todo lo demás igual. Se publica un solo día, el 22 de enero.

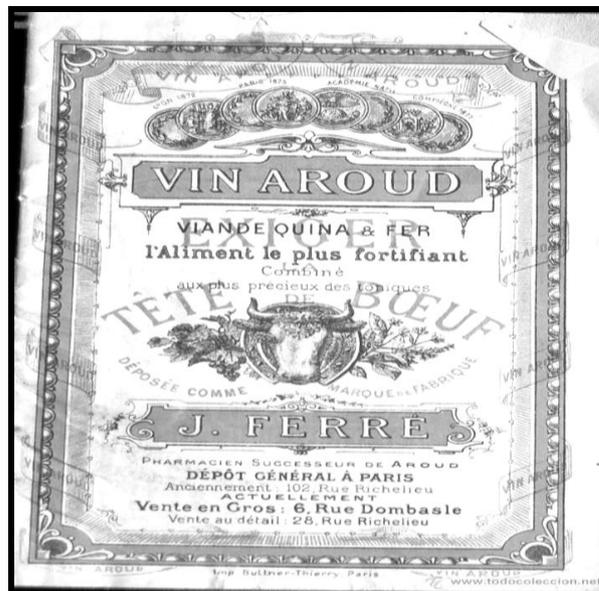


Figura 251. Reproducción anuncio página Todocoleccion.net

Inventario Ocupaciones y Profesiones Sanitarias en *El Mercantil Valenciano*

En el siglo XIX hay tres profesiones bien delimitadas, Medicina, Cirugía y Farmacia. Un asunto complejo ha sido la clasificación de estos reclamos publicitarios. Partimos de las publicidades insertadas en las páginas de los periódicos diarios y redactadas muchas veces por los propios anunciantes. Ahí nuestros conceptos del siglo XX interaccionan con la

realidad social y publicitaria del siglo XIX. Por ejemplo, los dentistas ¿es una profesión o una ocupación?. En el diccionario de RAE 21 ed. asocia ocupación, en su tercera acepción a “Empleo, oficio o dignidad”. Y oficio, en su tercera acepción a “Profesión de algún arte mecánico”. Nos va señalando la relación entre ocupación y oficio. Se ve más claro en el diccionario de Maria Moliner, nos aclara un poco la acepción de oficio, cuando afirma “ cada una de las clases de trabajo con denominación propia en que se emplea principalmente esfuerzo físico o habilidad manual y no requieren estudios técnicos especiales”.

A mediados del XIX los dentistas están a medio camino de una profesión (cerca de la medicina) y una ocupación (si son barberos). Por el Real Decreto de 4 junio 1875 (Gaceta de Madrid 5 de junio 1875) los Practicantes pasarán a ser Cirujanos Dentistas. En su Artículo 1º dice “ El arte del dentista constituirá en lo sucesivo una profesión denominada << Cirujano-dentista>> para cuyo ejercicio se expedirá un título especial.” Unos años después por Real Orden de 14 julio de 1883(Gaceta de Madrid 31 de julio de 1883) a instancias de Doña Dolores González, “ se autoriza a las señoras a ejercer la profesión de Cirujano-dentista en las mismas condiciones que a los hombres”. Interesante porque en nuestro trabajo de investigación aparece Madame Antoine como dentista ambulante. La Odontología no llegará hasta 1901, donde por Real Orden de 21 de marzo de 1901(Gaceta de Madrid 14 de abril de 1901) donde en su Artículo 1º dice “Se establecerán en la Facultad de Medicina de Madrid dos cátedras suplementarias, una teórica práctica de Odontología y otra práctica de Protesis dentaria.” Por tanto, los dentistas aunque no han alcanzado la especialización dentro de la Medicina se les exige una cierta formación y titulación por tanto son profesionales.

En un siglo de constante cambio, con los inicios de la publicidad comercial los intentos clasificatorios a veces resultan “guillotinescos”. Por todo lo que se mueve alrededor de las profesiones aunque tendríamos que definir que es un profesional en el siglo XIX. Sería una persona con formación al máximo nivel, es decir, universitaria y cuyo ejercicio esté regulado por academias o colegios profesionales. Llamaríamos ocupaciones a actividades aprendidas y ejercidas a nivel de aprendizaje con otros miembros del sector y reguladas por Gremios. Hemos optado por llamar profesiones a Medicina, Farmacia y Veterinaria. Por ocupaciones consideramos a las Nodrizas, Optica, Ortopedia, y todo lo que claramente no sea una profesión.

En su diseño y composición los elementos de un reclamo publicitario puede variar con cierta facilidad, aparecen las erratas, con bailes de números y letras, que gracias a la aparición diaria son corregidos en el tiempo. Hay anuncios que adoptan diferentes composiciones y variaciones en el texto, como la publicidad del óptico Lubat con hasta nueve tipos de anuncios diferentes. Tras ello se esconde no solo llamar la atención del lector, sino todas las características de la publicidad comentadas anteriormente. Entonces introducimos el criterio de Anuncio de Continuidad, donde agrupamos las diferentes variantes. En el Inventario aparecerán como un solo registro con hasta nueve tipos diferentes.

En la ordenación, como en otros apartados hemos seguido el orden de más impactos publicitarios a menor cantidad. En el orden temporal, de una misma publicidad el orden del mes enero al de diciembre. Algunos de estos anuncios tienen un carácter informativo modelo “tarjeta de visita” por su contenido textual, y adoptan ese formato compositivo. Entonces hablaremos de anuncios tipo “tarjeta de visita”, son anuncios de corta extensión y tienen la anchura de una columna, muchas veces se colocan en la página tercera, y si son en la plana cuarta entre los anuncios por palabras, con los cuales comparten parecida extensión. .



Figura 252. Plana EMV donde aparecen anuncios Dentista y Nodrizas.

1.- Nodrizas (AC)

Anuncio que se publica todos los días del año en la cuarta plana del periódico. Es un anuncio que se publica a un tamaño de una columna de ancho y diferentes largos. La longitud de la publicidad es debida a que a veces, se anuncia una sola Agencia (calle Baja número 8). Otras, puede llevar dos Agencias, la anterior y otra en la calle Campaneros. Pero también, puede llevar tres mensajes publicitarios, las dos Agencias dichas antes, más una oferta personalizada. Todo ello nos indica que estas Agencias gestionan la longitud del anuncio, diríamos que modestamente están actuando como las futuras Agencias de Publicidad. También indicar que esta actividad profesional está relacionada con el denominado Servicio Doméstico, y también suelen facilitar no solo amas de leche sino también sirvientas. Se reproduce un caso de lo últimamente relatado.

Nodrizas.
En la Agencia de la calle Baja, número 9. bajo. darán razón de cuatro nodrizas para criar en casa los padres de la criatura; son viudas, y en particular hay una aragonesa con muy buenos informes.
También hay amas de Valencia y labradoras y se coloca toda clase de criadas y criados para el servicio doméstico.
En la agencia de la calle de Campaneros darán razón de varias amas, viudas, labradoras y de Valencia para casa los padres y en sus casas, leche desde quince días hasta de un año; también se proporciona toda clase de servicio doméstico.
Una de 28 años, leche de siete meses. **U** desea criar en su casa: darán razón calle de la Muela, núm, 8, 3.^ª

Figura 253. Anuncio agencias .

Pero otras veces aparecen hasta seis avisos publicitarios, unos de Agencias y otros que parecen ser particulares, pero todos dentro de la misma inserción. Se adjunta ejemplo.

Nodrizas.

En la agencia de la calle de Campa-
ñeros darán razon de varias amas,
viudas, labradoras y de Valencia para
casa los padres y en sus casas, leche
desde quinze d'as hasta de un año;
tambien se proporciona toda clase de
servicio doméstico.

En la Agencia de la calle Baja, núme-
ro 9, darán razon de varias amas de
leche, viudas, para criar en casa de los
padres; una de ellas de Teruel, leche de
cuatro meses, de edad de 22 años; ade-
más las hay de Valencia y de la huer-
ta, para criar en sus casas. Tambien se
proporciona personal, para servicio á
domicilio. Calle Baja, núm. 9, bajo.

En la calle de Caballeros, núm. 13.
Edarán razon de varias amas de leche
para casa de los padres y dos de la
huerta. Tiempo de la leche, de quinze
dias hasta diez meses.

Una de 27 años, leche de un año, de-
sea criar en casa los padres de la
criatura: darán razon calle de la Hi-
guera, núm. 4, piso 2.º

Una de Patraix, leche de ocho meses,
busca cria para su casa: darán razon
Sorolla, 49.

En la calle del Conde Carlet, núm. 9,
bajo, darán razon de varias amas de
leche, viudas, labradoras y de Valen-
cia, leche de un mes hasta ocho, con
buenos antecedentes.

Figura 254. Anuncio múltiple.

ial porque aunque está relacionado con el tema, figura como Aviso de cambio de domicilio. Su tamaño es de siete líneas, en él se dice que la “corredora de sirvientas y nodrizas que vivía en la calle de las Monjas del Pie de la Cruz, 3 bajo, se ha trasladado a la del Triador, 2 pral... “. Donde sigue ofreciendo sus servicios Este aviso se publica 80 veces, desde el 4 de junio al 30 de diciembre. En total, una duración de medio año, tal extensión obedece a una doble finalidad, por un lado informa del traslado de domicilio y por otra se hace publicidad de sus servicios.

2.-Dentista Benito Zafon

Se publica 178 días desde el 2 de enero hasta el 31 de diciembre. Es un anuncio modular de una longitud de diez líneas, donde explica todos sus servicios: extraer muelas y reigones, guía las de los niños, coloca dientes artificiales, limpia la dentadura, cura enfermedades secretas de hombres, mujeres y niños, las que su título autoriza. Esta última expresión nos indica que disponía de alguna titulación. El Real decreto de 4 de junio de 1875 creó el especialista Cirujano Dentista, hasta entonces solo era requisito para ejercer la profesión pagar la contribución industrial a Hacienda. Por autorizaciones anteriores estaban capacitados los Ministrantes (real Orden de 28 de junio de

1846) y los Practicantes desde 1857 hasta una Real orden de octubre de 1877 que anulo las atribuciones dentales de los Practicantes.

DENTISTA.

Don Benito Zafon, extrae muelas y reígoras sin dolor, con la mayor facilidad, guia a los de los niños y coloca artificiales, limpia la dentadura, cura enfermedades secretas, de hombres, mujeres y niños, las que su titulo le autoriza, Valencia, plaza del Mercado, 29, tercera puerta, junto á la guardia del Principal.

Figura 255 . Primer anuncio.

3.-Optico Lubat (AC)

Se publican 9 tipos de anuncios de este establecimiento óptico, menos dos todos tienen alguna ilustración óptica. Esta gran variedad de formatos publicitarios obedece a un interés por llamar la atención del lector de forma mantenida. El primer anuncio es horizontal y reproduce unos anteojos. Su titular es en mayúsculas, primero en negritas ANTEOJOS y debajo sin negritas: EN VERDADERO CRISTAL DE ROCA DE BRASIL. Luego el surtido de aparatos para el análisis de vinos, campanillas eléctricas, cuadros indicadores, pilas, hilos...y una infinidad de artículos de óptica, física, matemáticas y electricidad. Al final, J. Lubat, calle Zaragoza, 36. Se anuncia durante 30 días desde 5 enero hasta el 27 de julio. De esas inserciones, 11 se producen en la página tercera.



ANTEOJOS

EN VERDADERO CRISTAL DE
ROCA DEL BRASIL.

Aparatos para el análisis de
vinos de Sallerón Malligand, Ama-

pat y otros autores, campanillas eléctricas, cuadros indicadores, pilas, hilos y llamadores eléctricos, tubos acústicos con pito para usos domésticos, y una infinidad de artículos de óptica, física, matemáticas y electricidad.

J. Lubat, óptico, calle de Zaragoza, 36, Valencia.

Figura 256. Primer anuncio.

En el siguiente reclamo publicitario aparecen unos prismáticos a la izquierda, supongo que para llamar la atención del lector. Es un anuncio horizontal corto de texto y con la tipografía del anterior, titular en mayúscula y negritas y subtítulo sin negritas, luego la dirección vuelve al tipo de negritas. El texto es: **TEATROS/ GRAN SURTIDO DE GEMELOS/ Lubat, calle Zaragoza, 36.** Se publica 3 veces, 4, 5 y 6 de marzo en la página tercera.



Figura 257 . Segundo anuncio.

El tercer anuncio no reproduce nada. El anuncio es horizontal y con cuatro líneas. Vuelve a jugar con los tipos de letras con la siguiente cadencia: mayúsculas y negritas, mayúsculas, mayúsculas y negritas, minúsculas y negritas. **LENTES Y GAFAS DE ORO/ CON CRISTALES DE ROCA/ J.LUBAT, OPTICO, calle Zaragoza, núm. 36.** Se anuncia 11 veces, desde el día 11 de abril al 20 de junio, de ellos seis veces en la página tercera.



Figura 258. Tercer anuncio.

El cuarto anuncio reproduce unas lentes y anuncia el cambio de dirección en la misma calle, del núm., 36 al núm. 24. Se anuncia 5 veces, desde el 19 al 23 de mayo. Todos los días. En vez de seguir anunciándose más días para conseguir el doble efecto, información y publicidad, inserta otros modelos de publicidad.



Figura 259. Cuarto anuncio.

En el quinto anuncio se reproducen unas lentes, y en el puente pone J. LUBAT, lo demás es igual que el tercer anuncio. Se publica 15 días, desde el 27 de junio hasta el 26 de septiembre.



Figura 260. Quinto anuncio.

El sexto anuncio es de un solo día, el 1 de agosto. Anuncio horizontal solo de texto anunciando las lentes.



Figura 261. Sexto anuncio.

El séptimo anuncio tiene unos prismáticos a la izquierda y el texto cambia anunciado otras cosas que comercializa como, aparatos para análisis de vinos, alambiques, ebulómetro de Salleron, Licómetros, Venobarómetros entre otros. También se produce un error en la dirección, diciendo calle de Zaragoza, 24, antes 56, cuando era 36. Se anuncia 11 días, desde el 23 de septiembre hasta el 31 de octubre.



GRAN SURTIDO DE APARATOS
para el análisis
DE LOS VINOS.

Graduadores de varias clases para el mosto. Alambiques y Ebulómetro de Salleron. Ebulómetros de Malligand, Amagat y otros. Licómetros. Venobarómetros para pesar el extracto seco y una infinidad de otros aparatos.

J. LUBAT, óptico
Calle de ZARAGOZA, 24, antes 56.—Valencia.

Figura 262. Séptimo anuncio.

El octavo anuncio reproduce unas lentes, en los cristales, pone “cristal” y en el otro “de roca”, en el puente pone “lente nueva invención”. Este anuncio es más grande, de formato horizontal y con un filete que lo rodea. El texto anuncia las lentes de cristal de roca del Brasil, campanillas eléctricas y cuadros indicadores, aparatos para análisis de vinos, gemelos para teatro, estuches de matemáticas y otros. Se anuncia 6 veces, desde el 18 de noviembre hasta el 5 de diciembre.



Gran surtido en lentes de cristal de roca del Brasil, montados en oro, plata, concha, níquel y acero.

Campanillas eléctricas y cuadros indicadores con todos los accesorios para su instalación.

Graduadores para toda clase de líquidos y especialidad en aparatos para el análisis de los vinos.

Variado surtido en gemelos para teatro, estuches de matemáticas y otros.

JUAN LUBAT, OPTICO.
CALLE DE ZARAGOZA, NUM. 24, VALENCIA.

Figura 263. Octavo anuncio.

El noveno anuncio tiene el mismo texto que el anterior, pero el dibujo de las lentes a su izquierda no tiene ninguna inscripción. Se publica 8 veces, desde el 8 hasta el 26 de diciembre.



Figura 264. Noveno anuncio.

4.-Ortopedia Dr. Fuster

Anuncio vertical de la farmacia del Dr. Fuster cuyo título es en letras mayúsculas y negritas “BRAGUEROS” pasando a desarrollar en el cuerpo del anuncio todas las variedades del producto. Por eso lo ponemos dentro de la especialidad de Ortopedia, es decir, una oficina de farmacia que vende estos productos. En la parte de abajo indica la razón: la Farmacia y laboratorio químico del Dr. D. Pedro Fuster, sucesor E. Baixauli, calle del Mar 47, Avellanas,1. Tenemos una ubicación en la esquina, la calle Avellanas desemboca en la calle del Mar . Según la numeración actual serían dos sitios distintos, dado que se empieza a numerar por la plaza de la Reina, el número 47 cae cerca de la Glorieta, sin embargo en aquellas fechas, se empezó a numerar por la Glorieta. Se anuncia durante 75 días, desde 5 de enero hasta el 25 de diciembre.

5.- Doctor Pierre (AC)

Anuncio horizontal de 7 líneas cuyo titular ocupa dos tercios y dice con letras mayúsculas y negritas gruesa “DOCTOR PIERRE” debajo sin negritas, “MEDICO FRANCES”. Se publicita como especialista de enfermedades del estómago y vías respiratorias, en la calle Padilla, 4 principal. El horario es de nueve a seis y gratis los lunes, miércoles y viernes. Se anuncia 21 días, desde el 22 de septiembre hasta el 21 de octubre.



Figura 265. Primer anuncio.

Por el tamaño aparece ocho veces en la página primera, ocho veces en la página tercera y cuatro en la plana cuarta. Además un reclamo de una sola vez, el 25 de septiembre y en la primera página. En la zona donde se publican las “entradillas de anuncios”, se publica con la desaparición de “médico francés”.



Figura 266. Segundo anuncio.

El Anuncio de Continuidad tiene dos cambios. El domicilio que pasa a ser Quevedo, 12-2º, y en la consulta gratis, tiene una reducción de días y horas, ahora es lunes y sábados de doce a cuatro. Se publica 32 días, desde el 22 de octubre hasta el 27 de noviembre. El nombre es muy francés pero bastante anónimo, y el cambio de domicilio es posible sea alguna fonda así como estemos ante un médico transeúnte.

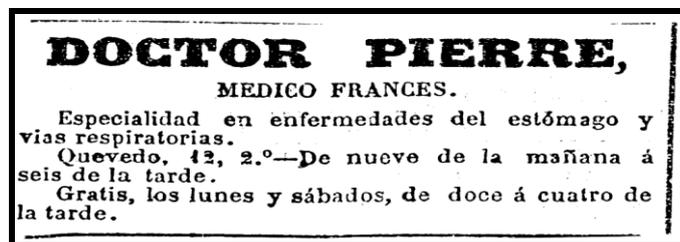


Figura 267. Tercer anuncio.

6.-Dentista Antonio Vilar Ridaura

Es un anuncio horizontal de cuatro líneas. El mensaje es un cambio de domicilio y si la campaña publicitaria dura casi medio año es porque busca el doble efecto de aviso y publicidad. Una muestra de lo que denominamos cómo anuncio “tarjeta de visita”. Se anuncia 42 días, desde el 13 de julio al 1 de diciembre.

7.-Consultorio Homeopático de Ramón Fortuny (AC)

Anuncio horizontal breve, de cuatro líneas. Otro anuncio tipo “tarjeta de visita”. Titular con mayúsculas y negritas dice CONSULTOR HOMEOPATICO, subtítulo “de D. Ramón Fortuny”. Calle Luis Vives, 5 entresuelo. Horas de consulta de diez a una. Se anuncia 15 días, desde el 1 hasta el 31 de enero, cinco veces en la página tercera y dos veces en la primera plana.

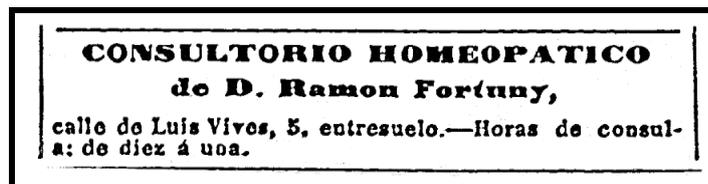


Figura 268. Primer anuncio.

El siguiente anuncio obedece a un traslado, pone en primer lugar el nombre, y la especialidad en mayúsculas, después la nueva dirección, plaza de San Francisco, núm. 19, 2º. Se anuncia durante 26 días, desde el 7 de octubre hasta el 3 de noviembre, de ellos 14 se colocan en la plana tercera.



Figura 269. Segundo anuncio .

El periódico un día después, el 8 de octubre publica como noticia en la página segunda, el traslado de “nuestro amigo el doctor homeópata ha sido por derribo de la casa”. Sospechamos que debía existir alguna relación o por ser un cliente de la publicación.

Por motivo del derribo de la casa calle de Luis Vives, núm. 5, se ha trasladado á la plaza de San Francisco, núm. 19, en donde tiene establecida su clínica, nuestro amigo el doctor homeópata D. Ramon Fortuny.

Figura 270. Noticia EMV 8-10-1886, p.2.

8.- Centro de Vacunación Animal

Anuncio interesante porque reproduce un grabado que ocupa 2/3 del espacio publicitario. Debe existir algún diseñador, la distribución espacial es moderna. Los datos de los médicos que lo dirigen están situados en perpendicular al título con lo que obligan a girar la vista para fijarse. Un objetivo de la publicidad es llamar la atención y este reclamo lo consigue. Se reproduce para su confirmación, dirigido por D. Amalio Gimeno y D. Juan Torres, el primero catedrático de medicina alcanzo tanta popularidad que fue Diputado y Ministro del Estado. Se publica 37 días, desde el 1 de enero hasta el 6 de febrero. Es decir todos los días.

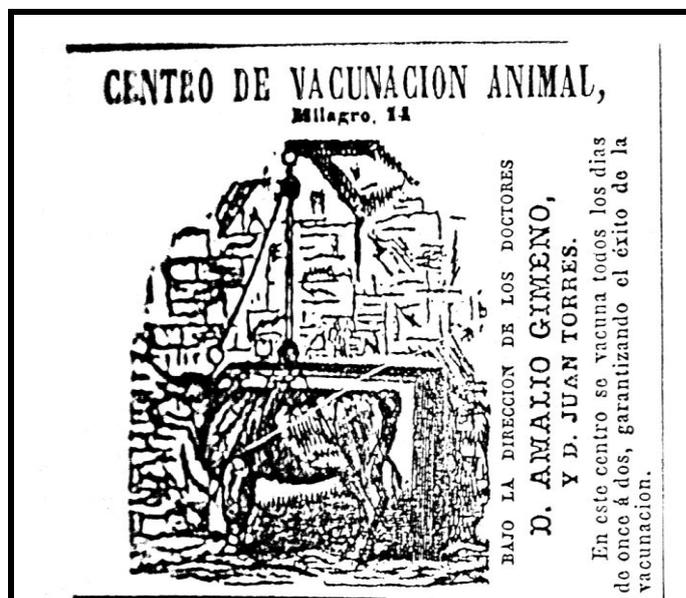


Figura 271. Primer anuncio.

9.-Venta Mayor B. Baeza

Anuncio horizontal con ocho líneas cuyos titulares en mayúsculas y negritas ocupan la mitad del espacio. Reclamo original pues está destinado al colectivo farmacéutico para vender suministros necesarios para ejercer su actividad. Se anuncia 32 veces, desde el 14 de septiembre hasta el 30 de diciembre. Las inserciones tienen una cadencia de cada 3 días en cada mes, excepto el último que pasan a colocarse cada cuatro días. No aparece como Farmacia y Laboratorio, por ser conocido por los compañeros de profesión solo indica la dirección, que coincide con la de la Farmacia.

Buenaventura Baeza Gosalbes ejerciendo en Soneja (Castellón) el año 1878, según (Roldán, 1953, 1, 255) y no puede aportar más datos por desaparición archivo municipal. Cita una publicación de 1885 “La helenina en la profilaxis y tratamiento del cólera epidémico” escrito en colaboración de J. Miguel Orellana. Por estas fechas aparece establecido en Valencia, posteriormente (véase anuncio número 19) insertará un anuncio de venta de la oficina de farmacia y traslado del laboratorio a Paiporta,.



Figura 272. Primer anuncio.

10.-Ortopedia B. Baeza (AC)

Anuncio horizontal con tres variantes. El primero publicita los productos con mayúsculas y negritas, acabada la descripción, se pasa a minúsculas y se dirige al público lector con las frases: “gran variedad y precios ventajosos”. Farmacia y laboratorio químico de B. Baeza. Se publica

6 días, desde el 15 hasta el 30 de septiembre, con una frecuencia de cada tres días.

BRAGUEROS, BIBERONES, SACALECHES, GERINGAS DE TODAS CLASES Y PARA TODOS USOS, PULVERIZADORES E INHALADORES A MANO Y A VAPOR, PESARIOS, SUSPENSORIOS, SONDAS, BOLSAS DE LIMPIEZA PARA HOMBRE Y PERIÓDICAS PARA SEÑORA, FAJAS VENTRALES Y VENDAJES EN GENERAL. PIEZAS DE RECAMBIO PARA TODOS ESTOS OBJETOS, PEZONERAS, PINCELES, COPAS DE CUASIA, CUENTA-GOTAS, VENTOSAS, TROMPÉTILLAS ACUSTICAS y toda suerte de objetos de ortopedia, encontrará el público en gran variedad y á precios sumamente ventajosos en la
Farmacia y laboratorio químico de
B. BAEZA, S. VICENTE, 217, VALENCIA.

Figura 273. Primer anuncio .

El siguiente Anuncio de Continuidad, lo que varía es la reproducción del anterior texto pero en "cursiva". Se publica durante 15 días, desde el 9 de octubre hasta el 21 de noviembre, con una cadencia de tres días.

Bragueros, biberones, sacaleches, geringas de todas clases y para todos usos, pulverizadores e inhaladores á mano y á vapor, pesarios, suspensorios, sondas, bolsas de limpieza para hombre y periódicas para señora, fajas ventrales y vendajes en general, piezas de recambio para todos estos objetos, pezoneras, pinceles, copas de cuasia, cuenta-gotas, ventosas, trompetillas acústicas y toda suerte de objetos de ortopedia, encontrará el público en gran variedad y á precios sumamente ventajosos en la
Farmacia y laboratorio químico de
B. BAEZA, San Vicente, 217, Valencia.

Figura 274. Segundo anuncio.

El último anuncio de la "campana" se publica 11 días, desde el 24 de noviembre hasta el 31 de diciembre, con una cadencia irregular tres días al principio y al final cada cuatro. La explicación es querer llegar anunciándose hasta el final de año. Los cambios en la composición del anuncio son, lo que

iba abajo pasa arriba como titular en mayúsculas, el texto informativo sigue en cursiva en medio y bajo sigue igual.

FARMACIA Y LABORATORIO
DE
B. BAEZA,
San Vicente, 214, VALENCIA.

Dragueros, biberones, sacaleches, jeringas de todas clases y para todos usos, pulverizadores e inhaladores á mano y á vapor, pesarios, suspensorios, sondas, bolsas de limpieza para hombre y periódicas para señora, fajas ventrales y vendajes en general, piezas de recambio para todos estos objetos, jazoneras, zincos, copas de cuasia, éntala-gotas, ventosas, trompetillas acústicas y toda suerte de objetos de ortopedia, encontrará el público en gran variedad y á precios de fábrica.

Farmacia y laboratorio químico de
B. BAEZA, San Vicente, 217, Valencia.

Figura 275. Tercer anuncio.

11.-Traspaso de Farmacias (AC)

Anuncio horizontal de tres líneas y ancho de una columna, con titular en negritas “Farmacéuticos” y ubica la oficina comercializadora en la calle del Ángel, núm. 2, pral. Se publica 13 días, desde el 21 de octubre al 2 de noviembre.

Farmacéuticos.
Para traspasos de Boticas, dirijanse
á la calle del Ángel, núm. 2. pral.

Figura 276. Primer anuncio.

Se publica otro anuncio, cuyo titular en mayúsculas y negritas dice “FARMACIAS”, la diferencia con el anterior es que realiza una publicidad concreta. “En cabezas de partido judicial de la provincia se venden dos con economía”. Se anuncia durante 19 días, desde el 3 al 21 de noviembre, una inserción diaria. Este anuncio, demuestra el inicio de una actividad organizada .



Figura 277 .Segundo anuncio.

Aparece otro reclamo publicitario de un tamaño rectangular y del ancho de una columna. Cuyo titular pone "SI" y continua diciendo "se desea adquirir por traspaso algún establecimiento en punto céntrico, para tejidos, quincalla, bisutería, modas, sombrerería etc. Diríjanse a la calle del Angel, 2 pral. Se publica 11 días, desde 22 de noviembre al 2 de diciembre. Este anuncio certifica la presencia de agencias de traspasos de establecimientos diversos, que se acercan al sector farmacéutico.



Figura 278. Tercer anuncio.

12.-Optico F. Raffi

Anuncio horizontal con unas lentes en el centro y en cada lado un mensaje publicitario en orientación vertical. A la izquierda: "Antes que todo" y a la derecha "la vista". La especialidad son "los legítimos Cristal de Roca del Brasil". Un argumento comercial es decir "No comprar sin ver esta casa". Este establecimiento de óptica se encontraba en la plaza de Santa Catalina, 17. Se anuncia 25 días, desde el 1 de enero hasta el 29 de agosto, de ellos 11 se colocan en la tercera plana.

Estación del ferro-carril. Escribir junto a la Estación tiene una doble utilidad, facilitar la localización para los que no conozcan el callejero urbano y captar clientela que utilice ese medio de locomoción. Se publica 13 días, desde 12 de noviembre hasta el 20 de diciembre.

Este anuncio tiene una fase de ensayos sobre el anterior diseño porque la duración de los reclamos, es de un día. En el anuncio del día 5 de noviembre quitan los dos dibujos situados a los lados del titular. El 11 de noviembre se colocan pero cambiados de lugar.

ORTOPEDIA

Construccion y completo surtido en aparatos para la curacion en los niños de las torceduras en las piernas y pies, bien procedan de nacimiento ó adquiridas, y de las hernias ó quebraduras, correccion de las desviaciones del espinazo, costillas, etc; aparatos para dar extension y movimiento á los brazos y piernas encogidas, bien sea por contraccion ó parálisis; brazos y piernas artificiales, aparatos para el tratamiento de las hernias en estómago, ombligo, ingles, y para contener ó reducir el vientre; contra la masturbacion, incontinencia, desviaciones de la matriz y cuantos casos se presentan en el organismo humano. Inútil es recomendar que para obtener perfectos resultados se necesita la presencia del paciente y en su lugar medidas tomadas por un profesor en Medicina y Cirugía.

Completísimo surtido y á precios de fabrica en biberones, pezoneras, sacaleches, suspensorios, jeringas de todas clases, pulverizadores, orinales, medias y asientos de goma, trompetillas para los sordos, cabestrillos, muletas, tablillas para fracturas, y todos cuantos artículos conciernen á nuestro ramo.

OLIETE E HIJO. Ortopedista, Sagrario de San Francisco, 7,
(junto á la Estacion del ferro-carril).

Figura 281. Primer anuncio.

El próximo anuncio cambia de formato pasa a vertical. Aparece un dibujo del dorso de una persona con un “collarín”. A los lados escrito en mayúsculas y en vertical “CASA FUNDADA EN EL AÑO 1850” y al otro lado “PREMIADA EN VARIAS EXPOSICIONES”. Repite el texto del anterior anuncio y se publica dos días, 24 y 27 de diciembre, posible inicio de campaña.

CASA FUNDADA EN EL AÑO 1850



PREMIADA EN VARIAS EXPOSICIONES.

ORTOPEDIA

Construcción y completo surtido en aparatos para la curación en los niños de las torceduras en las piernas y pies, bien procedan de nacimiento ó adquiridas, y de las hernias ó quemaduras, corrección de las desviaciones del espinazo, costillas, etc.; aparatos para dar extensión y movimiento á los brazos y piernas encogidas bien sea por contracción ó parálisis; brazos y piernas artificiales, aparatos para el tratamiento de las hernias en estómago, ombligo, ingles, y para contener ó reducir el vientre; contra la masturbación, incontinencia, desviaciones de la matriz y casos raros se presentan en el organismo humano. Inútil es recomendar que para obtener perfectos resultados se necesita la presencia del paciente ó se tomen las medidas tomadas por un profesor en Medicina y Cirugía.

Completísimo surtido y á precios de fábrica en biberones, pezoneras, sacaleches, suspensorios, jeringas de todas clases pulverizadores, orinales, medias y asientos de goma, trompetillas para los sordos, cabestrillos, muletas, tablillas para fracturas, y todos cuantos artículos conciernen á nuestro ramo.

OLIVETE É HILIO, Ortopedistas,
Sagrario de San Francisco, 7, junto á la Estación del ferro-carril.

Figura 282. Segundo anuncio.

15.- Consulta especial de enfermedades de los

Así es el titular de este anuncio rectangular de tres líneas que se publica en la plana tercera. Suponemos que el corte del titular es debido a la anchura de la columna. Continúa con, “de los niños de D. Francisco López, de doce a cuatro de la tarde. Portal de Valldigna, 10 entresuelo y principal”. Se publica 17 veces, desde el 11 al 28 de febrero, a razón de uno diario.

Consulta especial de enfermedades de los niños de D. Francisco Lopez, de doce á cuatro de la tarde. Portal de Valldigna, 10, entresuelo, y principal.

Figura 283. Primer anuncio.

16.-Consultorio Médico-Homeopático

Anuncio horizontal de cuatro líneas y carácter informativo, en la tercera plana. D. José Mateu Garín, Vilaragut, 3 principal. Horas de consulta de ocho a diez y de una a cuatro. Se publica 13 días, desde 6 de enero hasta el 14 de abril.

17.-Farmacia

Anuncio horizontal de la amplitud de una columna, y que tras este titular nos informa de la venta de una farmacia. En una población importante de Albacete, por disponer de “estación ferrea”. Además “es de reciente construcción y bien surtida”. Para contactar con el anunciante se publica “Darán razón en la farmacia de la viuda e hijo de R. Rives, Valencia”. Aquí se nos plantean diversas cuestiones:

- No aparece la dirección de la farmacia, por tanto debe ser muy popular. O verifica la hipótesis, de que entre farmacéuticos todos se conocen.
- La aparición de la “viuda e hijo de R. Rives” nos indica un cambio de titular.

Se publica 12 veces desde el 26 de noviembre hasta el 7 de diciembre.

FARMACIA.
En una población importante de la provincia de Albacete, con estación férrea, se vende una botica de reciente construcción y bien surtida: darán razón en la farmacia de la viuda e hijo de R. Rives, Valencia.

Figura 284 . Primer anuncio.

18.-Practicante de Farmacia

Anuncio informativo de cuatro líneas. Para la farmacia de Rosendo Sanchez, calle Cuarte, se publica sin numeración. Se anuncia 11 días, desde el 4 de junio hasta el 6 de agosto.

19.- Botica

Anuncio informativo largo de quince líneas, donde se vende la botica de Baeza. Quizás figura entre esos anuncios “por palabras” para buscar cierta discreción, pero el texto es muy revelador. Dice que se vende la botica por” no poder atenderla” dado que se dedica a la fabricación de productos químicos. Buena ubicación “en la calle San Vicente, paso de carretera y del ferro-carril de Cuenca”. Anuncia también su facturación, ” en los cuatro años de existencia ha despachado al año 34,000 rs”. Parece ser que la farmacia estaba cerrada, o no quiere que se enteren los empleados, pues indica dirigirse a donde está la fábrica de productos químicos en Paiporta. Se publica diez veces, desde el 8 al 26 de junio, con una frecuencia de dos días.

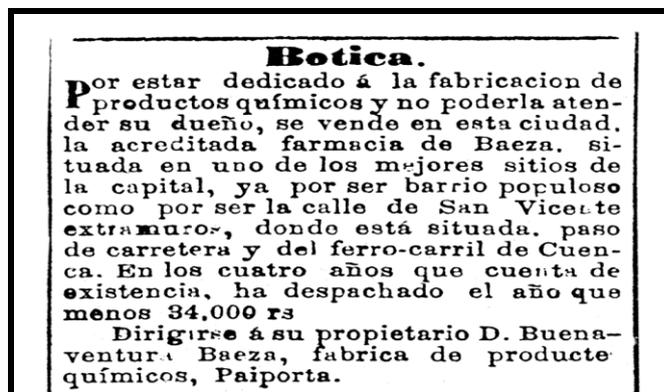


Figura 285. Primer anuncio.

20.- Estómago e Impotencia

Anuncio Horizontal con filete negro de fantasía. Con los titulares que ocupan más de la mitad del espacio publicitario. El titular en negritas de “estómago e impotencia” en mayúsculas “CURACION RADICAL” y garantizan su desaparición en “breve tiempo” por “tratamientos especiales en la clínica de la calle de Lauria, 1 pral.” Se inserta durante 8 días, desde el 28 de noviembre hasta el 12 de diciembre.

21.- Botica en venta

Anuncio informativo de cinco líneas. “A corta distancia de la capital” y la información en “ la farmacia Rives, Mercado, 40”. Se publica durante 6 días, desde el 3 de hasta el 13 de noviembre, cada dos días. El anuncio número 17 relata el traspaso de otra farmacia, pero su inserción es posterior, es posible que este anuncio sirviera para establecer el contacto.

22.- Ortopedia Española

Anuncio vertical con una cabecera de tres filas de medallas y distinciones, luego viene el titular en mayúsculas y negritas. En el texto anuncia la llegada desde Madrid del Sr. Cort y Martí, se encuentra en la fonda del Universo (calle San Vicente, 84). Dice atender y lo publica con negritas y mayúsculas “CURAS ORTOPEDICAS” de doce a cuatro de la tarde. Luego se ofrece “a los señores médicos que deseen ver los aparatos mecánicos”. Una doble finalidad esconde la visita, hacer curas y clientes y contactar con los médicos. Se publica 6 días, desde el 12 hasta el 23 de noviembre, cada dos días.

23.-Enfermero

Anuncio horizontal modular de seis líneas, demanda de un enfermero para cuidar a un joven e indican dirección. Se publica 5 días, desde el 10 al 17 marzo.

24.- Establecimiento de Aeroterapia Atmiatrica y Electroterapia

Anuncio horizontal con filete negro fino. Tras el titular anterior indica con mayúsculas y negritas su fundación en 1881. Se anuncia 4 veces los días 6, 8,10 y 12 de noviembre con una cadencia de dos días y en la página tercera, menos el día 8 que se anuncia en la plana primera. Esta publicación puede estar condicionada, por uno de sus servicios que son “las inhalaciones de azoe con las que pueden los enfermos seguir durante el invierno el tratamiento de los balnearios de Panticosa y Uberuega”.

25.- Farmacia

Anuncio informativo de tres líneas, donde se solicita un empleado para una farmacia, y por eso ponen el titular de “Farmacia” en negritas. En la

Farmacia Rives (véase nº17 y 21) se necesita practicante de farmacia “que no estudie”. Una observación muy interesante, sino léase los estudios de Salustiano Orive, que combinó sus estudios de farmacia con el trabajo de practicante en una farmacia. Se anuncia 4 días, desde el 16 al 19 de junio.

Farmacia.
En la de Rives, Mercado, núm. 40, se
necesita un buen practicante que no
estudie.

Figura 286. Primer anuncio.

26.- Practicante de farmacia

No existe una regla en esto de las titulaciones, este caso se trata de un practicante de farmacia que solicita empleo, “tanto dentro o fuera de la capital”. Y otra cosa importante que aparece como novedad: “la información la darán en la administración del periódico”. Se publica 4 veces, los días 25, 27, 28 y 30 de marzo.

27.-Traspaso (AC)

Anuncio informativo y tamaño modular de cuatro líneas. Se traspasa “acreditada Farmacia en una importante población de la provincia: darán razón calle Zaragoza, 1 “. Discreción y redacción casi telegráfica. Se anuncia 4 días de noviembre, el 15 y 17 el primera anuncio y luego el 21 y 23, el segundo anuncio en un módulo con otros reclamos publicitarios . Por su publicación vemos la iniciativa de algún agente ya sea comercial o publicitario. En la calle Zaragoza (Bailly-Bailliere, 1886,1773) aparece en ese número la fábrica de paraguas Ortells

Traspaso
de una acreditada Farmacia en una im-
portante poblacion de la provincia: da-
rán razon calle de Zaragoza. núm. 1.

Figura 287. Primer anuncio.

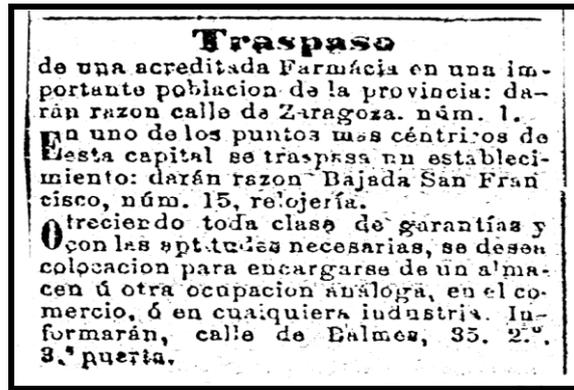


Figura 288. Segundo anuncio.

28.- Herniario

Un caso especial, denominado herniario, porque así figura en el anuncio, el personaje es Carlos Notton radicado en Barcelona. Presta sus servicios de modo transeúnte, de tal forma que cuando viene a Valencia pone unos anuncios. A su vez como criterio de autoridad utiliza los escritos de diferentes usuarios.

El primer anuncio es un anuncio horizontal con filete de dos líneas con un titular de tres líneas, las dos primeras en mayúsculas y negritas y la siguiente en cursiva. Dice. “**CURADO DESPUES DE 25 AÑOS / DE PADECER UNA HERNIA/ vulgo TRENCAT.** Luego una misiva de D. Juan Rubio Borrás, profesor de primera enseñanza. La confirmación de su trashumancia, es que recibe en su consulta de Barcelona “del 14 al último de cada mes”. A continuación indica su permanencia en Valencia, “los días 4, 5 y 6 de cada mes, en la gran fonda de Europa, y recibe de ocho a once de la mañana y de dos a cinco de la tarde”. Se publica un día, el 30 de noviembre.

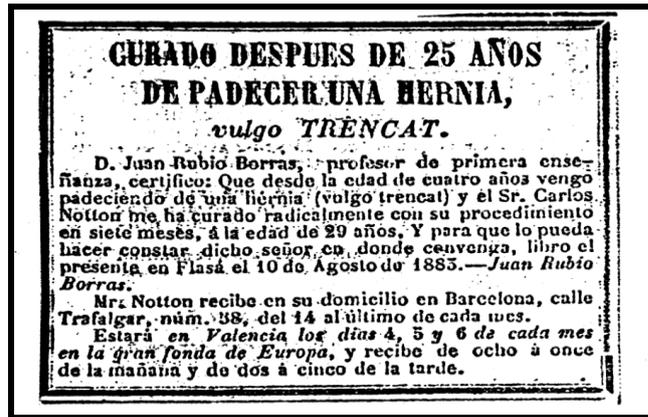


Figura 289. Primer anuncio.

El siguiente anuncio con un titular en tres líneas, en mayúsculas y negritas: "CURACION COMPLETA DE LAS/ HERNIAS,/ QUEBRADURAS, TRENCATS. Reproduce escrito de Baldomero Roig, vecino de Figueras y pone sus servicios en Barcelona y Valencia. En negritas:" Estará en Valencia los días 4,5, y 6 de cada mes". Se publica dos días, el 24 y 28 de diciembre.



Figura 290. Segundo anuncio.

En la tercera publicidad vuelve a la composición del primero, aquí el escrito es de un agricultor de Farnells (Gerona) y se publica el 26 de diciembre.

**ACONSEJO A LAS PERSONAS
QUE PADECEN DE HERNIAS**

á probar el tratamiento de Mr. Carlos Notton, herniario-especialista, calle de Trafalgar, 58, Barcelona, y hallaran alivio en seguida y luego una curación completa.

«*Después de seis meses de tratamiento, he sido curado de una hernia que venia sufriendo hace mas de nueve años.—Miguel Esparraguera, agricultor de Farnells (Gerona).*»

El Sr. Carlos Notton, herniario especialista, recibe en su domicilio en Barcelona, calle Trafalgar, 58; del dia 14 al último de cada mes.

El Sr. Notton estará en Valencia los dias 4, 5 y 6 de cada mes en la gran fonda de Europa, y recibe de ocho á once de la mañana y de dos á cinco tarde,

Figura 291. Tercer anuncio.

29.-A los farmacéuticos

Anuncio informativo modular, de venta de una farmacia en un pueblo. “Dirigirse a D. T. Fajarnes”. Se publica tres días, 5,6 y 7 de enero. Se reproduce su publicación en la columna con otros anuncios por palabras. Buscando en (Bailly-Bailliére, 1886, 1744) hemos encontrado dos apellidos Fajarnés. Uno, médico mayor Hospital Militar llamado Ricardo y con dirección en Buenavista,28. Otro, Fajarnés y Castells (Teobaldo), abogado radicado en D. Juan de Austria 16. En un caso tenemos una aproximación a la dirección anunciada y en el otro al nombre, esa T. podría ser Teobaldo. La calle Buenavista hoy es la calle Matemático Marzal.

Almoheda.

Caja de préstamos La Ejetana, establecida en la calle de Carniceros, número, 1. pral., frente á las Escuelas Pías, antes D. Juan de Villarsas, número 4.

El día 4 y siguientes del próximo mes de Febrero, se hará almoheda pública de los efectos que se hallen en descubierto. Avise á los interesados.

A los farmacéuticos

El que quiera establecerse ventajosamente en un pueblo, puede dirigirse á D. T. Fajarnés, calle de Buenavista, 28, pral., derecha, de ocho á diez de la mañana.

Figura 292. Primer anuncio.

30.- Practicante de farmacia

Anuncio informativo de tres líneas. Demanda de un practicante “impuesto en el despacho“ para farmacia del Dr. Quesada. Se publica tres veces en la página tercera, los días 5 y 7 de mayo y se repite extemporáneamente, el 3 de agosto, debido algún fallo en la contratación.

31.-Casa-Pensión para estudiantes de derecho y medicina

Anuncio informativo de seis líneas de una actividad necesaria en la formación de los estudiantes de fuera de la ciudad. Se dice que “se tienen en la misma cuatro horas de estudio”. La información es proporcionada por el administrador y se encuentra en Palau, 12 principal. Se anuncia 3 veces, el 25 ,27 y 29 de diciembre. Supongo que es inicio de campaña para el año que viene.

32.-Cura de la Sordera

Anuncio horizontal con diseño original, en la parte izquierda aparece el dibujo de la anatomía de un oído y en la derecha se dispone del texto publicitario. El titular en mayúsculas y negritas, ”Cura de la Sordera” y sigue lo que se publicita: Los TIMPANOS ARTIFICIALES con privilegio de invención de NICHOLSON. Para demostrar su funcionamiento previo envío de 25 céntimos se remite un librito de 80 páginas con todo tipo de información. Acaba el reclamo diciendo en cursiva y negritas, “ Dirigirse a J. H. Nicholson, 4 rue Drouot, Paris”. Aparece 2 días el 6 y 27 de diciembre.



Figura 293. Primer anuncio.

33.-Dentista

Anuncio informativo de una columna de ancho y tres líneas. Titular en negritas, “Dentista, / D. Fabián Costa se ha trasladado a la calle San Vicente, 164. Se publica dos días, el 9 y 10 de mayo.

34.-Practicante de farmacia

Anuncio de tamaño una columna de ancho y de búsqueda de empleo. Un practicante con 10 años de práctica desea trabajar en un pueblo de la provincia. Dan razón en la Farmacia del doctor D. Juan B. Sanz calle de la Nave, 19. Se publica 2 veces, el 16 y 18 de octubre.

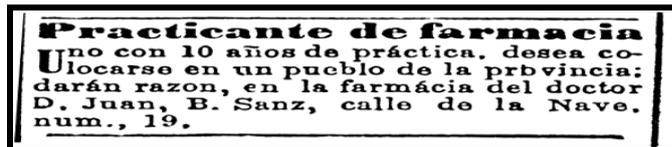


Figura 294. Primer anuncio.

35.-Aviso a los señores profesores de Medicina y Cirugía

Anuncio informativo de tamaño modular de catorce líneas. Se publicita una Almoneda de instrumentos “técnicos propios para operaciones de medicina y cirugía con sus correspondientes microscopios” propiedad del Dr. Guillermo Jelly, y la almoneda a cargo del corredor Carreres. “Se celebrará el 23 de los corrientes” y la publicidad se inserta el día 22 y 23 de junio.

36.-Traspaso

Anuncio informativo de tamaño modular de nueve líneas. Se indica la defunción de un veterinario llamado Salvador Muñoz y Plaus, y el traspaso de su establecimiento sito en la calle Ensanz, 11. Las condiciones se tratan con su hermano D. Mariano que habita en la misma casa. Se publica dos veces, el 10 y 12 de junio.

37.- Practicante

Anuncio informativo modular de seis líneas. Se ofrece joven algo impuesto en farmacia para trabajar en farmacia o droguería, fuera o dentro de la capital. Se publica un solo día, el 26 de mayo.

38.- Dosimetria

Anuncio informativo modular, donde tras el titular en mayúsculas y negritas, relata las indicaciones de la terapia y se presenta como laureado del Instituto Dosimétrico de Paris. Su nombre es J. Fernández Ballesteros y la dirección Méndez Núñez, 9, SEVILLA. Entre paréntesis dice: “Consultas por escrito. Se publica un día el 3 de diciembre y en la plana tercera.

Por pertenecer a otra población puede tratarse de una campaña publicitaria organizada. Llamam la atención expresiones como “Consultas por escrito” y “hayan agotado todos los tratamientos médicos”. En (Canseco,2011,262-267) nos indica que la Dosimetría fue creada por el Dr. Alphonse Bürggraeve en 1871. Se fundamentaba en la exacta dosificación de los principios activos en la forma farmacéutica de gránulos, para ello se asoció con el farmacéutico Dr. Charles Chateaud. En 1872 crearon el Instituto de Medicina Dosimétrica de Paris. Entre los farmacéuticos que elaboraron tratamientos dosimétricos se encuentra el valenciano Costas.

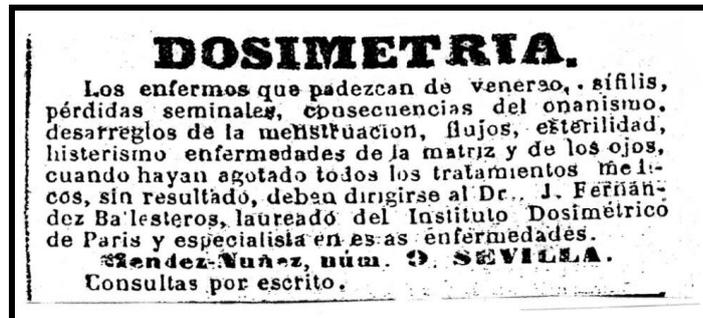


Figura 295. Primer anuncio.

39.- Mamantona

Anuncio informativo modular de tres líneas, donde indica la dirección: calle Ribera ,23 piso segundo. Se anuncia un día, el 31 de marzo.

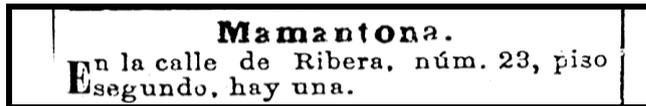


Figura 296. Primer anuncio.

ADDENDA

1.-Castrador o capador

Aparece un anuncio informativo modular con cuatro líneas. Se dice que se realiza la operación en animales domésticos y se enseña el oficio. Está en Ruzafa, en un bajo de la plaza Arenas. Recogemos el anuncio, pero no las fechas exactas de inserción, aunque apuntamos que aparece en los meses de noviembre y diciembre. Tenemos dudas de que sea un oficio relacionado con la Veterinaria, pero si debemos incluirlo como una ocupación.

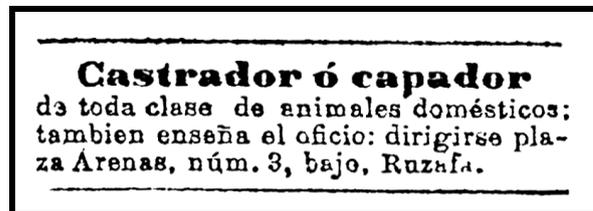


Figura 297. Anuncio Capador.

Inventario Ocupaciones y Profesiones Sanitarias en Las Provincias.

1.- Nodrizas (AC)

Anuncio que se publica todos los días del año en la plana cuatro del periódico. Es un anuncio publicado a un tamaño de una columna de ancho y diferentes largos. La longitud de la publicidad es debida al número de anunciantes. A veces, se anuncia una solo, otras, puede llevar dos anuncios.

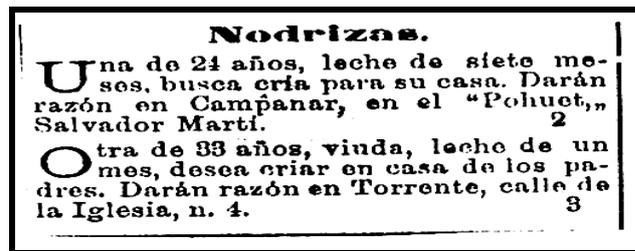


Figura 298. Primer anuncio.

Aparece una variante, la nodriza aparte de la edad indica la leche, de cinco meses, de siete meses, de un año...

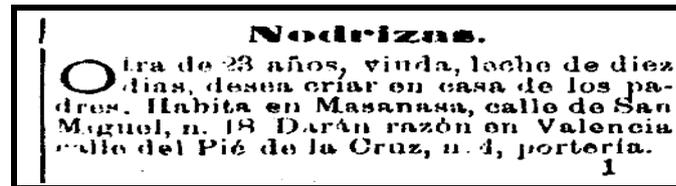


Figura 299. Segundo anuncio.

2.-Dentista Bassa

Se publica 120 días desde el 13 de enero hasta el 22 de diciembre. Es un anuncio horizontal de una longitud de siete líneas. El titular mayúsculas y negritas :“BASSA, DENTISTA”. Profesor de profesores distinguidos, se colocan dentaduras y dientes, también los vende. Parece ser que aparte de ejercer como dentista vende aparatos y objetos relacionados con la actividad. La dirección es la calle de Zaragoza,14 principal.

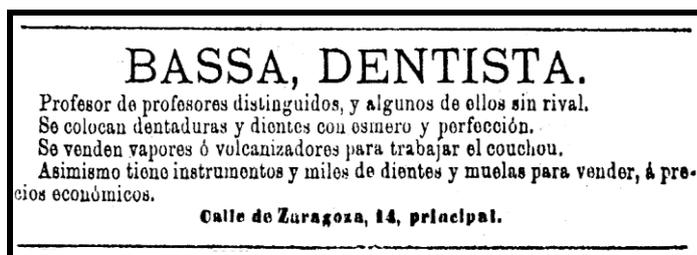


Figura 300. Primer anuncio.

3.-Dentista Antonio Vilar Ridaura

Es un anuncio horizontal de cuatro líneas. El mensaje es un cambio de domicilio y si la campaña publicitaria dura casi medio año es para buscar el doble efecto de aviso informativo y publicidad. Se anuncia 96 días, desde el 10 de julio al 30 de diciembre.

4.-Practicante

Anuncio horizontal de cinco líneas. De búsqueda de empleado, joven y que no estudie para la Farmacia de D. José Garcia Royo, plaza de la Congregación,72. Se anuncia 87 días, desde el 11 de febrero hasta el 14 de mayo.

5.-Optico Lubat(AC)

Se publican 8 tipos de anuncios de este establecimiento óptico, menos uno todos tienen alguna ilustración gráfica relacionada con la óptica. El primer anuncio es horizontal y reproduce unos anteojos y en el puente pone "J. LUBAT" y bajo óptico y la dirección, tiene el aspecto de un sello. Su titular es en mayúsculas, primero en negritas ANTEOJOS y debajo en negritas : en verdadero cristal de Roca de Brasil. Luego el surtido de aparatos para el análisis de vinos, campanillas eléctricas, cuadros indicadores, pilas, hilos...y una infinidad de artículos de óptica, física, matemáticas y electricidad. Al final, JUAN LUBAT, calle Zaragoza, nums. 34 y 36. Se anuncia durante 10 días desde 17 enero hasta el 7 de marzo. De esas inserciones dos se producen en la página tercera.

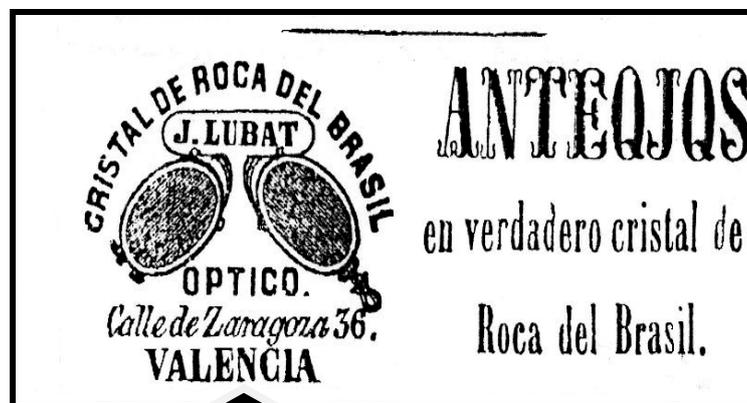
En el siguiente reclamo aparecen unos prismáticos a la izquierda, para llamar la atención de los lectores. Es un anuncio horizontal corto de texto y con la tipografía del anterior, titular en mayúscula y negritas y subtítulo sin

negritas, luego la dirección vuelve al tipo de negritas. El texto es: **TEATROS/ GRAN SURTIDO DE / GEMELOS/ Lubat, calle Zaragoza, 36.** Se publica 4 veces, 3, 4, 5 y 6 de marzo en la página tercera.



Figura 301. Segundo anuncio.

El tercer anuncio es horizontal, en la parte izquierda reproduce el sello anterior de los anteojos y la dirección. Y el texto es sencillo y claro. “ANTEOJOS en verdadero cristal de Roca del Brasil. Se anuncia 5 veces, desde el día 14 de marzo al 4 de abril.



Sello

Figura 302. Tercer anuncio.

El cuarto anuncio reproduce unas lentes, a las que hemos llamado “sello” y con el texto en titulares “LENTES Y GAFAS/ DE ORO/ CON CRISTALES/ DE ROCA. Se anuncia 15 veces, desde el 11 de abril hasta el 4 de julio .

El quinto anuncio reproduce unos prismáticos y el mismo texto que el anuncio anterior. Se publica 11 días, desde el 11 de julio hasta el 19 de septiembre.

El sexto es un anuncio de un solo día, el 23 de septiembre. No tiene ningún dibujo y el titular en negritas y mayúsculas es :”GRAN SURTIDO DE APARATOS / PARA EL ANALISIS DE LOS VINOS” enfocado al mundo de los vinos aparatos para análisis de vinos, alambiques, ebullómetro de Salleron, Licómetros,....También se anuncia el cambio de dirección,” calle de Zaragoza, 24 , antes 36”.

El séptimo es un anuncio horizontal con igual texto que el anterior, pero introduciendo unos prismáticos entre “GRAN SURTIDO” y “DE APARATOS”. Se inserta 14 veces , desde 26 de septiembre hasta el 14 de noviembre. En estas fechas se produce la vendimia y elaboración del vino.

El octavo anuncio reproduce unas lentes, en el puente pone “ lente nueva invención”. Este anuncio es de formato horizontal y con un filete de esferas negras que lo rodea. El texto anuncia las lentes de cristal de roca del Brasil montadas en oro, plata, concha, níquel y acero, campanillas eléctricas y cuadros indicadores, aparatos para análisis de vinos, gemelos para teatro, estuches de matemáticas y otros. Se anuncia 14 veces , desde el 18 de noviembre hasta el 30 de diciembre.

6.- Herniario

Nos encontramos con diferentes textos y composición en los anuncio del Herniario. Un termino que no hemos encontrado en el Diccionario de uso del español (edición abreviada) Maria Moliner, si en el diccionario RAE (21 ed.) , en el Julio Casares y el Diccionario terminologia ciencias médicas de Salvat. Se publican 58 anuncios con diversa tipología ajustada a las características de la profesión y su ejercicio. El Señor Carlos Notton Favette, posiblemente de origen francés reside en Barcelona, pero se desplaza todos los meses, los días 4,5 y 6 de cada mes a Valencia. Atiende en la Fonda Europa seis horas al día, en turno de mañana (8 a 11) y por la tarde (2 a 5).

Este anunciante se caracteriza por realizar una campaña publicitaria compleja por la diversidad de anuncios que realiza. Ha sido cuando hemos realizado un calendario de las inserciones cuando se ha evidenciado no solo la organización de los contenidos informativos, sino siendo el anuncante un profesional transeunte, recordar su presencia en la ciudad en determinadas fechas. Veamos algunos ejemplos de Anuncios Noticia insertados en páginas interiores.

Ha llegado a Valencia el especialista herniario señor Netton Favete, hospedándose en el hotel de Europa,

Figura 303. Anuncio Noticia, 4 marzo .

Procedente de Barcelona ha llegado el célebre especialista herniario Mr. Notton Favette, hospedándose en la fonda de Europa.
Recibe de ocho a once de la mañana y de dos a cinco de la tarde.

Figura 304. Anuncio Noticia, 4-5,4-8,5-9,5-10,4-11 y 4-12.

Procedente de Barcelona, ha llegado el célebre especialista herniario Mr. Notton Favette, hospedándose en la fonda de Europa, donde recibe de ocho a once mañana y de dos a cinco tarde.

Figura 305. Anuncio Noticia, 4 de abril.

Al elaborar un calendario de publicaciones observamos que publica anuncios todos los meses, proximos a su llegada a Valencia, es decir, a final y principio de mes.

Tabla 13. Calendario de publicidades.

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
1					X		X	X				
2			X		X	X			X	X	X	X
3				XX	X	X	X	X	X	X	X	
4			X		X		X	X			X	X
5									X	X		
6												
7												
8												
9												

10													
11													
12													
13													
14													
15													
16													
17													
18													
19													
20													
21													
22													
23													
24													
25		X											
26	X		X		X								
27	X		X	X	X	X	X	X					
28	X		X		X	X	X	XX					
29	X		X	X	X	X			X				
30			X	X						X	X		
31	X		X							X			
Su ma	3	2	6	7	7	6	5	5	6	5	4	2	
TOTAL 58													

Los anuncios tienen varias tipologías, tanto por el texto como por su configuración. Los avisos de llegada del “herniario” son los denominados “Anuncio Noticia”, suelen publicarse en la tercera página. Otro modelo serían los “Anuncio Aviso” de la llegada, se publican unos días antes.

AVISO
**Curación radical de Hernias,
 Quebraduras (Trencals).**

El célebre especialista Mr. Notton Favette estará el 4, 5 y 6 de febrero, hospedándose en la gran fonda de Europa, en la cual tendrá el gusto de recibir á su numerosa clientela, de ocho á once de la mañana y de dos á cinco de la tarde. 6

Figura 306. Anuncio Aviso, 27 y 29 enero.

AVISO
**Curación radical de Hernias,
 Quebraduras (Trencals).**

El célebre especialista Mr. Notton Favette estará el 4, 5 y 6 de marzo, hospedándose en la gran fonda de Europa, en la cual tendrá el gusto de recibir á su numerosa clientela, de ocho á once de la mañana y de dos á cinco de la tarde. 11

Figura 307. Anuncio Aviso, 26 y 28 febrero y 2 y 4 marzo.

Otros anuncios tienen una caja con un filete negro para destacarlos entre el texto del periódico. Hay unos que indican CURACION COMPLETA y otros CURACION RADICAL. Esta diferencia es un argumento publicitario, dado que los dos tipos de curación son finalistas. Como criterio de autoridad utilizan los escritos de diferentes usuarios, son los que aparecen como los "Certifico". Hay unas publicidades donde aparte del testimonio del usuario se refuerza con un certificado de un médico.

- Esteban Frayter por el doctor Francisco Suñer Capdevila.
- Jose Suay por el doctor Francisco Ricart Planas.
- José Serra Vidal por el doctor Felix Loaiza Tur.

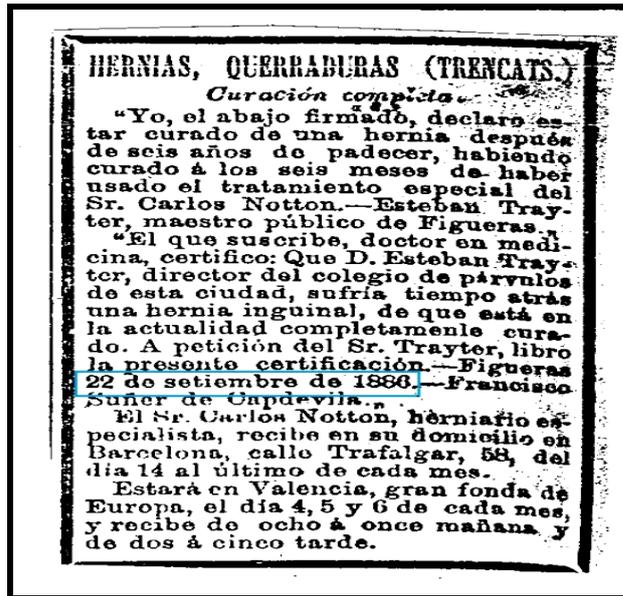


Figura 308. Anuncio 2 y 28 junio.

Hemos recuadrado la fecha de la certificación que pone 22 septiembre 1886, posterior a las fechas de publicación del reclamo publicitario. Debe ser un error, tanto por la intervención del tipógrafo, como del anunciante. En otro anuncio de parecido texto se publica la fecha correcta, la variación del año.

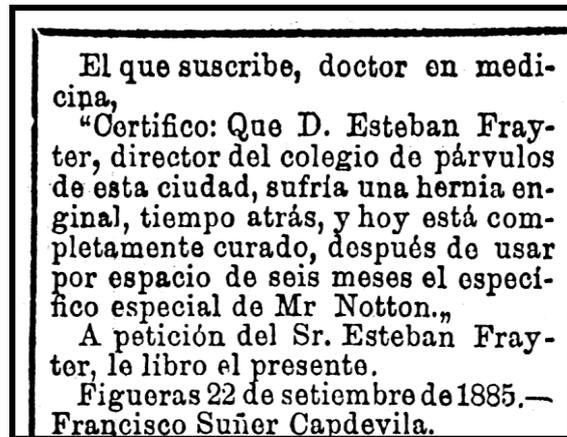


Figura 309. Anuncio 29 abril.

Reproducimos un anuncio del tipo CURACION RADICAL, donde juega con los diferentes párrafos. El primero es la llegada del “herniario”, después el “Certifico” y finaliza con el nombre del paciente afectado.

El célebre especialista Mr. Notton Favette estará en Valencia el 4, 5 y 6 de abril, hospedándose en la gran fonda de Europa.

CURACION RADICAL.

“Certifico: Que después de haber seguido, durante tres meses, el tratamiento de Mr. Notton Favette, herniario especialista, me he hecho visitar por D. Francisco Ricart y Planas, licenciado en medicina y cirugía, residente y con ejercicio en esta ciudad, quien hacía dos años me había visitado, á causa de una hernia inginal que yo padecía, y después de haberme reconocido detenidamente, ha certificado que estoy completamente curado.

Segorbe 5 enero 1886 — José Suny,
calle del Mercado, 39.

Figura 310. Anuncio 3 abril.

Estamos ante una campaña organizada por alguno de los agentes publicitarios de Barcelona, debido a la complejidad de manejar tantos tipos de anuncios en cuanto a textos como a las fechas de inserción. Resalta la publicación de dos anuncios verticales de tamaño gigante donde se insertan la mayoría de los testimonios que se ha publicitado en módulos publicitarios individuales.

HERNIAS, QUERRADURAS (TRECATS.)

Curación completa sin interrupción de trabajos, sin régimen.

A continuación va una relación de algunas personas á las cuales se puede consultar.

"Yo, el abajo firmado, declaro estar curado de una hernia después de seis años de padecer, habiendo curado á los seis meses de haber usado el tratamiento especial del Sr. Carlos Notton.—Esteban Trayter, maestro público de Figueras."

"El que suscribe, doctor en medicina, certifico: Que D. Esteban Trayter, director del colegio de párvulos de esta ciudad, sufría tiempo atrás una hernia inguinal, de que está en la actualidad completamente curado. A petición del Sr. Trayter, libro la presente certificación.— Figueras 22 de setiembre de 1886.—Francisco Suñer de Capdevila."

"No es solo un alivio, sino la completa curación, que he tenido de una hernia (y que me hacía padecer mucho), después de haber usado durante tres meses el procedimiento especial del Sr. Carlos Notton.—Ramón Comas, calle Mayor, 11, Valls."

"Habría contraído una hernia inguinal que me hacía sufrir mucho. Hoy, gracias al tratamiento especial del Sr. Carlos Notton, usado después tres meses y sin interrupción de trabajo, me encuentro completamente curado: mi curación es reconocida por un médico.—Antonio Camps, Barcelona, calle de San Joaquín, 33, 1."

"Después de seis meses de tratamiento especial del Sr. Notton, he sido curado de una hernia que venía sufriendo hace mas de nueve años.—Miguel Esparraguera, agricultor de Farnolls (Gerona)."

"Después de haber seguido durante tres meses el tratamiento de monsieur Carlos Notton, harniario especialista, con domicilio en Barcelona, calle Trafalgar, 58, me he hecho visitar por D. Francisco Ricart y Planés, licenciado en medicina y cirugía, residente y con ejercicio en esta ciudad, quien hacía dos años me había visitado á causa de una hernia inguinal que yo padecía, y después de haberme reconocido detenidamente ha certificado que estoy completamente curado.—José Suay, en Segorbe 5 de enero 1886, calle de Morendo, 39."

Mr. Notton tiene á disposición de las personas que deseen verlos muchos otros certificados de personas curadas con su tratamiento especial.

El Sr. Notton estará en Valencia el día 4, 5 y 6 de cada mes en la gran fonda de Europa, y recibe de ocho á once de la mañana y de dos á cinco de la tarde.

Figura 311. Anuncio 27 junio.

LEGIO
 ...
 tienda
 2-R

TAS
 ...
 s, son
 secreto,
 usar ni
 s, por
 s, calle
 acia.

ATA,
 LA,
 ...
 n.º 2.
 Fran-

...
 dicho
 condi-
 buena
 ión de
 1-R

...
 tel Ca-
 mero-
 tacion.
 rmacia
 6.

CURACION RADICAL

HERNIAS, QUEBRADURAS (TRENÇATS.)

Curación completa sin interrupción de trabajar, sin régimen.

A continuación va una relación de algunas personas á las cuales se puede consultar.

"Yo, el abajo firmado, declaro estar curado á los seis meses de haber usado el tratamiento especial de Mr. Carlos Notton.—Esteban Trayter, maestro público de Figueras."

"El que suscribe, doctor en medicina, certifico: Que D. Esteban Trayter, director del colegio de párvulos de esta ciudad, sufría tiempo atrás una hernia inguinal, de que está en la actualidad completamente curado. A petición del que tanto antes padecía, Sr. Trayter, libro el presente certificado.—Figueras 22 setiembre 1883.—Francisco Suñer de Capdevilla."

"No es solo un alivio, sino la completa curación, lo que se obtiene con el tratamiento del especialista herniario Mr. Carlos Notton, el cual, después de usarlo por espacio de cuatro meses, me encuentro completamente curado.—Ramón Comas, calle Mayor, 11, Valló."

"Había contraído una hernia inguinal que me hacía sufrir mucho. Hoy, gracias al especialista herniario Mr. Carlos Notton, usado después de tres meses y sin interrupción de mi trabajo, me encuentro completamente curado.—Antonio Camps, calle de San Joaquín, 32, piso 1.º, Barcelona."

"Después de seis meses de tratamiento especial del Sr. Carlos Notton, he sido curado completamente de una hernia que venía sufriendo hacía mas de nueve años.—Miguel Esparraguera, agricultor de Fornells, Gerona."

"Después de haber seguido durante tres meses el tratamiento de Mr. Carlos Notton, herniario especialista, con domicilio en Barcelona, calle Trafalgar, 58, me he hecho visitar por D. Francisco Ricart y Plauss, licenciado en medicina y cirugía, residente y con ejercicio en esta ciudad, quien hacía dos años me había visitado á causa de una hernia inguinal que venía padociendo desde muchos años, y después de haberme reconocido detenidamente, ha certificado que estoy completamente curado.—José Suay.—En Segorbe 5 de enero 1886, calle del Mercado 39."

Mr. Notton tiene á disposición de las personas que deseen verlos muchos otros certificados de personas curadas con su procedimiento especial.

El Sr. Carlos Notton estará en Valencia los días 1, 3 y 6 de cada mes, en la gran fonda de Europa, y recibo de ocho á once mañana y de dos á cinco tarde.

Figura 312. Anuncio 27-7, 27-8 y 28-9.

El anterior anuncio tenía una amplitud de siete módulos, cada uno de ellos con varias líneas de texto. También existen anuncios rectangulares como el siguiente reproducido.

CURACIÓN COMPLETA DE LAS
HERNIAS,
QUEBRADURAS, TRENCATS.

Yo, el infrascripto Baldomero Boig y Aranao, vecino de Figueras, declaro: Que por espacio de diez años he venido padeciendo de una hernia, y habiendo tenido noticia que el Sr. Carlos Notton cura dicha enfermedad, me puse bajo su tratamiento, y en siete meses que he usado su tratamiento, he quedado completamente curado.

Y para que conste, libro la presente en Figueras, á 11 de setiembre de 1886.—
 Baldomero Boig, Arca de Noú, á la Rambla, en Figueras.

El Sr. Carlos Notton recibe en su domicilio, en Barcelona, calle de Trafalgar, 68, del 14 al último de cada mes, de nueve á doce de la mañana y de tres á cinco de la tarde.

Metas á en Valencia los días 2, 5 y 8 de cada mes, en la gran fonda de España, y recibe de ocho á once mañana y de dos á cinco tarde.

Figura 313. Anuncio 2 diciembre.

7.-Optico F. Raffi

Anuncio vertical enmarcado con un filete de fantasía. En la parte superior unas lentes, debajo: “ANTES QUE TODO LA VISTA / ANTEOJOS/ CRISTAL DE ROCA/ DEL BRASIL/. Todo escrito con distintos tipos de letra, también anuncia microscopios y timbres eléctricos con gran surtido de aparatos físicos. Utiliza un argumento comercial como decir ” No comprar sin ver esta casa”. Este establecimiento se encontraba en la plaza de Santa Catalina,17. Se anuncia 35 días, desde el 4 de abril hasta el 26 de diciembre.

8.- Farmacéutico Comes (AC)

Anuncio horizontal de cinco líneas, que comienza con un titular en mayúscula y negritas que dice “COLOCACION”, y sigue un doctor en farmacia, bien en una botica, droguería o fábrica de productos químicos. Referencias Sr. Comes, Sagunto, 73 pral. Se publica dos días, el 1 y 2 de agosto. El anuncio de continuación es horizontal con siete líneas y titular en negritas mayúsculas de “AVISO”, continua en cursiva “ a los farmacéuticos, drogueros y fabricantes en productos químicos”. Después repite lo puesto en el anterior anuncio. Se inserta 24 veces desde 3 al 27 agosto.

9.- Centro de Vacunación Animal (AC)

Anuncio interesante reproduce un grabado que ocupa 2/3 del espacio publicitario. Debe existir algún diseñador, pues es muy moderna la distribución espacial. Titular en negritas y después el grabado, debajo los datos de los médicos que lo dirigen son D. Amalio Gimeno y D. Juan Torres. En los laterales, en vertical la dirección del centro. Un objetivo de la publicidad es llamar la atención y este reclamo lo consigue. Otros detalles son que dice que la Vacuna se obtiene directamente de la vaca. Se publica 20 días, desde el 13 de enero hasta el 1 de febrero, es decir, todos los días.



Figura 314. Primer anuncio .

En el anuncio de continuidad, desaparece el grabado y el argumentario es el mismo, pero en la última línea se añade: ” Los sábados por la tarde se vacunará gratuitamente a los pobres”. Esta publicidad se inserta tres días, 12, 17 y 24 de diciembre.



Figura 315. Segundo anuncio .

10.- Doctor Pierre (AC)

Anuncio horizontal de seis líneas cuyo titular dice con letras mayúsculas y negritas, "MEDICO FRANCES". Después comienza con "Ha llegado a Valencia, donde piensa establecerse , el médico francés Dr. Pierre". Se publicita como especialista de enfermedades del estómago y vías respiratorias, en la calle Padilla,4 principal. El horario es de una a cuatro de la tarde y gratis para los pobres: los lunes, miércoles y viernes. Se anuncia 1 día, desde el 16 de septiembre en la página dos. Cinco días después se publica otro reclamo publicitario de parecida índole. Empieza "Ha llegado a esta ciudad el médico francés/ DOCTOR PIERRE". Cambia el horario de la consulta que se amplía pasando a "nueve a cuatro de la tarde", y gratis que se reduce a los lunes y sábado. Se pública 4 días, desde 21 al 24 de septiembre. Los reproducimos como los tenemos en las fichas de papel.

MÉDICO FRANCÉS.

Ha llegado á Valencia, donde piensa establecerse, el médico francés Dr. Pierre, especialista en las enfermedades de todos los días, de una a "cuatro" de la tarde en la calle de Padilla, 4, principal. Gratis para los pobres los lunes, miércoles y sábados.

CP 16-9-88 p 2

Ha llegado á esta ciudad el médico francés
DOCTOR PIERRE,
especialista en las enfermedades y padecimientos del estómago y de las vías respiratorias.
Consulta diaria desde las nueve hasta las cuatro de la tarde. Gratis los lunes y sábados.
Calle de Padilla, 4, principal.

CP 11-9-88 p 2 amey x

Figura 316. Primero y Segundo anuncio.

La tercera modificación supone una redistribución de los inicios, "El médico francés MR. PIERRE, especialista en las" esta es la primera línea, el resto del texto se repite. Se publica durante 15 días, desde 2 hasta el 16 octubre, una periodicidad diaria.

El médico francés MR. PIERRE, especialista en las enfermedades del estómago y de las vías respiratorias, está en Valencia.
Consulta diaria desde la una á los cuatro. Gratis los lunes y sábados,
Calle de Padilla, 4, principal.

Figura 317. Tercer anuncio.

11.- Establecimiento de Aeroterapia Atmiátrica y Electroterapia

Anuncio horizontal con filete negro fino. Tras el titular anterior indica con mayúsculas y negritas su fundación en 1881. Se anuncia 18 veces, desde el 3 de septiembre hasta el 23 de diciembre. Esta publicación puede estar condicionada, por uno de sus servicios que son " las inhalaciones de azoe con las que pueden los enfermos seguir durante el invierno el tratamiento de Panticosa y Uberuaga". Tratamiento especial de enfermedades del pecho y nerviosas, se encuentra en Juristas, 16 de once a tres.



Figura 318. Anuncio Aeroterapia.

12.- La inoculación Preventiva -Libro

Se trata de la publicidad de un libro de indudable interés sanitario, con los protagonistas de esa actualidad, con ingredientes como: Cólera , Ferrán y Amalio Gimeno. No sabíamos donde colocarlo, ¿en productos sanitarios?, posible, pero nos hemos decantado por el peso de los profesionales que lo escriben y por eso aparece en este inventario

Es un anuncio horizontal de nueve líneas cuyo titular es: " LA INOCULACIÓN PREVENTIVA / contra el cólera morbo asiático, por J. FERRAN, con/ la colaboración de los doctores GIMENO y PAULÍ " . Después indica el tamaño de 337 páginas en 4º francés, con un fotograbado y una foto-tipia del coma bacilo. Indica las librerías donde se vende. Se publica 12 veces, desde el día 27 de agosto al 24 de diciembre.

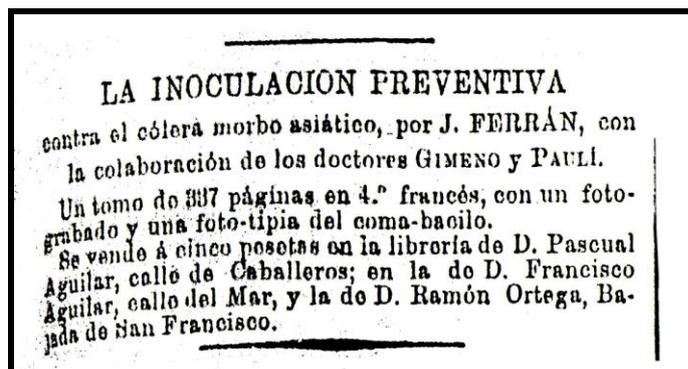
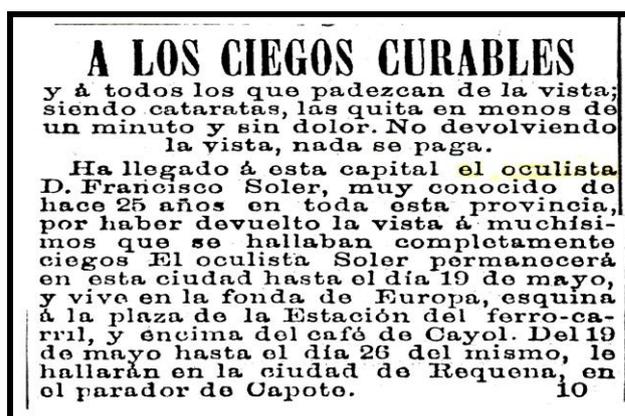


Figura 319. Anuncio libro de Ferrán.

13.- Oculista transeúnte

Anuncio modular de información y llegada a la ciudad de un oculista transeúnte. El titular en mayúsculas y negritas dice “A LOS CIEGOS CURABLES” sigue afirmando que “quita las cataratas en menos de un minuto y sin dolor” y para rematar el argumento clínico, apela al bolsillo: “No devolviendo la vista nada se paga”.

Este oculista desde hace 25 años, se llama Francisco Soler. Permanecerá hasta el 19 de mayo en la Fonda Europa. Recuérdese el anuncio número 6 , lugar donde también se ubicaba el Hernario. Aquí nos aporta alguna información más para su localización, “esquina plaza de la Estación del ferro-carril y encima del café de Cayol. También anuncia que desde el 19 hasta 26 de mayo estará en Requena, en el parador de Capote. Se publicita 10 días, desde el 29 de abril hasta el 8 de mayo.



A LOS CIEGOS CURABLES
y á todos los que padezcan de la vista;
siendo cataratas, las quita en menos de
un minuto y sin dolor. No devolviendo
la vista, nada se paga.
Ha llegado á esta capital el oculista
D. Francisco Soler, muy conocido de
hace 25 años en toda esta provincia,
por haber devuelto la vista á muchísi-
mos que se hallaban completamente
ciegos El oculista Soler permanecerá
en esta ciudad hasta el día 19 de mayo,
y vive en la fonda de Europa, esquina
á la plaza de la Estación del ferro-ca-
rril, y encima del café de Cayol. Del 19
de mayo hasta el día 26 del mismo, le
hallarán en la ciudad de Requena, en
el parador de Capote. 10

Figura 320. Anuncio Oculista Soler.

14.- Botica

Anuncio informativo largo de quince líneas, donde se publicita la venta de la botica de Baeza. Quizás figura entre esos anuncios “por palabras” para buscar cierta discreción, pero el texto es muy revelador. Dice que se vende la botica por” no poder atenderla” dado que se dedica a la fabricación de productos químicos. Buena ubicación “en la calle San Vicente, paso de carretera y del ferro-carril de Cuenca”. Anuncia también su facturación .” en los cuatro años de existencia ha despachado al año 34,000 rs”. Parece ser que la farmacia estaba cerrada, o no quiere que se enterén los empleados, pues

indica dirigirse a donde está la fábrica de productos químicos en Paiporta. Se publica diez veces, desde el 8 al 26 de junio, con una frecuencia de dos días.

15.-Consultorio Medico-Homeopatico

Anuncio horizontal de cuatro líneas y carácter informativo, en la tercera plana. D. Jose Mateu Garin, Vilaragut, 3 principal .Horas de consulta de ocho a diez y de una a cuatro. Se publica 8 días, desde 17 de enero hasta el 6 de marzo.

16.- Estómago y Herpetismo

Anuncio Horizontal con los titulares que ocupan casi el total del espacio publicitario. El Titular en negritas de “ Estómago y Herpetismo” y debajo en mayúsculas y negritas “CURACION RADICAL”. Después en dos líneas, garantizan su desaparición en breve tiempo por “tratamientos especiales en la clínica de la calle de Lauria, 1 pral.”. Se inserta durante 8 días , desde el 27 de noviembre hasta el 11 de diciembre.

17.- Ortopedia Española

Anuncio vertical con una cabecera de tres filas de medallas y distinciones, luego viene el titular en mayúsculas y negritas. En el texto anuncia la llegada desde Madrid del Sr. Cort y Marti, se encuentra en la fonda del Universo (calle San Vicente,84) y especifica el cuarto: número1. Dice atender y lo publica con negritas y mayúsculas “CURAS ORTOPEDICAS” de doce a cuatro de la tarde. Luego se ofrece “ a los señores médicos que deseen ver los aparatos mecánicos”. Una doble finalidad esconde la visita, hacer curas y clientes y contactar con los médicos. Se publica 8 días, desde el 10 hasta el 23 de noviembre. Esta publicación es posible coincidan con la estancia del profesional visitante.



ORTOPEDIA ESPAÑOLA.

Acaba de llegar, procedente de su casa de Madrid, el célebre profesor y fundador de la Ortopedia mecánica, el Sr. Cort y Martí, que viene para dar a conocer a los señores médicos su obra de casos prácticos, única en España.

Los enfermos que deseen consultarlo durante su permanencia en esta capital, podrán pasar, desde las doce a las cuatro de la tarde, fonda del Universo, calle de San Vicente, núm. 34, cuarto núm. 1.

CURAS ORTOPÉDICAS.

Con los aparatos mecánicos de fuerza lenta y gradual, inventados por el señor Cort y Martí, se corrigen y se curan las deformidades del cuerpo humano.

Con los hornarios ó bragueros mecánicos de dicho Sr. Cort, se curan radicalmente las hernias ó quebraduras, con un método muy sencillo, sin parches ni medicinas.

El ortopédico Sr. Cort, deseando demostrar que su ortopedia mecánica es una verdad, no tiene inconveniente en presentarse a todos los centros científicos de medicina y cirugía, y delante de todos los señores profesores del mundo, hacer ver prácticamente cómo funciona su ortopedia aplicada al cuerpo humano.

Los señores médicos que deseen ver los aparatos mecánicos del Sr. Cort, su autor tendrá gran satisfacción en demostrarlos prácticamente.

Figura 321. Anuncio Ortopedia Española.

18.- Doctor Manuel Candela

Anuncio horizontal informativo de cambio de domicilio y a su vez publicitario de sus servicios. “EL DR M. CANDELA, catedrático de clínica de obstetricia y enfermedades especiales de la mujer y el niño” así empieza el texto del aviso publicitario. La consulta estaba en la calle Caballerros,3 y se traslada a la calle de Pascual y Genís, junto al Colegio Notarial. Donde también tuvo su residencia el Doctor Ferran.

Informa de los horarios de consulta, de doce a dos de la tarde, y gratuita para enfermedades de la matriz, los martes y viernes de cuatro a cinco de la tarde. Se anuncia siete veces, desde 15 al 29 enero y en la tercera página.

19.-Ortopedia Oliete e Hijo (AC)

El primer anuncio que nos aparece es un Anuncio vertical con filete de marco y un titular en mayúsculas y negritas de “ORTOPEDIA” y encima un grabado de un medio cuerpo con un collarín en el cuello. A los lados escrito en mayúsculas y en vertical “ CASA FUNDADA EN EL AÑO 1850” y al otro lado “PREMIADA EN VARIAS EXPOSICIONES”. Continúa la

narración de los productos y es interesante que dice “para obtener resultados perfectos se necesita la presencia del paciente y en su lugar medidas tomadas por un profesor en Medicina y Cirugía”. Este detalle indica cierta formación (se titulan Ortopedista) pues el aparataje realizado por estos técnicos procede de una prescripción de un médico traumatólogo. La dirección es Sagrario de San Francisco, 7, junto a la Estación del ferro-carril. Escribir junto a la Estación tiene una doble utilidad, facilitar la localización para los que no conozcan el callejero urbano y captar clientela que utilice ese medio de locomoción. Se publica 5 días, desde 14 de noviembre hasta el 12 de diciembre.

de
se
con-
es y
pa-
alle
con
ole-
bita
fin-
En-
a de
dos
del
orda
arti-
calle
baja
risos
con
mer-
pal-
nos
re-
a in-
eres,
ros,
y 2
de
de
mo-

CASA FUNDADA EN EL AÑO 1850.



SENOR DON VICENTE OLIVERO

ORTOPEDIA.

Construcción y completo surtido en aparatos para la curación en los niños de las torceduras en las piernas y piés, bien procedan de nacimiento ó adquiridas, y de las hernias ó quebraduras, corrección de las desviaciones del espinazo, costillas, etc.; aparatos para dar extensión y movimiento á los brazos y piernas encogidas, bien sea por contracción ó parálisis, etc.; brazos y piernas artificiales; aparatos para el tratamiento de las hernias en estómago, lumbigo, ingües, y para contener ó reducir el vientre; contra la masturbación, incontinencia, desviaciones de la matriz y cuantos casos se presentan en el organismo humano. Inútil es recomendar que para obtener perfectos resultados se necesita la presencia del paciente, ó en su lugar medidas tomadas por un profesor en Medicina y Cirugía. Completísimo surtido, y á precios de fábrica, en biberones, pezoneras, sacaleches, suspensorios, jeringas de todas clases, pulverizadores, orinales, medias y asiento de goma, trompetillas para los sordos, cabestrillos, muletas, tabillitas para fracturas, y todos cuantos artículos conciernen á nuestro ramo.

OLIVERO É HIJO, Ortopedistas, Sagrario de San Francisco, 7, (junto á la Estación del ferro-carril).

del
Mo-
rtos
ca-
rtos
Al-
osa.
tér-
é
é

Figura 322. Primer anuncio Ortopedia.

El próximo anuncio cambia la ilustración, aparece un torso de una persona con unas correas, todo lo demás igual. Se publica dos días, el 18 y el 25 de diciembre. Se reproduce en su contexto para que se vea, la longitud y la anchura, para ello se imprime la columna de al lado. Por cierto, una columna que agrupa diversos anuncios por palabras, entre ellos los de “Ventas” y “Nodrizas”

<p>herencia de D. Peregrin Mas. 8.ª 6 hanegadas y 1/2 brazas huerta en el propio término y partida; lindes: herencia de L. Zamora y su hijo Diego no, P. herederos de D. Félix Serrano, N. los de D. Ramón León Casasús, y M. el brazal.</p> <p>DIA 22. 1.ª 2 hanegadas y 1/2 brazas arroyal en el propio término, partida de Meses ó del Pector; lindes: N. doña Isabel Abad, M. marqués de Montortal, P. D. José Abad, y L. herencia de D. Feliodoro Mas, brazal en medio. 2.ª Y 15 hanegadas de tierra secano en el propio término, partida de Bisques; lindes: L. herederos de D. José Gil de Portugal, P. y N. herencia de D. Vicente Casesnovas y senda de los Olles, y M. José Cardona. El pliego de condiciones y títulos de propiedad de las fincas están de manifiesto en la citada notaría. 2</p> <p>Ventas. Se vende una cocina económica. Calle de la Reina, 81 y 83. Cabafal. 1 Se vende una casa en la plaza del pueblo de Silla, n. 7, compuesta de planta baja, cámara, corral con cuadra y pajar, propia para cualquier establecimiento. Mido 34 y 1/2 metros de largo por 7 de ancho. Darán razón en el mencionado pueblo, calle de Valencia, n. 81, D. Bautista Romaguera. 1 Se venden puertas y ventanas procedentes de una obra. San Vicente, n. 101. 2 Se vende un kiosco ó atajado de cristales, propio para una portería en la cual tenga el portero que trabaje en el patio. Dará razón el carpintero de la calle de Santa Teresa, n. 11. 2-R Se venden unas puertas de calle de maderas viejas y balcones de hierro grandes y pequeños, y de madera vieja. Darán razón Guillermo de Castro, 48, principal. 6</p> <p>Alquileres. Se alquila un principal con cochera por 16 rs., y un entresuelo por 10 reales. Casa nueva. D. Juan de Austria, 48. 1-R</p> <p>Nodrizas. En la calle de Caballeros, n. 18, bejo, darán razón de varias, unas viudas y otras casadas, entre ellas algunas lactadoras, leche desde cinco días á un</p>	<p>calte Borolla, á la calle de la Linterna, núm. 21, junto á la de Gracia. 15</p> <p>Casa fundada en el año 1850.</p>  <p>Preñada en varias Exposiciones.</p> <p>ORTOPEDIA. Construcción y completo surtido en aparatos para la curación en los niños de las torceduras en las piernas y pies, bien procedan de nacimiento ó adquiridas, y de las hernias ó quebraduras, corrección de las desviaciones del espinazo, costillas, etc.; aparatos para dar extensión y movimiento á los brazos y piernas encogidas, bien sea por contracción ó parálisis, etc.; brazos y piernas artificiales; aparatos para el tratamiento de las hernias en estómago, hombilgo, intest., y para contener ó reducir el vientre; contra la masturbación, incontinencia, desviaciones de la matriz y cuantos casos se presentan en el organismo humano. Inútil es recomendar que para obtener perfectos resultados se necesita la presencia del paciente, ó en su lugar medidas tomadas por un profesor en Medicina y Cirujía. Completísimo surtido, y á precios de fábrica, en biberones, pesoneras; sacalcoches, sus-pensorios, jeringas de todas clases, pulverizadores, orinales, medias y salientes de goma, trompetillas para los sordos, obostrillos, muletas, tabillitas para fracturas, y todos cuantos artículos conciernen á nuestro ramo. OLIVETE E HIJO, Ortopedistas, Sagrario de San Francisco, 7, (junto á la Estación del ferro-carril.</p>	<p>cont. De Bo Co de la</p> <p>Se arrog Rem</p> <p>Se Boto nes, c</p> <p>MI</p> <p>Se tura, Ca</p> <p>MI</p> <p>de g lifo, J. J.</p> <p>Se hanc de 20 Da en la baos</p> <p>PA U</p> <p>Mlea gent Nity ferrit ur giteo sost bera ent sin mo lan sto d</p>
---	--	--

Figura 323. Segundo anuncio Ortopedia.

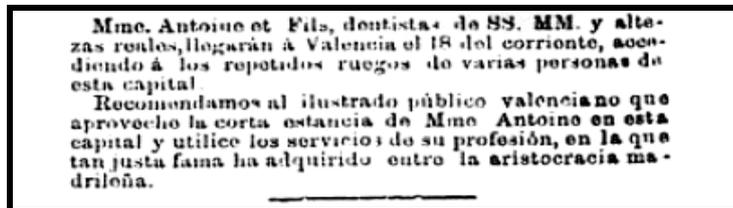
20.-Traspaso

Anuncio informativo y tamaño modular de cuatro líneas. Se traspasa “acreditada Farmacia en una importante población de la provincia: darán razón calle Zaragoza, 1“. Discreción y redacción casi telegráfica. Se anuncia

6 días del 10 al 20 de noviembre. En el (Bailly-Bailliere,1886,1773) aparece en ese número la fábrica de paraguas Ortells.

21.-Mme Antoine et fils (AC)

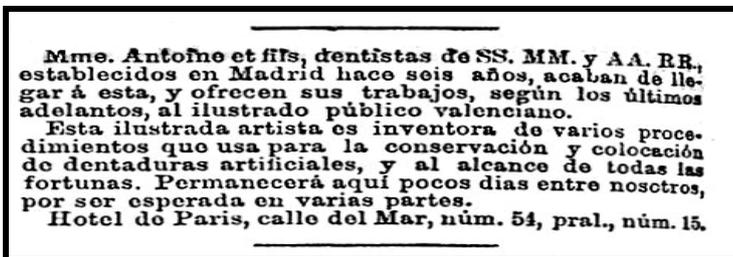
Anuncio noticia de la llegada de estos dentistas desde Madrid, se publican seis veces. Las inserciones se realizaban antes de su llegada. La primera publicidad se produce el 12 de junio en la página tercera, indicaban la llegada el día 18. Pero algo debió ocurrir porque no se dice donde localizarlos.



Mme. Antoine et Fils, dentistas de SS. MM. y altas realezas, llegarán a Valencia el 18 del corriente, accediendo á los repetidos ruegos de varias personas de esta capital.
Recomendamos al ilustrado público valenciano que aproveche la corta estancia de Mme. Antoine en esta capital y utilice los servicios de su profesión, en la que tan justa fama ha adquirido entre la aristocracia madrileña.

Figura 324. Primer anuncio Mme. Antoine.

En el siguiente anuncio se indica que estarán en el Hotel Paris, calle del Mar, 54. Se publica los días 3 de julio en la página segunda y el día siguiente en la página primera.



Mme. Antoine et fils, dentistas de SS. MM. y A.A. RR., establecidos en Madrid hace seis años, acaban de llegar á esta, y ofrecen sus trabajos, según los últimos adelantos, al ilustrado público valenciano.
Esta ilustrada artista es inventora de varios procedimientos que usa para la conservación y colocación de dentaduras artificiales, y al alcance de todas las fortunas. Permanecerá aquí pocos dias entre nosotros, por ser esperada en varias partes.
Hotel de Paris, calle del Mar, núm. 54, pral., núm. 15.

Figura 325. Segundo anuncio Mme. Antoine.

La tercera publicidad se publica los días 6, 7 y 9 julio en página segunda. En el mismo Hotel Paris, pero cambia la dirección, Mar ,12. Este cambio de número es posible sea un error, según (Bailly-Baillière, 1886, 1769) no aparece la denominación de Hotel sino de Fondas con Hospedaje y pone como dirección: “ Mar, 52, Pouzols (Madame Vence)”, suponemos se trata de alguien de procedencia francesa. En la guía de (Llombart,1887,826) vuelve aparecer la denominación de Fonda con hospedaje, con la siguiente dirección: Mar, 52 Pouzols (Viuda de Antonio). Dados estos fallos tipográficos seguidos no repitieron los reclamos publicitarios.

Para confianza del público, diremos que la prensa de Madrid y la ciencia médica nos recomienda hagamos público el acierto y habilidad de Mme. Antoine et Fils, dentistas de SS. MM., como reconocida especialista en los trabajos y operaciones de la boca.
Las personas que gusten pueden aprovechar la oportunidad de su estancia en esta. Hotel de Paris, Mar, 12, principal, n, 15.

Figura 326. Tercer anuncio Mme. Antoine.

La denominación “Mme. Antoine et fils” nos llama la atención por la presencia femenina ejerciendo una profesión. Poner a los hijos (et fils) nos indica algún tipo de sucesión, o agrupación empresarial. En el (Bailly-Bailliére, 1886, 272) de Madrid, aparece establecida en la calle Infantas número 12. Su fama era amplia, en la publicidad del producto “Licor del Polo” (LP nº 18), en su undécimo Anuncio Noticia que es una cita de citas, dice que “el Noticiero” de Bilbao “...la acreditada dentista de Madrid Madame Antoine et fils... se ha decidido por el *Licor del Polo*...”. En una publicación realizada con motivo de cuatrocientos aniversario del descubrimiento de América, la “Guía Colombina” de Manuel Jorroto Paniagua e Isidoro Martínez Sanz, publicada por la Imprenta de Enrique Rubiños en Madrid. Aparece un anuncio a página completa con la ubicación en el centro de la capital.



Figura 327. Guía Colombina (1892), página 482.

A su vez, reproducimos un “anuncio entradilla” publicado en uno de los diarios más importantes del momento, como *La Correspondencia de España* (18-10-1891) donde aparece radicada en la Puerta del Sol.

LA CORRESPONDENCIA DE ESPAÑA
DIARIO UNIVERSAL DE NOTICIAS
EEO IMPARCIAL DE LA OPINION Y DE LA PRENSA
 LA EDICION DE LA MAÑANA A CUATRO REALES EN MADRID, A DOVINCULA

PRECIO DE LOS ANUNCIOS:
UNA PESETA LINEA
 Los anuncios de larga, media, y corta duracion se cobran a base de semanas, y para el extranjero se cobra en pesetas o en su equivalente en moneda de la localidad donde se anuncie. ALICANTE, 6 y 8, se cobran en pesetas.
 PRECIO DE LA VENTA
 Por mes: 5 céntimos
 Por trimestre: 15 céntimos

ANUNCIOS DE LA MAÑANA A CUATRO REALES EN MADRID, A DOVINCULA

ANNO XLII. NOM 12247 PRIMERA EDICION Madrid, Domingo 18 de Octubre de 1891 DE LA MAÑANA ORIGINAL FACTOR 7

MARTIN la señora **SOMBREROS** me...
MADAME ANTOINE ET FILS
PASAPORTES para el **EXTRANJERO**
MADAME MARGUERITE
HAN FALLECIDO

Figura 328. Anuncio entradilla de Mme. Antoine et fils.

22.- Farmacia

Anuncio informativo de tres líneas. Se solicita un empleado para una farmacia, y por eso ponen el titular de “Farmacia” en negritas. En la Farmacia Rives se necesita practicante de farmacia “que no estudie”. Una observación muy interesante, sino léase los estudios de Salustiano Orive, que combino sus estudios de farmacia con el trabajo de practicante en una farmacia. Se anuncia 4 días , desde el 16 al 19 de junio.

23.-Enfermero

Anuncio horizontal modular de cinco líneas, demanda de un enfermero para cuidar a un joven e indican dirección. Se publica 4 días , desde el 13 al 17 marzo.

24.- Practicante

Anuncio horizontal de cuatro líneas, donde se solicita uno, “ para una farmacia de Albacete. Informes D. Ignacio Costas”. Es un conocido farmacéutico de Valencia. Se publica tres veces , 26, 28 y 29 de enero.

25.-Traspaso Veterinaria

Anuncio informativo de tamaño modular con diez líneas de texto. Se indica la defunción de un veterinario llamado Salvador Muñoz y Plans y el traspaso de su establecimiento sito en la calle Ensanz, 11. Las condiciones de la operación, con su hermano D. Mariano que habita en la misma casa. Se publica tres veces, el 8, 10 y 12 de junio.

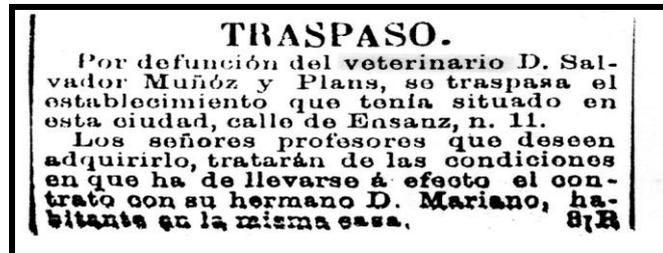


Figura 329 . Primer anuncio.

26.-Médico

Anuncio horizontal de tres líneas, de carácter noticia publicado en la segunda página tres veces, 7,8 y 9 de julio. El texto dice: “D. MIGUEL VILLALONGA, doctor en medicina y cirugía, ha trasladado su domicilio a la calle de Colón, núm,14, pral.”

27.-Farmacéutico

Anuncio horizontal de cuatro líneas. Proporciona “colocación a licenciado o doctor”. Informes Costas, Sombrerería,5. Desconocemos porque no pone “Farmacia”, ya que esa dirección se ha visto en muchos reclamos publicitarios de este trabajo. Se publica 3 veces los días 10,12 y 13 de noviembre.

28.-Casa-Pensión para estudiantes de derecho y medicina

Anuncio informativo de seis líneas de una actividad necesaria en la formación de los estudiantes de fuera de la ciudad. Dice que “ se tienen en la misma cuatro horas de estudio”. La información el administrador y se encuentra en Palau, 12 principal. Se anuncia 3 veces, el 25 ,27 y 28 de diciembre. Supongo que es inicio de campaña para el año que viene.

29.-Practicante de farmacia

Anuncio de tamaño una columna de ancho y de búsqueda de empleo. Un practicante con 10 años de práctica desea trabajar en un pueblo de la provincia. Dan razón en la Farmacia del doctor D. Juan B. Sanz calle de la Nave, 19. Se publica 2 veces, el 15 y 17 de octubre.

30.-Aviso a los señores profesores de Medicina y Cirugía

Anuncio informativo de tamaño modular de trece líneas . Se publicita una Almoneda de instrumentos “técnicos propios para operaciones de medicina y cirugía con sus correspondientes microscopios” propiedad del Dr. Guillermo Jelly, y la almoneda a cargo del corredor Carreres. “Se celebrará el 23 de los corrientes” y la publicidad se inserta el día 22 y 23 de junio.

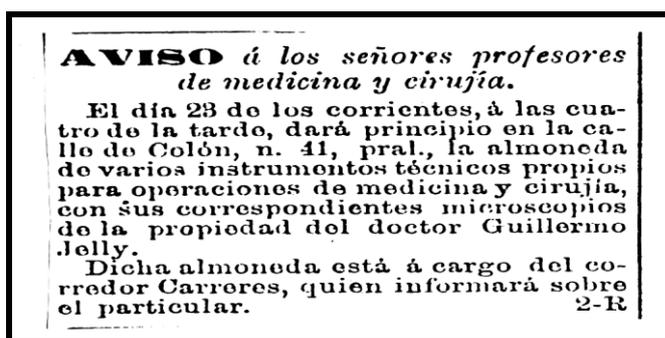


Figura 330. Primer anuncio.

No hemos encontrado referencias de la dirección de este corredor Carreres en los Anuarios comerciales consultado. Sin embargo entre los anuncios por palabras, hemos localizado uno donde aparece un corredor Carreres.

VENTAS.

El corredor Carreres, que tiene establecido su despacho en la planta baja de su casa, Trinquete de Caballeros, n. 14, tiene para vender las fincas siguientes:

Varias casas en diferentes sitios de esta ciudad y en su ensanche.

Tierras huerta y secanas en varios términos y partidas.

Solares en varios puntos del ensanche y en el camino del Grao.

Una casa de mucha capacidad, vieja, dentro de la capital y en sitio preferente, cuyo solar medirá aproximadamente unos 15,000 palmos cuadrados.

También tiene el encargo de colocar á préstamo sobre hipoteca de casas dentro de la ciudad 120,000 rs., y otras de menos importancia para dentro y fuera, siempre que sean en tierras huerta

4-R

Figura 331. *Las Provincias 13-1-1886 p.4.*

31.-D. Emilio Clausolles

Anuncio horizontal de un aviso de paso de este médico-cirujano radicado en Barcelona y que ofrece servicios de ortopedia. Los días de permanencia en la ciudad coinciden con los del anuncio. Se reproduce como ejemplo de cantidad de información. Se anuncia dos veces, los días, 17 y 18 de marzo en la página segunda. En el (Bailly-Bailliere, 1886, 857) de Barcelona, aparece una Ortopedia que realiza venta al por mayor y por menor a nombre de José Clausolles.

D. EMILIO CLAUSOLLES,
MÉDICO-CIRUJANO.

Socio de la Academia Quirúrgica Matritense, de la de Palencia, premiado en las Exposiciones Universales de Paris en 1855, 1867 y de Viena en 1873; dueño y fundador del Establecimiento Ortomórfico de Barcelona, Rambla del Centro, núm. 27, participa al público, que hallándose de paso en esta capital; donde permanecerá hoy y mañana 17 y 18 del corriente marzo, recibirá todos los días de diez á doce, y de tres á cinco de la tarde, á las personas que necesiten del auxilio de su especialidad; que es la siguiente:

Hernias, quebraduras y relajaciones. Desviaciones del espinazo (principios de joroba). Piernas torcidas interiormente ó exteriormente. Piés de piña, ó varus y valgus. Luxaciones del fémur ó muslo.

En una palabra, todos los vicios de conformación que afectan al cuerpo humano, especialmente á los niños.

FONDA DE VILLARRASA.—VALENCIA.

Figura 332. Anuncio Emilio Clausoles.

32.-Dentista

Es una noticia que aparece en la página uno , lo reproducimos por su interés. No hemos encontrado un anuncio publicitario, aunque la esperábamos, dado que la publicación de esta noticia es un favor que realiza el periódico. Se publica el 3 de octubre. Hemos confirmado la residencia en Valencia, un Antonio Marin (Bailly-Bailliere,1886,1768) aparece como dentista en la Calle Miguelete,5.

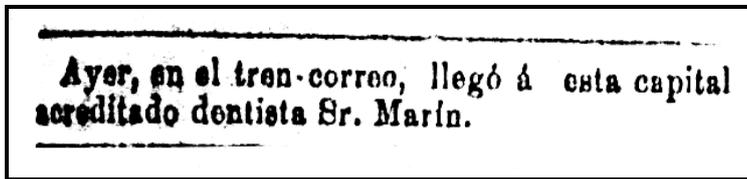


Figura 333. Anuncio noticia dentista Marin.

33.-Partos y Enfermedades de la mujer

Anuncio horizontal de composición original con dos filetes gruesos, arriba y abajo, para centrar el mensaje de texto transmitido. Solo se publica un día, el 9 de mayo en la página segunda. La información transmitida indica sus servicios y su nuevo despacho. Desconocemos las razones de su escasa publicidad pero nos llama la atención.



Figura 334. Anuncio de partos y enfermedades de la mujer.

34.-D. Manuel Zuriaga

Anuncio horizontal de seis líneas, un anuncio noticia que se publica en la página tercera. “El lunes pasado llegó a esta capital procedente de Paris, D. Manuel Zuriaga, el que viene de terminar sus estudios prácticos sobre enfermedades de la piel y la sífilis”.

35.-Cura de la Sordera

Anuncio horizontal cuya parte izquierda ocupa la anatomía de un oído y en la derecha se dispone del texto publicitario. El titular en mayúsculas y negritas, sigue lo que se publicita: Los **TIMPANOS ARTIFICIALES** con privilegio de invención de **NICHOLSON**. Para demostrar su funcionamiento previo envío de 25 centimos se remite un librito de 80 páginas con todo tipo de información. Acaba el reclamo diciendo en cursiva y negritas, *Dirigirse a J.H. Nicholson, 4 rue Drout, Paris. Aparece 1 día el 27 de diciembre.*

ADDENDA

Nos aparecen dos anuncios relacionados con la Veterinaria, pero en la venta de animales y por tanto aparece en una sección de ventas. Se hace difícil individualizar a cada uno de los veterinarios, pues unas veces aparecen solos y otras los dos juntos el mismo día. Veamos el caso.

Ventas.

Se vende una cocina económica. Calle de la Reina, 81 y 83, Cabañal. R

Se vende una yegua extranjera cerrada, maestra en toda clase de carruaje. El veterinario D. Pedro Gil, que vive en la calle de Don Juan de Austria, dará razón. R

Se vende una yegua de raza extranjera, de cuatro años y medio, amaestrada en toda clase de carruajes. El veterinario D. Pedro Epila dará razón. 2

Ventas.

Se vende una cocina económica. Calle de la Reina, 81 y 83, Cabañal. R

Se vende una yegua extranjera cerrada, maestra en toda clase de carruaje. El veterinario D. Pedro Gil, que vive en la calle de Don Juan de Austria, dará razón. R

Se vende una máquina del sistema Howe, propia para sastrero y para zapatero, en muy buen estado y muy barata. Puede verse calle de la Jabonería Nueva, n. 6, 2.º, 3.ª puerta. 2

Se vende un caballo de ocho años y de siete á ocho dedos sobre la marca, maestro en toda clase de carruajes. El veterinario D. Pedro Epila, que vive en plaza de Serranos, dará razón. R



Figura 335. Anuncios veterinarios.

- Pedro Gil sale anunciado 8 veces solo, del 25 de octubre hasta el 2 de noviembre.
- Pedro Gil más Pedro Epila 2 veces, el 23 y 24 octubre, modelo superior. Y 12 veces, modelo inferior, desde 2 al 16 de noviembre.
- Además en el modelo inferior para Pedro Epila indica la dirección.

Según nuestro inventario, tenemos dos Anuncios a los que hemos asignado los números:

36.- Venta Yegua. Pedro Gil

37.- Venta Caballo. Pedro Epila.

Pero no asignamos cantidad de publicidad, pues en la “publicidad doble” tendríamos que asignar a cada veterinario la misma cantidad.

Inventario de Aguas, Baños y Balnearios en *El Mercantil Valenciano*.

Seguimos con las instrucciones mencionadas en otros inventarios. Con la salvedad en este caso, al estar los Balnearios sometidos a una temporada de actividad, con una fecha de apertura y de cierre, la publicidad recorrerá ese trozo del calendario y por tanto aparecerán los que hemos llamado Anuncios de Continuidad. Recordamos que en cuanto ordenación, empezamos de mayor a menor número de inserciones publicitarias. A su vez, si existen varios diseños de un mismo anuncio, el orden seguido es, el que se publica en los primeros meses hasta el final de año. En *El Mercantil Valenciano* no parecen anuncios de Balnearios de fuera de su ámbito de influencia. En los enunciados del Inventario se utiliza como denominación el titular o la cabecera del anuncio publicado en el diario. Las descripciones de las publicidades de Baños en ambos periódicos pueden ser iguales cuando los anuncios insertados son coincidentes.

1.-La Virgen de la Estrella (AC)

Anuncio horizontal de seis líneas con un titular en mayúsculas y negritas que ocupa casi la mitad anchura del reclamo. Informa de unos baños termo-minerales en el pueblo de Villavieja, provincia de Castellón. Promueve a su nuevo propietario, Manuel López, con habitaciones espaciosas con vistas a la montaña y el mar. Dice que “hay fonda y cocinitas para quien quiera cocinarse por su cuenta”. Se inserta 35 veces, desde el 23 de mayo hasta el 17 de agosto.

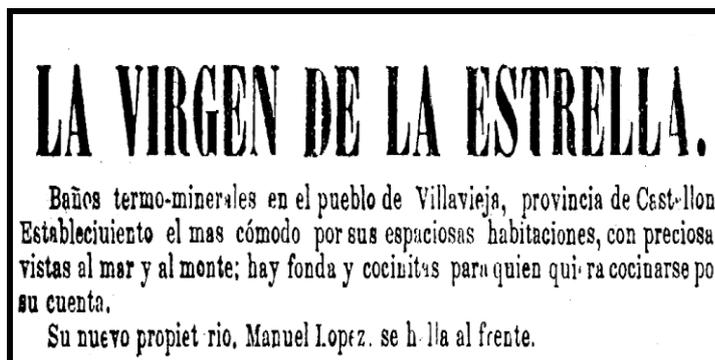


Figura 336. Primer anuncio.

La siguiente publicidad se inserta en formato horizontal y siete líneas. Como título, que ocupa la mitad del espacio publicitario, figuran en mayúsculas y negritas “BAÑOS TERMO-MEDICINALES” y subtítulo “de LA VIRGEN DE LA ESTRELLA”. El texto repite lo anterior, pero añade “servida por uno de los fondistas más acreditados de la capital”. Se publica 8 veces, desde el 19 hasta el 26 agosto, con una cadencia diaria. Coincidiendo en fechas con la publicidad en el diario *Las Provincias*.



Figura 337. Segundo anuncio.

2.- Baños de Fuente Podrida

Estos Baños publican un solo formato publicitario. Un anuncio en formato horizontal de cierto tamaño. En la descripción publicitaria de estos baños llama la atención la presencia de un destacamento de la Guardia Civil, posiblemente por la presencia de bandoleros. También cuenta con la colaboración de dos farmacias para información, la de la Morera y la de la plaza de la Constitución. Se inserta durante 51 días, desde el 18 de mayo hasta el 18 de septiembre, que abarca un periodo exacto de cuatro meses.

PROVINCIA **BAÑOS** PARTIDO JUDICIAL
 DE y municipal
 VALENCIA. **de Requena.**

DE AGUAS MINERO-MEDICINALES SULFUROSAS FRIAS
DE FUENTE PODRIDA.
 Abiertos desde el 25 de mayo hasta 30 de setiembre.

Dichas aguas están indicadas en todas las enfermedades exantemáticas; como el eritema roséola, urticaria, eczema, pénfigo, rupia y en las escrofulosas y sífilíticas; pero donde producen infalibles y rápidos efectos terapéuticos es en el herpes y todas sus manifestaciones, tanto internas como externas; también están indicadas para los diviesos, úlceras antiguas, blenorragias, leucorrea ó flujo blanco, estreñimiento pertináz, gastralgias y finalmente en todas las enfermedades de la piel.

La situación del establecimiento, montado como los primeros de su clase, es inmejorable por sus condiciones higiénicas y amenas vistas.

Fonda, hospedaje de varios precios y servicio balneario completo, y un destacamento de la Guardia civil durante la temporada.

Los bañistas de Valencia podrán efectuar su viaje en el ferro-carril de Cuenca hasta Requena. El carruaje del establecimiento saldrá de dicha ciudad en la madrugada de los días pares los meses de junio, julio y setiembre, y los impares en mayo y agosto, para el regreso vice-versa. El trén mas conveniente es el de la tarde.

Para los procedentes del interior, la mejor dirección es por Albacete y Casas-Ibañez.

Las personas que deseen adquirir mas pormenores podrán obtenerlos en la casa núm. 2, cuarto segundo de la izquierda, plaza del Seminario, donde se facilitarán prospectos, así como en las farmacias de la Morera y de la plaza de la Constitución.

Figura 338. Anuncio Baños Fuente Podrida.

3.-Baños de Chulilla (AC)

La publicidad de estos Baños de Chulilla es un claro ejemplo de Anuncio de Continuidad. Y matizado del tipo "cronológico" dado que enganchan las fechas anunciantes, es decir, el primer anuncio acaba el día 14 de mayo, el segundo empieza sus inserciones el 16 de mayo.

El primer anuncio es horizontal con seis líneas. Tiene un título en negritas que ocupa la mitad del ancho. Es la publicidad del inicio de campaña de los baños, abarca desde el mes mayo hasta el mes de setiembre. La forma de llegar a las instalaciones balnearias es coger el ferro-carril de Cuenca. Para información y despacho de billetes remite la publicidad a una fábrica de chocolates sita en San Vicente, 88. Se publica 14 días, desde el 30 abril al 14 de mayo.



Figura 339. Primer anuncio.

El segundo anuncio es parecido al anterior, pero indica su apertura y que las salidas de Valencia se realizan “ los martes y sábados”. Se publica 8 veces, desde el 16 al 30 de mayo.

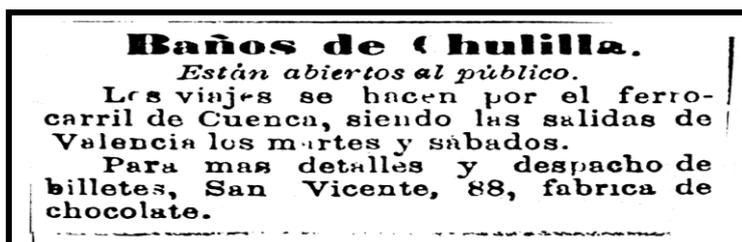


Figura 340. Segundo anuncio .

El tercero anuncio es de formato horizontal con titular en mayúsculas y negritas de “BAÑOS DE CHULILLA” y como subtítulo “Aguas sulfurosas cálcicas”. A continuación indica las propiedades de las aguas y los precios de las habitaciones. Como reclamo anuncia “agua de bebida gratis” y explica cómo se llega a una población sin tren con él. “El viaje se hace de Valencia a Cheste con el ferrocarril de Cuenca, y de Cheste a los baños con el carruaje del establecimiento”. También han ampliado salidas desde Valencia, un día más, el jueves. Se anuncia 8 veces, desde 1 de agosto al 9 de septiembre.

Baños de Chulilla,

AGUAS SULFUROSAS-CÁLCICAS.

Están indicadas estas aguas da muy antiguo por varios facultativos par los herpes, reumatismo, escrofulismo y ulceraciones y para toda clase de enfermedades del higado y del estómago.

Además de las grandes virtudes medicinales de estas aguas, este establecimiento se recomienda por lo ameno del sitio y por sus grandes y ventiladas habitaciones, al par que económico, segun se verá por la siguiente

Lista de precios.

Habitaciones amuebladas, de 6 á	16 rs. diarios.
Baños de todas clases á	3 id. uno.
Mesa redonda.	12 rs.

AGUA EN BEBIDA GRATIS.

Además existe en el establecimiento una tienda provista de toda clase de comestibles.

El viaje se hace de Valencia á Chestre con el ferro carril de Cuenca y de Chestre á los baños con el carruaje del establecimiento, siendo las salidas de Valencia los martes, jueves y sábados.

Despacho de billetes, donde se darán mas detalles, San Vicente, 38, fábrica de chocolates.

Figura 341. Tercer anuncio.

4.- Agua mineral VICTORIA (AC)

Esta publicidad debe ser de una agencia por su diseño, porque sorprende con sus reclamos y además de gran fama en la época porque no da ningún tipo de referencia. El primer anuncio se publica un día, el 8 de agosto en la primera página, y dice el mensaje: “Aviso a los señores médicos VICTORIA las tan deseada ha llegado”. Este texto se articula con la combinación de los tipos en negritas, mayúsculas y minúsculas.

Aviso á los señores
Médicos:

VICTORIA

la tan deseada ha
llegado.

Figura 342. Primer anuncio.

El segundo anuncio se publica al día siguiente, un reclamo publicitario de una sola inserción y en la primera página. Esta publicidad tiene un titular en mayúsculas y tipo negritas :” VICTORIA” debajo pone “EL CHAMPAGNE ENTRE LAS AGUAS MEDICINALES”. En el texto indica

su precio módico y la recomendación de las autoridades facultativas para males del estómago y órganos respiratorios.

VICTORIA,
EL CHAMPAGNE, ENTRE LAS
AGUAS MINERALES.

Indispensable en la mesa del enfermo, una joya en la mesa opulenta, pero al alcance de todas fortunas por su precio módico, recomendada por autoridades facultativas, principalmente contra los males del estómago y de los órganos respiratorios. Se vende en los principales establecimientos del ramo al precio de una peseta la media botella, y pesetas 0'75 la media botella.

Figura 343. Segundo anuncio .

EL MERCANTIL

DIARIO POLITICO INDEPENDIENTE, LITERARIO, CO

AÑO XV. Valencia.—Lunes 9 de Agosto

DIRCCION DE SUBSCRIPCION.	PRECIOS DE VENTA.	PRECIOS DE SUSCRIPCION.	ANOS.
En Valencia, en el correo de España.	Plas. 2'50	Plas. 12	Plas. 22'50
En el extranjero, Unión Postal.	" 3	" 15	" 30

Redaccion y administracion, Gracia, 78, principal y bajo.

ANTONIO VILAR RIDAURA,
DENTISTA,
 se ha trasladado de la plaza de San Francisco, 7, á la calle Abadía de San Martín, 12, principal.

VINO VERANO
 Copa San Clemente,
 Despacho: Barcas, número 40.

VICTORIA,
EL CHAMPAGNE ENTRE LAS
AGUAS MINERALES.

Indispensable en la mesa del enfermo, una joya en la mesa opulenta, pero al alcance de todas fortunas por su precio módico, recomendada por autoridades facultativas, principalmente contra los males del estómago y de los órganos respiratorios. Se vende en los principales establecimientos del ramo al precio de una peseta la media botella, y pesetas 0'75 la media botella.

VINO ESPUMOSO GAYOL
 calidad superior,
 Este vino reúne excelentes condiciones.

dicen. Acaso el Sr. Alonso Martínez no sancionó en un todo la actitud y los pasos del señor Sagasta, al extremo de declarar en la conferencia que celebró con éste en la Granja que realmente las cosas no podían marchar como iban, que era preciso evitar á toda costa ese dualismo que la opinión pública observaba y que de hecho existía entre los Sres. Sagasta y Camacho. Pues, qué, el Sr. Alonso Martínez dejó de decir no bien supo que el Sr. Camacho no iba á la Granja á celebrar Consejo, que todo estaba perdido, y que era preciso reemplazarlo? Como, pues, viene ahora el señor Camacho dando pie á los periodistas para que digan que ha roto las relaciones personales con todos ellos, excepción hecha de su amigo el señor ministro de Gracia y Justicia? Y sobre todo, les extraña más que lo diga después de sus cariñosas entrevistas con el Sr. Alonso Martínez. Ignora el ex-ministro de Hacienda la unanimidad de pareceres que ha venido existiendo entre los Sres. Sagasta y Alonso Martínez? Se le ha ocultado quizás? Acaso ha habido interés en hacerle creer lo contrario? Qué hay aquí, error, torpeza ó intriga?

Así poco más ó menos se expresaba esta tarde un ministro de los que más distinguió y apreciaban al Sr. Camacho, doliéndose de esa excepción que éste hace ahora y una no

nase al Sr. Aguilera, pues que había en él para dicho alto puesto.

Y ya que del Sr. Gamazo hablo, diciendo que este señor se muestra á deshacer el entuerto de la subasta amortización de los negros apodios que proceda en justicia.

La primer noticia de la proyectada nacion militar que indican vagamente riódicos de la mañana, la llevé anoche sino uno de los generositos que van á mar agua con hielo á hablar de las nes de guerra y las intrigas de la par lo que haya de cierto en la noticia tal ha publicado, pero en el fondo hay verdad. Por el pronto el gobierno no mucho agrado que Cataluña esté con estas circunstancias al general Riqu como no puede relevarlo ni realmente motivo para ello, acaricia la idea de lo con el general Blanco, que goza de sus simpatías, y cuyo ascendimiento catalanes es notorio; como el general votó contra el *modus vivendi*, su prestigio mayor para contener á los discolors, que siguieran despotricando acerca de ratismo.

En este caso se daría una satisfacción general Riquelme, llevándole á la d

Figura 344. Reproducción primera plana EMV 9 agosto.

El tercer anuncio se publica dos veces , los días 11 y 15 de agosto. Es un anuncio de dos líneas, un titular que ocupa 2/3, en mayúsculas y negritas “VICTORIA” y bajo otra línea que dice “en las principales farmacias y droguerías”.

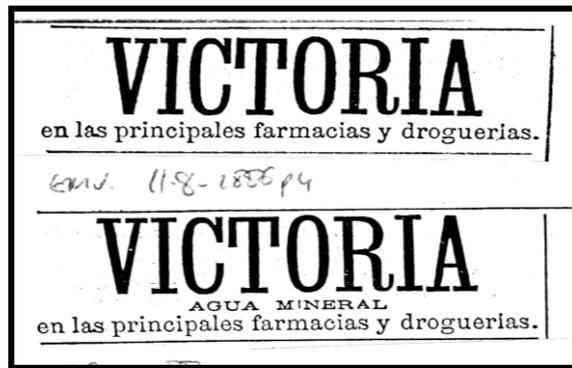


Figura 345. Tercer anuncio.

La cuarta publicidad vuelve al esquema habitual. Un anuncio horizontal con ciertos guiños modernos, el titular en mayúsculas y negritas dice “EL BUEN HUMOR”, quien no se fija en un titular como este. Además se enmarca colocando a los lados la palabra “VICTORIA” en vertical. Sigue con la narración de sus indicaciones, y acaba diciendo que se vende en las principales droguerías y farmacias. Se publica 24 veces, desde el 14 de octubre hasta el 1 de diciembre.



Figura 346. Cuarto anuncio .

5.- Baños del Turia

Es un anuncio vertical de la anchura de un módulo pero larga longitud. Destaca porque ocupando 2/4 del espacio aparece un dibujo de “una pared con algo de visibilidad confusa”. En la parte superior figura el siguiente titular “BAÑOS DEL TURIA / (antes Espinosa) / Carniceros, núm 14 , junto a las / Escuelas Pias.” Se anuncia 26 días desde el 3 de abril hasta el

31 de mayo, con una cadencia de cada dos días. Dice que tiene sección de hidroterapia y cita un director facultativo, D. Mariano Palos, con horas de consulta de nueve a una de la tarde. Estamos ante unos baños públicos.



Figura 347. Anuncio Baños del Turia (negativo).

6.-Agua Sulfurosa (AC)

Un anuncio horizontal de 4 líneas. Titular en negritas y mayúsculas de “AGUA SULFUROSA”, debajo dice “de José La Fuente del Grao”. Se vende en calle Entenza, 39 bajo. Se anuncia 12 días, desde el 18 hasta el 30 de abril, con una frecuencia diaria. El contenido informativo resulta confuso, pues no sabemos si se trata de una agua mineral, de una fuente de agua mineral o un distribuidor de agua sulfurosa.



Figura 348. Anuncio Agua Sulfurosa.

7.- Baños de Nuestra Señora del Carmen

Este anuncio es modular con un filete negro fino. Su titular es. “BAÑOS / de Ntrs. Sra. Del Carmen / LIRIA”. Informa de la composición del agua, que son: “cloruradas sódica frías, variedad sulfatadas, bicarbonatadas”. Indicadas para herpes, gastralgia y conducto urinario entre otras. El viaje desde Valencia se tarda seis horas. Noticias, prospectos y venta agua en la calle Mar, 91 José Solís. Médico Director: D. Pedro Raja. Se publican 10 veces, desde el 1 de agosto al 2 de septiembre. Buscando a José Solís en (Bailly-Bailliere, 1886, 1762) aparece en esa dirección un agente de negocios. Sobre el médico director, aparece en (Indicador, 1888, 174) viviendo en Valencia.

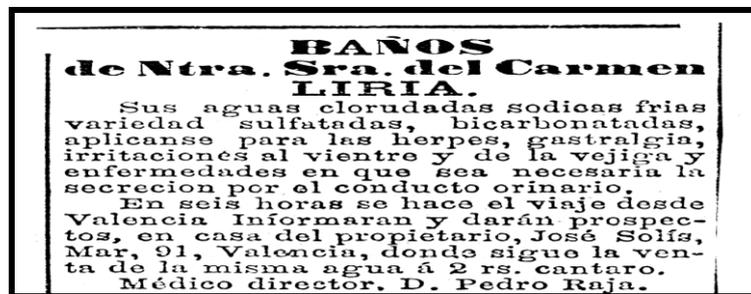


Figura 349. Anuncio Baños Ntra. Sra. Del Carmen.

8.-Balneario Valenciano

Anuncio horizontal de seis líneas. Titulares en tres líneas: “BALNEARIO VALENCIANO / CALLE AVELLANAS, 11 / Director, Dr. Orts, Catedrático de Medicina”. Ofrece servicios higiénicos de duchas, baños de vapor, rusos y aromáticos. Pulverizaciones de aguas minero-medicinales y naturales. También se realiza una consulta de 9 a 11. Se publica 8 veces, desde 8 de mayo al 30 de junio.



Figura 350. Anuncio Balneario Valenciano.

9.-Baños de Benimarfull

Es un anuncio horizontal, se trata de una publicidad informativa. No indica nada de su edificación y servicios pero sí de su acceso, por medio de un carruaje en las Ventas de Muro población por donde pasa la carretera de Albaida a Alcoy. También indica que se retrasa la apertura del 8 al 15 de mayo. Sobre el señor Nicolas Boronat Terol, en el anuncio escrito Beronat, por el otro periódico sabemos que es Boronat. No sabemos si es vecino de Alcoy, lo suponemos, tampoco sabemos si es el propietario. Pero debía ser muy conocido pues no indica dirección. En este periódico se publica el anuncio completo pero con el mismo texto que en el diario *Las Provincias*. Se publica 8 veces, desde el 5 al 14 de mayo, con frecuencia diaria.

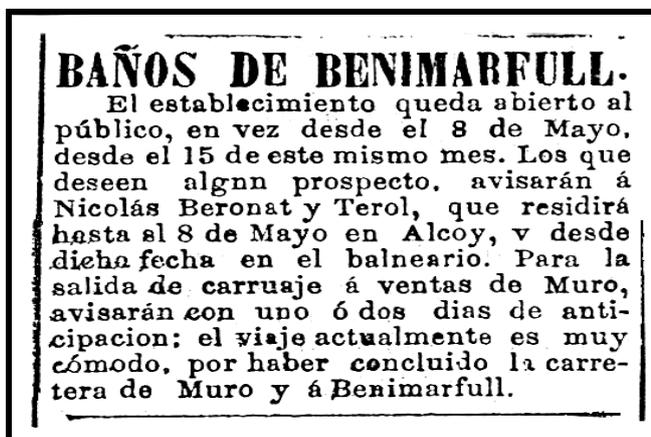


Figura 352. Anuncio Baños Benimarfull.

Al realizar una búsqueda en Benimarfull en (Bailly-Bailliere,1886, 674) aparece que su propietario es Nicolás Boronad (sic) una errata que dificulto su encuentro.

10.- Baños de Santa Ana

Anuncio horizontal con tres líneas de título en negritas : “Baños de Santa Ana, Játiva/ Aguas ferro-sulfurosas frías y aguas ferruginosas,/ premiadas en la Exposición de 1873 y la de 1882.”

Aparece un señor que da referencias que es el Sr. Folch, encuadernador, cita el administrador de los baños, pero no sabemos quién es. Luego citan los depósitos de venta en Valencia, Sueca y Játiva. Se publican 8 anuncios, desde el 7 de mayo hasta el 18 de septiembre.

Baños de Santa Ana, Játiva.

**Aguas ferro-sulfurosas frías y aguas ferruginosas,
premiadas en la Exposición de 1873 y la de 1882.**

Este antiguo y acreditado establecimiento balneario, que con sus salutíferas aguas, se obtienen tan sorprendentes y maravillosas curaciones en todas las afecciones herpéticas, se halla abierto al público desde el 1.º de Mayo á fin de octubre.

Los señores que se dignen honrarle con su asistencia, encontrarán buena fonda, buen hospedaje, servicio esmerado y cuantas comodidades sean apetecibles.

Un magnífico coche para el servicio del establecimiento en el trayecto de la estación de Játiva á los baños, que dista cinco kilómetros y vice-versa.

Para mas detalles se pueden dirigir al Sr. Folch, encuadernador, calle de las Cocinas, núm. 8, junto á la plaza de San Bartolomé, depósito para la venta de dichas aguas, quien facilitará prospectos, ó al administrador de los baños, que dará todos los detalles que se le pidan.

Los depósitos para la venta de las aguas son: Valencia, D. Domingo Folch, Cocinas, 8—Sueca, D. José Vidal.—Játiva, calle de San Francisco, núm. 32.

Figura 353. Anuncio Baños de Santa Ana.

11.- Baños públicos de San Rafael

Anuncio horizontal con titular y dirección en mayúsculas y negritas. Indica su apertura y los distintos tipos de baños . natural, aromático, sulfuroso y salvado, en sus dos variantes con ropa y sin ropa. Se ofertan abonos de nueve baños y se pagan ocho, y caduca el primero de octubre de cada temporada. Es posible que esa fuera la fecha de cierre. Finaliza repitiendo la dirección pero añadiendo un localizador, ”junto a la plaza de Pertusa”. Se inserta 8 veces, desde el 18 de junio al 30 de septiembre.

Baños públicos de San Rafael,

CALLE DE FALCONS, NUM. 2.

Este acreditado establecimiento, tanto por su buen servicio, como por su esmerada limpieza, está abierto al público, y se darán á los precios siguientes:

Baño natural sin ropa.	8 Rvn.	Baño sulfuroso sin ropa.	4 Rvn.
Baño natural con ropa.	4 „	Baño sulfuroso con ropa.	5 „
Baño aromático sin ropa.	4 „	Baño de salvado sin ropa.	4 „
Baño aromático con ropa.	5 „	Baño de salvado con ropa.	5 „

También se dan por abonos; se toman nueve baños y se pagan ocho, cuyo abono caduca el 1.º de Octubre de cada temporada.

Calle de Falcons, núm. 2, junto á la plaza de Pertusa.

Figura 354. Anuncio Baños San Rafael.

12.-Aguas Minero-Medicinales

Anuncio horizontal con titular en mayúsculas y negritas, “AGUAS MINERO-MEDICINALES”. Después indica que se encuentran en esta farmacia todas las que se emplea en medicina. Las agrupa en dos bloques: Contra las afecciones del estómago, laxantes y depurativas. Se anuncia 3 veces, los días 23 y 30 de enero y el 6 de febrero, todas en la página tercera. No pone el lugar de venta, eso provoca un anuncio fallido. ¿Dónde está la Farmacia citada al principio?.

AGUAS MINERO-MEDICINALES.

Se encuentran en esta farmacia todas las que emplea la medicina, entre ellas las de

Mondariz.	}	Contra las afecciones de estómago.
Marmolejo.		
Puertollano.		
Saint-Galmier.		
Vals.		
Vichí.	}	Laxantes y depurativas.
Carabaña.		
Loeches.		
Rubinat.		
San Pedro.		

Figura 355. Anuncio de Aguas Minero Medicinales.

Inventario de Aguas, Baños y Balnearios en *Las Provincias*.

Seguimos con las instrucciones mencionadas en otros inventarios. Con la salvedad de que en este caso al ser Balnearios sometidos a una temporada de apertura, la publicidad recorrerá ese trozo del calendario y por tanto aparecerán los que hemos llamado Anuncios de Continuidad. Recordamos que empezamos de mayor a menor número de inserciones publicitarias, y si existen varios modelos de anuncio, por el que se publica en los primeros meses hasta final de año. Como establecimientos situados en diversos lugares, deben captar la atención del público y buscar clientes en toda la geografía nacional. Por ello aparecerán anuncios de Balnearios de fuera del ámbito de influencia del periódico como son los de Gaviria (Guipuzcoa) o en Cataluña, la Masia Nueva Simón en Espluga de Francolí y la Puda de Montserrat en Esparraguera y Olesa. En los enunciados del Inventario utilizamos como denominación el titular o la cabecera del anuncio publicado en el diario.

1.-Baños de Fuente-Calda del Conde de Cervellón(AC)

Este producto tiene dos vertientes publicitarias, por un lado, los baños y por otro el agua mineromedicinal. A su vez hay anuncios de los dos tipos, unos solo con los Baños y otros que anuncian el agua minero medicinal y los Baños.

Aparecen diez versiones de anuncios publicitarios. El primero es un anuncio horizontal con el titular en negritas y mayúscula de “BAÑOS / de FUENTE-CALDA del conde de / CERVELLON, Villavieja “. En el texto indica el inicio de la temporada el 1 mayo, y la residencia del administrador en Valencia. Se publican 8 inserciones, desde el 16 al 30 del mes de abril .



Figura 356. Primer anuncio .

El segundo anuncio tiene formato horizontal con titular en negritas y mayúscula de "FUENTE CALDA" luego publicita las indicaciones de enfermedades del estomago, piel, nerviosas, linfático-escrofulosas, reumáticas y de la mujer, y además dice que tienen fonda y hospedería de Cervellón en Villavieja de Nules. Se publica 28 veces, desde el 6 de mayo hasta 29 de julio.

FUENTE CALDA.

Estas medicinales aguas están indicadas y muy recomendadas para las enfermedades del estómago, de la piel, nerviosas, linfático-escrofulosas, las reumáticas y las de la mujer.

BAÑOS con hospedería y fonda de CERVELLON en Villavieja de Nules.
 Unico establecimiento donde se encuentran estas salutíferas aguas. R

Figura 357. Segundo Anuncio .

Coexiste en el tiempo pero no los mismos días, con un tercero anuncio (reproducido más abajo). De mayor tamaño, proporciona la información más completa. Se publica 19 días, desde el 7 de mayo hasta el 2 de agosto.

BALNEARIO con hospedería y fonda del conde de CERVELLON, en VILLAVIEJA de Nules, á cargo de Daniel Marzal.

En este antiguo y concurrido establecimiento, abierto desde 1.º de mayo, encontrará el público, además de las acreditadas aguas minero-medicinales denominadas de

FUENTE CALDA (temperatura 30º centig.)
únicas en su clase en este pueblo, las termates llamadas de

POZO (temperatura 46º centig.)

En su hospedería todas las habitaciones son alegres, cómodas y de hermosas vistas; en la fonda buen trato en mesa, y las familias que guisan por su cuenta, disponen de una espaciosa cocina general.

En el departamento de los baños, que forma cuerpo aparte de la hospedería, y que se comunica con aquel por el piso principal, además del buen número de excelentes pilas de marmol, existen dos piscinas-manantiales del

AGUA DE FUENTE-CALDA.

Advertencias. Es conveniente pedir con tiempo habitación, y muy especialmente si esta ha de ser determinada.

En la estación de Nules hay carruajes á la llegada de todos los trenes.

Figura 358. Tercer Anuncio .

Un cuarto anuncio de carácter modular, es decir del tamaño de una columna los cuatro lados y con un filete negro. Se publica solo cuatro días, 4, 11, 18 y 25 julio donde indica que permanecerá abierto hasta noviembre, guisarse por su cuenta y léase “el anuncio inserto en el número de los lunes”. Hay que recordar que los lunes el periódico publica solo dos planas. A su vez este modelo se repite con variaciones textuales y compositivas.

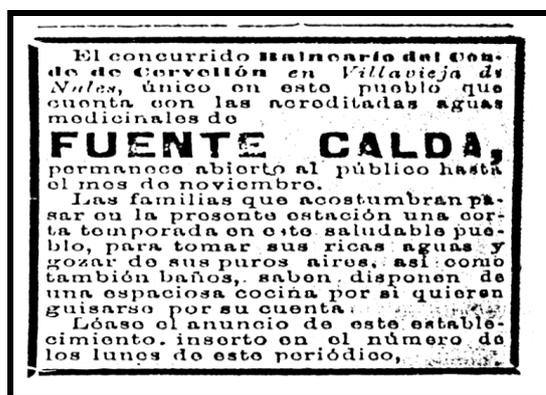


Figura 359. Cuarto anuncio.

El quinto anuncio es horizontal enmarcado arriba y abajo con un línea negra gruesa. El Titular en mayúsculas y negritas en “FUENTE CALDA”. Informa de sus indicaciones, apertura hasta noviembre, baños con hospedería y fonda de Cervellón , a cargo de Daniel Marzal. Se publica 15 veces, desde el 5 de agosto hasta el 2 de septiembre.



Figura 360. Quinto anuncio .

El sexto anuncio vertical con filete negro, el titular en negritas y mayúscula es FUNTECALDA y se encuentra con cinco líneas de texto escritas encima. Repite conceptos del anterior y como novedad publicita la existencia de cocina para guisarse y cita al administrador Sr. Marzal donde dirigir la correspondencia. Se publica 15 veces, desde 6 de agosto hasta el 3 de septiembre. Se solapan en el mismo periodo publicitario, pero no coinciden en las fechas, es decir, todos los días del mes de agosto, sale un anuncio de Fuente Calda.



Figura 361. Sexto anuncio .

El séptimo anuncio, es un reclamo vertical con dos líneas negras gruesas situadas arriba y abajo. Reproduce un análisis de las propiedades físico químicas. Subrayado en negritas dice que esta agua de Fuente-Calda contiene “gas ácido carbónico y gas oxígeno, así como una porción de ácido hidro-sulfúrico” A su vez dice que tiene servicio hidroterápico. Se publica durante 9 días, desde el 4 de septiembre hasta el 12 de octubre.

FUENTE CALDA.

Esta conocida y acreditada agua mineral-medical, que se encuentra sola y exclusivamente en el balneario de

CERVELLÓN,

en Villavieja de Nules, contiene, según el análisis practicado, las siguientes propiedades químicas:

Sub-carbonato de hierro, 1 1/2 granos; id. de sodio, 2; id. de calcio, 2 1/4; deutro-hidrocloreto de sodio, 4; id. de magnesio, 2 1/2; deutro-sulfato de magnesio, 10; óxido sulfúreo, 1 1/2; aire atmosférico y una materia vegetal-animal, que es la que produce la untuosidad que la caracteriza y comunica á la piel. En sus propiedades físicas encontramos que es igual en peso á la destilada, sin olor ni sabor y untuosa al tacto; disuelve el jabón, cuece las legumbres, y jamás sufre alteración alguna en su volumen y cualidades, ni menos deja el mas leve sedimento por donde pasa.

Su temperatura es invariable. Observa en todas las estaciones del año, y diferentes horas del día, la de 30° centígrados; y según una Memoria publicada por la Sociedad de Arregos del País de Valencia, es indudable que el agua de Fuente-Calda contiene gas ácido carbónico y gas oxígeno, así como una porción de ácido hidro-sulfúrico.

Este establecimiento balneario tiene montado servicio hidrotérapico.

Figura 362. Septimo anuncio .

El octavo anuncio es vertical con filete negro, con titular en mayúsculas y negritas de “CERVELLON”. A poner este titular habiendo utilizado antes el de Fuente Calda” vuelve a repetir todas sus características. Como novedades cita : excelentes pilas de mármol, piscinas, manantiales continuos del agua de Fuente Calda, sección hidroterápica y se sirve ropa de baño. Se publica 8 veces, desde el 5 de septiembre hasta el 8 de octubre.

CERVELLON.

Baños con la hospedería y fonda de este nombre en Villavieja de Nules, á cargo de Daniel Marzal

Agua de Fuente-Calda y de la llamada de pozo.

Este establecimiento es el único entre los de este pueblo que cuenta con estas dos clases de aguas, siendo exclusivo de la de FUENTE-CALDA.

Excelentes pilas de marmol, piscinas-manantiales continuos del agua de FUENTE-CALDA y sección hidroterápica (nueva instalación); comodidad para tomar los baños, por la comuniccción á los mismos por el piso principal de la hospedería, unido á una esmerada limpieza y aseo, es cuanto encontrará el público en este balneario.

Se sirve ropa para baño.

Este establecimiento está abierto hasta noviembre.

Dirigirse en carta al administrador con alguna anticipación, especialmente si la habitación que se desea en la hospedería del establecimiento ha de ser determinada.

Figura 363. Octavo anuncio.

El noveno anuncio repite el diseño del séptimo y las fechas de la publicidad sin solaparse. Se inserta 9 días, desde el 6 de septiembre al 14 de octubre. El titular es HOSPEDERÍA / y fonda del balneario de / CERVELLÓN “. Luego realiza descripción de las instalaciones, en el piso bajo: biblioteca, periódicos, correo, salón de reuniones con piano, casino y jardín. Además precio de cubiertos y habitaciones.

HOSPEDERÍA
y fonda del balneario de
CERVELLÓN,
en Villavieja de Nules, a cargo de Da-
niel Marzal.

Instalaciones ventiladas y espacio-
sas, y de alegres vistas al campo, mar y
monte.

Instalaciones a piso bajo.
Biblioteca, periódicos, correo, salón
de reuniones con piano, y casino y jar-
dín.

Precios por cubierto de hospedería y
fonda: en 1.ª mesa, desde 20 a 32 rs., y
desde 16 rs. en 2.ª, según la habitación
y número de personas que la ocupen.

Habitaciones con cocina particular
en el piso 3.ª desde 8 rs., y de 8 a 10 en
el 2.ª con cocina general.

Este establecimiento está abierto
hasta noviembrs.

Dirigirse en carta al administrador
con alguna anticipación, especialmente
si la habitación que se desea en la hos-
pedería del establecimiento ha de ser de-
terminada.

Figura 364. Noveno anuncio.

El decimo anuncio tipo modular, el titular es “el agua medicinal de/ FUENTE CALDA” y luego dice del balneario de Cervellón publicando una lista de indicaciones. Se inserta durante 8 veces, desde el 7 de septiembre hasta el 10 de octubre. También abarca el periodo publicitario de los dos anuncios anteriores. Toda esta organización indica alguna gestión externa por algún agente.



Figura 365. Decimo anuncio.

2.- Baños del Turia (AC)

Es un anuncio horizontal de tres líneas de unos baños públicos. Se encontraban en Carniceros, 14 y dice “grandioso establecimiento toda clase de baños. Se anuncia 117 días desde el 9 de abril hasta el 15 de octubre. Se anuncia cada dos días, hasta llegar a julio que pasa a diario hasta octubre, siguiendo la temporada de calor.

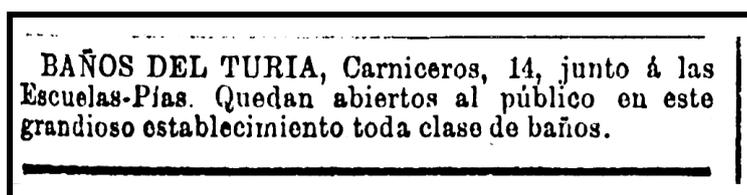


Figura 366. Primer anuncio.

Los últimos quince días reduce el tamaño a dos líneas que son el titular, dirección y “Baños de pila y duchas de todas clases”, lo cual confirma que se trata de unos baños públicos para facilitar la higiene de las personas que no disponen de ese servicio en su domicilio.

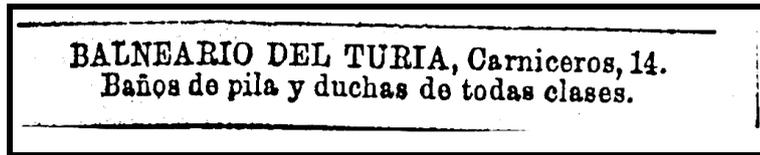


Figura 367. Segundo anuncio.

3.-Baños de Chulilla (AC)

La publicidad de estos Baños de Chulilla es un claro ejemplo de Anuncio de Continuidad. Y matizando del tipo "cronológico" dado que enganchan las fechas anunciadas sin pérdidas, es decir, el primer anuncio acaba el día 15 de mayo, el segundo empieza sus inserciones el 16 de mayo.

El primer anuncio es horizontal con seis líneas. Tiene un título en negritas que ocupa la mitad del ancho. Es la publicidad de inicio de campaña de baños, en estas instalaciones balnearias abarca desde el mes mayo hasta el mes de setiembre. La forma de llegar es coger el ferro-carril de Cuenca. Para información y despacho de billetes remite la publicidad a una fábrica de chocolates sita en San Vicente, 88. Se publica 15 días, desde el 1 al 15 de mayo.



Figura 368. Primer anuncio.

El segundo anuncio es parecido al anterior pero indica que "están abiertos al público" y que las salidas de Valencia se realizan " los martes y sábados". Se publica 39 veces, desde el 16 de mayo al 31 de agosto.

Baños de Chulilla,

Están abiertos al público.
 Los viajes se hacen por el ferro-carril de Cuenca, siendo las salidas de Valencia los martes y sábados.
 Para mas detalles y despacho de billetes, San Vicente, 88, fábrica de chocolates.

Figura 369. Segundo anuncio.

El tercer anuncio de formato horizontal con titular en mayúsculas y negritas de “BAÑOS DE CHULILLA” y como subtítulo en minúsculas y negritas “Aguas sulfurosas cálcicas”. A continuación indica las propiedades de las aguas y los precios de las habitaciones. Como reclamo anuncia “agua de bebida gratis” y explica como se llega a una población sin ferro-carril con él. “El viaje se hace de Valencia a Chesto con el ferro-carril de Cuenca, y de Chesto a los baños con el carruaje del establecimiento”. También han ampliado salidas desde Valencia, un día más, el jueves. Se anuncia 5 veces, desde 1 de agosto al 5 de septiembre.

BAÑOS DE CHULILLA.
Aguas sulfurosas cálcicas.

Están indicadas estas acreditadas aguas de muy antiguo por varios facultativos para los herpes, reumatismo, escrofulismo, ulceraciones y para toda clase de enfermedades del hígado y del estómago.

Además de las grandes virtudes medicinales de estas aguas, este establecimiento se recomienda por lo ameno del sitio y por sus grandes y ventiladas habitaciones, al par que económico, según se verá por la siguiente

LISTA DE PRECIOS.

Habitaciones amuebladas.	de 6 á 16 rs. diarios.
Baños de todas clases.	á 3 rs. uno.
Mesa redonda.	12 rs.
Agua en bebida gratis.	

Además, existe en el establecimiento una tienda provista de toda clase de comestible.

El viaje se hace de Valencia á Chesto con el ferro-carril de Cuenca, y de Chesto á los baños con el carruaje del establecimiento, siendo las salidas de Valencia los martes, jueves y sábados.

Despacho de billetes, donde se darán mas detalles, San Vicente, 88, fábrica de chocolates.

Figura 370. Tercer anuncio.

4.- Baños de Fuente Podrida

Estos Baños publican un solo formato publicitario. Un anuncio en formato horizontal de un cierto tamaño. Contiene una descripción publicitaria de estos baños muy amplia, llama la atención la presencia de un destacamento de la Guardia Civil, posiblemente por la presencia de bandoleros. También cuenta con la colaboración de dos farmacias para información, la de la Morera y de la plaza de la Constitución. Se inserta durante 51 días, desde el 19 de mayo hasta el 19 de septiembre, que abarca un periodo exacto de cuatro meses.

PROVINCIA	BAÑOS	PARTIDO JUDICIAL
DE		y municipal
VALENCIA.		de Requena.
DE AGUAS MINERO-MEDICINALES SULFUROSAS FRIAS		
DE FUENTE PODRIDA.		
Abiertos desde el 25 de mayo hasta 30 de septiembre.		
<p>Dichas aguas están indicadas en todas las enfermedades exantemáticas; como el eritema roseola, urticaria, eczema, pénfigo, rupia y en las escrofulosas y sífilíticas; pero donde producen infalibles y rápidos efectos terapéuticos es en el herpes y todas sus manifestaciones, tanto internas como externas; también están indicadas para los diviesos, úlceras antiguas, blenorragias, leucorrea ó flujo blanco, estreñimiento pertinaz, gastralgias y finalmente en todas las enfermedades de la piel.</p> <p>La situación del establecimiento, montado como los primeros de su clase, es inmejorable por sus condiciones higiénicas y amenas vistas.</p> <p>Fonda, hospedaje de varios precios y servicio balneario completo, y un destacamento de la Guardia civil durante la temporada.</p> <p>Los bañistas de Valencia podrán efectuar su viaje en el ferro-carril de Cuenca hasta Requena. El carruaje del establecimiento saldrá de dicha ciudad en la madrugada de los días pares los meses de junio, julio y setiembre, y los impares en mayo y agosto, para el regreso vice-versa. El trén mas conveniente es el de la tarde.</p> <p>Para los procedentes del interior, la mejor dirección es por Albacete y Casas-Ibañez.</p> <p>Las personas que deseen adquirir mas pormenores podrán obtenerlos en la casa núm. 2, cuarto segundo de la izquierda, plaza del Seminario, donde se facilitarán prospectos, así como en las farmacias de la Morera y de la plaza de la Constitución.</p>		

Figura 371. Anuncio Baños Fuente Podrida.

5.- Agua la Margarita de Loeches (AC)

Se publica un anuncio a gran tamaño que ocupa toda la plana superior del diario. Es decir, 5 columnas y en la cabecera de la página cuatro. El tamaño da una total atención, aunque la visibilidad asociada a su legibilidad

es menor. Aún así, hacia el final del escrito publicitario con letras mayúsculas indica “MAS DE DOS MILLONES DE PURGAS”, un argumento de peso.



Figura 372. Primer anuncio. Primera versión

Se publican dos versiones, la primera 12 veces, desde el 24 de enero hasta el 27 de diciembre. En ese periodo a partir del reclamo publicitario publicado el 12 de octubre cambia la antigüedad del producto pasando de 34 a 35 años. Se acompaña esta campaña publicitaria de un Anuncio Entradilla en las páginas primera y tercera anunciando la presencia en la 4ª plana del anuncio ocupando toda la cabecera, se publica 5 días, entre el 24 de enero y el 13 de marzo.

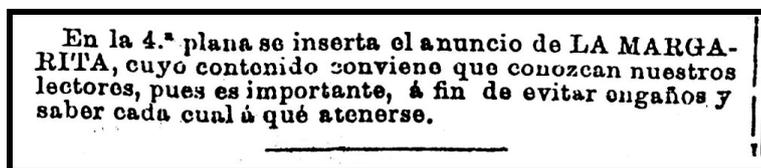


Figura 373. Anuncio entrada.

La segunda versión, añade en la parte baja de la primera versión, la venta de botellas de agua en farmacias y droguerías, y publica una extensa lista de ellas. Se publica 6 veces, desde 7 de febrero hasta el 27 de marzo. Señalar que el depósito central está en Madrid y en Lisboa.



Figura 374. Segundo anuncio. Segunda versión.

Reproducimos aquí haciendo las diferencias oportunas:

- Farmacias: Dr. Aliño, Rives, Escrihuela (X) , Royo, Morales(X), Besalduch, A y Fabiá, Costa, J. Garcia, Esplugues, Gadea, Domingo Roncal, Chiarri, Andreu. En el Grao: Cubells (X). Cabañal: Morale (X). Pueblo Nuevo del Mar: Morales (X).

Sueca: Cabedo

- Droguerías : Blas Cuesta e hijos.

Confirmadas las farmacias de Valencia en (Bailly-Bailliere, 886, 1773) menos las que ponemos (X). La de Sueca aparece en (Bailly-Bailliere, 1886, 1812). La Drogueria la conocemos de otros anuncios que aparecen en esta investigación.

A continuación reproducimos el faldón del anuncio en dos trozos para su cabida.

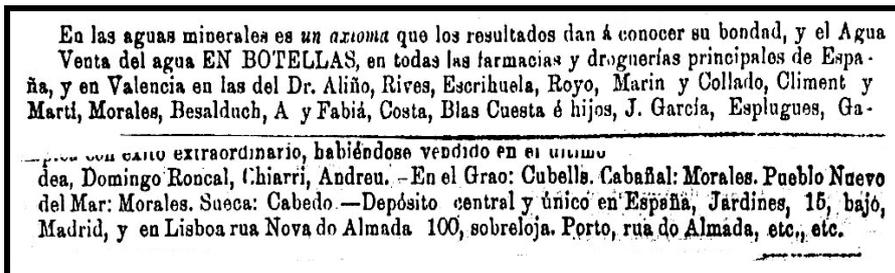


Figura 375. Faldón segunda versión anuncio.

El tercer anuncio es un Anuncio Noticia que dice: “El farmacéutico de Navas del Rey, D. Ciriaco Descalzo, ha inventado un medicamento para curar

el mal de piedra, que produce grandes resultados. Para conseguirlo usa, como proporción, el agua de Loeches LA MARGARITA. Lo recomendamos al público.” Se publica dos días, el 14 de marzo en la página segunda y el 23 de marzo en la página tercera.

El farmacéutico de Navas del Rey, D Ciriaco Descalzo, ha inventado un medicamento para curar el mal de piedra, que produce grandes resultados. Para conseguirlo usa, como proporción, el agua de Loeches LA MARGARITA. Lo recomendamos al público.

Figura 376. Tercer anuncio.

El cuarto anuncio horizontal con un titular en negritas que dice “A los farmacéuticos y drogueros”. Es un aviso para que compren este medicamento (así lo pone), indica los portes por ferrocarril. Repite lo de 34 años de uso y dice que solo en Francia se registran” cifras tan crecidas de venta”. Se publica 5 veces, desde el 18 de marzo hasta el 30 de abril.

A los farmacéuticos y drogueros

La empresa del agua de Loeches LA MARGARITA ha alcanzado una venta tan considerable de este precioso medicamento, que ha acordado poner en la estación de destino, á tres reales la botella, *desle ciento*, libras de embalaje, *acarreó á la estación de salida y portes del ferrocarril*. Este artículo produce pingües beneficios á los grandes establecimientos de farmacia y droguería, que deben fijar su atención en este aviso.

Como la práctica es la gran maestra de la vida, y la experiencia allana el camino á todas las ciencias, y particularmente á la medicina, se comprende que el agua de *La Margarita* en Loeches haya alcanzado tanto consumo, que permita á los dueños mejorar las condiciones de venta, como así lo ha hecho. Solo en Francia encontramos cifras tan crecidas como las que registra *La Margarita* en la venta. El constante y general uso de esa agua inmejorable durante 34 años, y sus grandes y favorables resultados, son su mejor elogio y nos dispensa de recomendarla al público.

Figura 377. Cuarto anuncio

El quinto anuncio es un Anuncio Noticia de cuatro líneas que aparece en la página segunda. Se publica 8 veces, desde el 12 octubre hasta el 11 de diciembre. Sus días de publicación coinciden con anuncio a toda plana en la página cuarta. El texto es:” Llamamos la atención de nuestros lectores sobre el anuncio del agua de Loeches LA MARGARITA, tan conocida y usada en esta ciudad como en el resto de España y el extranjero”.

Llamamos la atención de nuestros lectores sobre el anuncio del agua de LORCHES LA MARGARITA, tan conocida y usada en esta ciudad como en el resto de España y extranjero.

Figura 378. Quinto anuncio.

6.-Baños de Gaviria (AC)

Anuncio horizontal con titular en mayúsculas y negritas que pone “BAÑOS DE GAVIRIA(Guipúzcoa)”. Parece más un ficha descriptiva que un anuncio. Se publica 27 veces, desde el 1 de junio hasta el 30 de julio.

BAÑOS DE GAVIRIA (Guipúzcoa.)

AGUAS SULFUROSAS Y FERRUGINOSAS BICARBONATADAS. Dos manantiales notabilísimos. Dos balnearios, de comodidad y lujo y para economía. *Abiertos. 15 de junio á 25 setiembre*, dirigidos por el doctor especialista D. Enrique Ranz. Curan herpes y erupciones, hinchazones, escrófulas, afecciones de garganta y de estómago y catarrales, ulceraciones, dolores, flujos de las señoras, matriz, clorosis, anemia, vicios humorales, etc. Aparatos para todos los órganos, incluso oídos, nariz, ojos, genitourinarios y PRIMERA SALA DE PULVERIZACIONES, la mas concurrida de España. Precios para todas las fortunas. *Higiénicas y cómodas hospederías, comedores, salones, paseos, etc.* Itinerario, línea de Madrid á Irún, e toma billete á Benaín, de donde parte el coche que conduce á Gaviria en una hora. Hospedero, Martín Altuna. Propietario, P. Fernandez Izquierdo, Madrid, plaza la Villa, 4, manda prospecto detallado gratis.

Figura 379. Primer anuncio.

Se publica otro Anuncio el día 30 de junio en la página segunda más destinado al público en general. Con una narración descriptiva del acceso, del valle y la estancia, “ se come bien y se digiere mejor, se pasa vida alegre y recreativa y es una casa de salud y de placeres, y una especie de paraíso entre aquellas frescas montañas y aquella vegetación que cubre cerros y valles “.



Figura 380. Segundo anuncio.

Los Baños de Gaviria, fue una de las aventuras empresariales del farmacéutico Pablo Fernández Izquierdo. Un personaje de la farmacia española de talante liberal y progresista, radicado en Madrid que hizo fortuna con su farmacia, la empresa mayorista “La Farmacia General Española” y la publicación de la revista “ Los Avisos, donde era propietario, director y redactor. Los baños según indica (Canseco Gonzalez, 2011, 93) fueron adquiridos en pública subasta el año 1878. Después de modernizarlos e invertir mucho dinero no logró el éxito que deseaba. En la tesis de Canseco Gonzalez , para el año 1886 se recoge la procedencia de los enfermos (Canseco Gonzales,2011,190) de Castellón había uno y dos de Alicante, y de clase acomodada. Esto indica el poco efecto de la publicidad pese anunciarse solo en *Las Provincias*

7.- Agua mineral VICTORIA (AC)

Esta publicidad debe ser de agencia por su diseño porque sorprende con sus reclamos. A su vez, debía ser de gran fama en la época porque no da ningún tipo de referencia. El primer anuncio se publica un día el 8 de agosto en la primera página, y dice el mensaje: “Aviso a los señores médicos VICTORIA las tan deseada ha llegado”. Este texto se articula con la combinación de los tipos en negritas y hueca con sombra, mayúsculas y minúsculas. Al día siguiente, se publica otro reclamo de una sola inserción y en la primera página. Esta publicidad tiene un titular en mayúsculas y tipo hueca con sombra.” VICTORIA” debajo pone “La reina de las agua

medicinales”. Entre los argumentos, indica su precio módico y la recomendación de autoridades facultativas para males del estómago y órganos respiratorios. El tercer anuncio se publica dos veces , los días 11 y 15 de agosto. Es un anuncio gráfico de una modernidad expectante.

AVISO A LOS SEÑORES MEDICOS:
VICTORIA.
 la tan descada,
HA LLEGADO.
8-8-1886 p-1

VICTORIA.
 La reina de las aguas minerales.
 Indispensable en la mesa del enfermo, una joya en la mesa opulenta, pero al alcance de todas fortunas por su precio módico, recomendada por autoridades facultativas, principalmente contra los males del estómago y de los órganos respiratorios.
 Se vende en los principales establecimientos del ramo, al precio de una peseta la botella y 3 rs. la media botella.
9-8-1886 p1

VICTORIA.
 En las principales farmacias y droguerías.
11-8 y 15-8 de 1886

Figura 381. Tres primeros anuncios.

La cuarta publicidad vuelve al esquema habitual con anuncio horizontal pero con ciertos guiños modernos, el titular en mayúsculas y negritas dice “EL BUEN HUMOR”, quien no se fija en un titular como este. Luego empieza a narrar sus indicaciones, y acaba diciendo que se vende en las principales droguerías y farmacias. Se publica 22 veces, desde el 9 de octubre hasta el 23 de noviembre con una cadencia de cada dos días.

EL BUEN HUMOR
 garantiza a sus consumidores la reputada agua natural mineral VICTORIA. Espumosa, ligera, de buen gusto, facilita la digestión a todos, que sean enfermos ó no; devuelve la gana de comer a los que la han perdido; es recomendada por todos los facultativos nacionales y extranjeros que la han probado en Dispepsias, Catárros intestinales, Hepatitis, Cálculos biliares, Nefritis intestinal, Cistitis, Cálculos urinarios y en todas las enfermedades que radiquen del aparato y deliciosa agua mineral VICTORIA, que se vende en las principales droguerías y farmacias.—La grande botella á 4 rs.; la media botella á 2 rs.

EL BUEN HUMOR
 garantiza a sus consumidores la reputada agua natural mineral VICTORIA. Espumosa, ligera, de buen gusto, facilita la digestión a todos, que sean enfermos ó no; devuelve la gana de comer a los que la han perdido; es recomendada por todos los facultativos nacionales y extranjeros que la han probado en Dispepsias, Catárros intestinales, Hepatitis, Cálculos biliares, Nefritis intestinal, Cistitis, Cálculos urinarios y en todas las enfermedades que radiquen del aparato y deliciosa agua mineral VICTORIA, que se vende en las principales droguerías y farmacias.—La grande botella á 4 rs.; la media botella á 2 rs.

VICTORIA.

Figura 382. Cuarto anuncio y su modificación.

Pero por la existencia de algún “creativo” durante ese ciclo, 3 días (14, 16 y 18 de octubre) aparece en el anuncio, en los lados la palabra “VICTORIA” en vertical.

8.- Agua la Bourboule

Anuncio modular con diseño, el titular en mayúsculas y en negativo está enmarcado por dos botellas. Esta agua mineral cholurada(sic), sódica ,bicarbonatada, y Arsenical procedente del Puy-de-Dome (Francia). Se publica 23 veces, desde el 26 de enero hasta el 25 de diciembre.

Fuera del marco creado con un filete negro, un añadido puesto en la impresión local, aparecen: ”Valencia: J. García, p. Congregación, 72 .Pedidos a C.A. Saavedra, Paris”. Para J. García según (Bailly-Baillere,1886, 1773) es una farmacia, la (p. Congregación) es la plaza de la Congregación, 72 donde aparece la farmacia de José García Royo. En el caso de C. A. Saavedra, ya hemos indicado que era el introductor de los productos franceses.



Figura 383. Anuncio Agua Mineral La Bourboule.

9.-La Virgen de la Estrella (AC)

Anuncio horizontal de unos baños termo-minerales en el pueblo de Villavieja, provincia de Castellón, como reza el subtítulo de esta publicidad. Promueve a su nuevo propietario, Manuel López, con habitaciones espaciosas con vistas a la montaña y el mar. Dice que “hay fonda y cocinitas para quien quiera cocinarse por su cuenta”. Se inserta 14 veces, desde el 20 de mayo hasta el 15 de junio.



Figura 384. Primer anuncio.

La siguiente publicidad se inserta en formato horizontal e invierte el orden de la cabecera. Como título figuran en mayúsculas y negritas “BAÑOS TERMO-MEDICINALES” y subtítulo “LA VIRGEN DE LA ESTRELLA”. En el texto repite lo anterior, pero añade “servido por uno de los fondistas más acreditados de la capital”. Se publica 8 veces, desde el 19 hasta el 26 agosto, una cadencia diaria.



Figura 385. Segundo anuncio.

10.- Baños de Nuestra Señora del Carmen (AC)

Este anuncio tiene cuatro versiones que se van adaptando a la temporada. El primero anuncio es horizontal con un titular ocupando la mitad del espacio. Informa de la composición del agua, “cloruradas sódica frías, variedad sulfatadas, bicarbonatadas, únicas en el reino de Valencia”. De la duración de la temporada, del 15 mayo al 15 setiembre, y noticias, prospectos

y venta agua en la calle Mar, 91 José Solis. Se inserta 4 días, desde el 3 al 9 de mayo, con una frecuencia de cada dos días.



Figura 386. Primer anuncio .

El segundo anuncio, también de cuatro días ya iniciada la temporada, 22, 24, 27 y 29 mayo. Como el anterior indica la composición pero añade “premiadas en la Exposición de Madrid en 1833 “.



Figura 387. Segundo anuncio.

El tercer anuncio es modular con un filete negro fino. Su titular es. “BAÑOS/ DE NTRA. SRA.DEL CARMEN/ TÉRMINO DE LIRIA”. Sigue manteniendo las abreviaturas de título tan largo, pero cambia Liria por término. Se indica una mejora en el acceso, ”entregado al servicio público un trozo de la carretera de Liria a Chelva”. También dice que el viaje desde Valencia se tarda seis horas. Se publica seis días, desde el 16 de julio al 15 agosto.



Figura 388. Tercer anuncio.

El cuarto anuncio sigue el modelo anterior. Publicita la composición, sus indicaciones, indica el precio del cántaro de agua y el nombre del Médico-Director: D. Pedro Raja. Se publican siete anuncios, desde 1 al 11 de agosto. Buscando a José Solís en (Bailly-Bailliere, 1886, 1762) aparece en esa dirección un agente de negocios.



Figura 389. Cuarto anuncio.

11.-Agua Sulfurosa (AC)

Un anuncio horizontal de siete líneas. El mensaje es anunciar su venta en la capital y sus “afueras”. El agua de D. José Lafuente situada en Pueblo Nuevo del Grao. Se lleva a domicilio y encargos en calle Entenza,39 bajo. El mensaje es confuso, pues se anuncia la composición del agua, pero no aclara donde está el manantial en el Grao. Sin embargo si dice quien es el propietario, al revés que en la publicidad EMV nº6 donde al poner el nombre

por separado “José La Fuente” crea confusión. Se anuncia 11 días, desde el 2 hasta el 17 de abril.



Figura 390. Primer anuncio .

El Anuncio de Continuidad es parecido al anterior reduciéndose a 4 líneas. Se publica 7 veces, desde el 18 al 25 de abril con una frecuencia diaria.

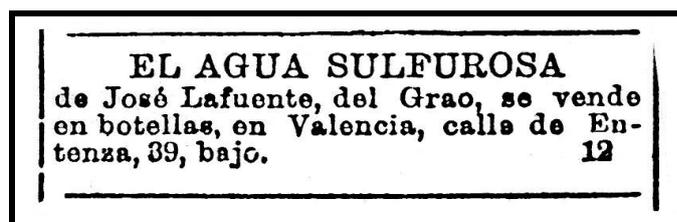


Figura 391. Segundo anuncio .

12.-Baños de Benimarfull

Es un anuncio horizontal, se trata de una publicidad informativa. No indica nada de su edificación y servicios pero sí de su acceso, por medio de un carruaje en las Ventas de Muro población por donde pasa la carretera de Albaida a Alcoy. También indica que se retrasa la apertura del 8 al 15 de mayo. Sobre el señor Nicolas Boronat Terol, no sabemos si es vecino de

Alcoy, lo suponemos, tampoco sabemos si es el propietario. Pero debía ser muy conocido pues no se indica dirección. Se anuncia 4 días seguidos del 1 al 4 de mayo. Al día siguiente, al anuncio anterior se añaden las tres líneas que informan del acabado de la carretera que une Ventas de Muro con Benimarfull. Se publica 11 veces, desde el 5 al 15 de mayo, con frecuencia diaria.



Figura 392. Primer anuncio y modificado.

En una búsqueda sobre Benimarfull en (Bailly-Bailliere, 1886, 674) aparece como propietario Nicolás Boronat (sic), una errata que dificulta su encuentro.

13.- Baños de Archena (AC)

Anuncio horizontal de carácter informativo. El primer anuncio se publica en la primera página y son dos líneas: “BAÑOS DE ARCHENA / Desde 1º de marzo quedan abiertos dichos baños”. Se publica el 25 y 26 de febrero.



Figura 393. Primer anuncio .

Le sigue un anuncio del mismo carácter y una línea más que añade: “ se prestaran todos sus servicios”. Se publica 4 días, desde el 28 de febrero hasta 4 de marzo.



Figura 394. Segundo anuncio.

El ultimo anuncio de cuatro líneas, añade a los anteriores que seguirán “prestando sus servicios durante el mes de noviembre”. Se publica 6 veces, desde el 26 al 31 octubre.



Figura 395. Tercer anuncio .

14.- Baños de Santa Ana

Anuncio horizontal con tres líneas de título que se ven en el anuncio reproducido. Aparece un señor que da referencias que es el Sr. Folch, encuadernador, cita el administrador de los baños, pero no sabemos quién es. Luego citan los depósitos de venta en Valencia, Sueca y Játiva. Se publican 11 anuncios, desde el 6 de mayo hasta el 18 de septiembre.

Anuncio rectangular con un borde doble. El título "Baños de Santa Ana, Játiva." está en una línea superior centralizada en un tipo de letra serif grande y negrita. Debajo, en un tipo de letra más pequeño, se lee: "AGUAS FERRO-SULFUROSAS FRIAS Y AGUAS FERRUGINOSAS, premiadas en la Esposicion de 1873 y la de 1882." Luego, en un tipo de letra aún más pequeño, se describe el establecimiento: "Este antiguo y acreditado establecimiento balneario, que con sus salúferas aguas se obtienen tan sorprendentes y maravillosas curaciones en todas las afecciones herpéticas, se halla abierto al público desde el 1º de mayo á fin de octubre." Se menciona el servicio de hospedaje y el coche para el trayecto de la estación de Játiva a los baños. Se indica que para más detalles se pueden dirigir al Sr. Folch, encuadernador, calle de las Cocinas, núm. 8, junto a la plaza de San Bartolomé, depósito para la venta de dichas aguas, quien facilitará prospectos, ó al administrador de los baños, que dará todos los detalles que se le pidan. Finalmente, se listan los depósitos de venta: Valencia, D. Domingo Folch, Cocinas, 3.—Sueca, D. José Vidal.—Játiva, calle de San Francisco, núm. 82.

Figura 396. Anuncio de Baños de Santa Ana.

15.-Balneario Valenciano

Anuncio horizontal de seis líneas. Titulares en tres líneas: “BALNEARIO VALENCIANO / CALLE AVELLANAS, 11 / Director, Dr. Orts, Catedrático de Medicina”. Ofrece servicios higiénicos de duchas, baños de vapor, rusos y aromáticos. Pulverizaciones de aguas minero-medicinales y naturales. También se realiza una consulta de 9 a 11. Se publica 9 veces, desde 18 de abril al 27 de junio.

16.-Baños de Diana

Anuncio horizontal de seis líneas. Servicio de baños en la calle Transits, publicita también que se ofrecen baños aromáticos, medicinales, salvado, etc. Se publica 6 días, desde el 1 al 7 de julio, frecuencia diaria.



Figura 397. Anuncio de Baños de Diana.

17.- Masia nueva Simon

Anuncio horizontal de carácter informativo de inicio de temporada. El titular abarca tres líneas: “AGUAS FERRUGINOSAS MEDICINALES DE LA ESPLUGA DE FRANCOLI / MASIA: NUEVA SIMON / EMPIEZA LA TEMPORADA EN 1º DE JUNIO”. La publicidad indica que es de nueva construcción y describe los servicios. Dirigirse a D. Francisco Prats en la referida masía. Se anuncia cinco días, desde el 18 de junio hasta el 13 de julio. Estas aguas se encuentran en Cataluña, fuera del ámbito de la publicación, en un intento de captar clientes pudientes.

AGUAS FERRUGINOSAS MEDICINALES DE LA ESPLUGA DE FRANCOLÍ

MASÍA: NUEVA SIMON.

EMPIEZA LA TEMPORADA EN 1.º DE JUNIO.

Se recomienda, como sitio muy á propósito para tomar tan renombrada^s aguas, la llamada masía Nueva Simón, construida recientemente en un punto muy despejado y pintoresco, constando de tres pisos con ventiladas habitaciones, decentemente amuebladas, con capilla pública, salón, piano, gran plaza, dos manantiales de agua fresquísima y abundante, y paseos con hermosa arboleda, que hacen muy deliciosa su estancia, aún en las horas mas calurosas del día.

Las familias tienen las cocinas independientes, en las cuales, así como en las demás dependencias de la casa, reina el mayor orden y aseo.

Para informes diríjase á D. Francisco Prats, en la referida masía, en la Espluga de Francolí.

Figura 398. Anuncio de Masía Nueva Simon.

18.- La Puda de Monserrat

Anuncio horizontal de fuera ámbito de influencia del diario, estas aguas están situadas esta en Cataluña en la zona de Esparraguera y Olesa. Se publican cuatro anuncios: 25-5, 30-5, 3-6 y 8-6. Se indica que la temporada empieza 1 de junio hasta el 30 setiembre, por tanto se han publicado dos anuncios antes de empezar la temporada y otros dos al comienzo.

El texto del anuncio es descriptivo y riguroso y llama la atención el servicio de fonda. Se indica que será por administración, "habrá tres mesas: una servida a la francesa, pagando 26 rs. diarios; otra a la española, pagando 18rs. por día, y otra servida en comedor separado, en que habrá los criados de los huéspedes, pagando 13rs. por día".

LA PUDA DE MONTSERRAT
(ESPARRAGUERA Y OLESA.)

Temporada, desde 1.º Junio al 30 Setiembre.

Aguas sulfuradas sódicas; cuatro manantiales de diversa mineralización (de 3 á 14" sulfurosos métricos) que suministran un caudal de 800,000 litros de agua en 21 horas, á la temperatura constante de 29,6" C.

Instalación balneo-terápica completa. Baños. Vaporario. Pulverización. Aparatos pneumáticos para inhalación de gases comprimidos y enrarecidos. Hidroterapia á temperatura y presión variables, mediante aparato regulador. Chorrores locales de todas clases. Baños de agua corriente. Extensas piscinas de natación alimentadas por un abundante caudal de agua incesantemente renovada.

La rica mineralización de las aguas; la gran abundancia de los veneros y la diversidad de medios de aplicación, mejorados este año por reformas de gran importancia, permite utilizar en beneficio de los enfermos todas las ventajas de la medicación termal sulfurosa. Una larga experiencia tiene acreditados los ventajosos resultados de ella en las afecciones de la piel; en las de la garganta; en los catarros crónicos de los bronquios; en el asma bronquial, enfuema, broncorrea; pneumonia crónica, tisis incipiente; en las enfermedades del aparato sexual femenino; en las úlceras crónicas; reumatismo nudoso; exudados y contracturas musculares y en muchas formas de afección del centro nervioso cerebro-espinal.

El servicio de fonda será por administración; habrá tres mesas: una servida á la francesa, pagando 26 rs diarios; otra á la española, pagando 18 rs. por día, y otra servida en comedor separado, en la que habrá los criados de los huéspedes, pagando 18 rs. por día.

Para ir á la Puda habrá carruajes en las estaciones de Olesa y de Martorell, cual servicio avisarán las empresas.

Figura 399. Anuncio La Puda de Montserrat.

19.- Agua de Cardó

Anuncio horizontal de tipo informativo con cinco líneas, de las cuales dos son titulares. En mayúsculas y negritas . “ **CONTRA EL HERPES / AGUA DE CARDÓ** “. Luego indica el precio de la botella y su venta en la Botica Sr. Lucia, esquina a la plaza de las Barcas. Se publica 3 veces, los días 9, 11 y 13 de junio.

20.- Las Termas (AC)

Se trata de tres Anuncios Noticia, insertados en la pagina segunda y publicados un solo día pero en distintos meses 16-2, 7-5 y 4-7. Son del tipo de Anuncio de Continuidad porque contienen distintos textos. Proporcionan información de unos baños higiénicos dentro de la ciudad de Valencia y cerca de la Estación de ferrocarriles. Indica como dirección Pelayo, 37 y Bailen, 38. Llama la atención en el texto de los anuncios la cita a los extranjeros acostumbrados a bañarse en todas las estaciones, por su apertura durante todo el año.

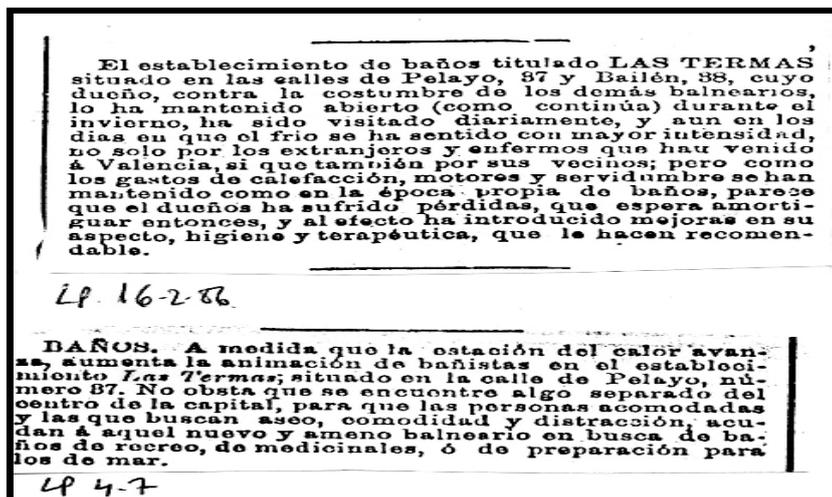


Figura 400. Primer y segundo anuncio .

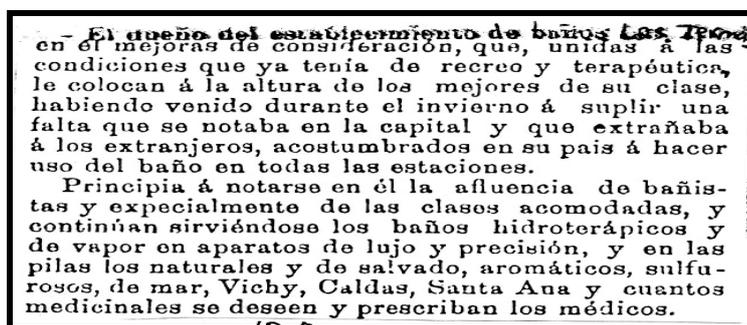


Figura 401. Tercer anuncio .

21.- Baños del Almirante

Anuncio horizontal de carácter informativo con seis líneas. El titular con mayúsculas y negritas: “BAÑOS DEL ALMIRANTE / (JUNTO AL MILAGRO). Publicita su apertura de toda clase de baños, con un servicio “como hace 50 años”. Nos está indicando su antigüedad, a su vez publicita “Precios los de todos los años”. No figura una dirección exacta pero “El Milagro” es una calle y una iglesia que están próximas. Se anuncia tres veces, los días 11,13 y 15 de mayo.

22.-Baños públicos del Hospital Provincial

Anuncio horizontal del tipo aviso oficial por su redacción. Tras el titular indica se abre el servicio de baños de la temporada y pasa a publicar una lista de los baños que reproducimos por su interés:

- Baños naturales: sin ropa, con ropa, con salvado y con agua de Colonia.
- Baños aromáticos: sin ropa y con ropa.
- Baños sulfurosos.

Los más caros son los baños de agua de Colonia. Luego dice que la ropa no se emplea para otro uso, y a la vez no se guardará ropa de ningún bañista. Acaba con una fecha: Valencia 14 de mayo de 1886. Este dato y sus inserción días posteriores indica el carácter de Aviso Oficial de la publicidad. Se publica tres veces los días 15 ,27 de mayo y el 26 de junio.

BAÑOS PÚBLICOS DEL HOSPITAL PROVINCIAL.		
Queda abierto el servicio de baños en la presente temporada.		
PRECIOS :		Pta. Cs.
Baños naturales sin ropa..		0 75
Id. id. con ropa..		1 00
Id. id. con salvado		1 25
Id. id. con agua de Colonia.		1 50
Id. aromáticos sin ropa.		1 00
Id. id. con ropa..		1 25
Id. sulfurosos.		1 25

La ropa destinada á este servicio no se emplea en manera alguna para otro uso del establecimiento. A fin de evitar responsabilidades, no se guardará ropa de ningún bañista.
Valencia 14 de mayo de 1886.

Figura 402. Anuncio Baños Hospital Provincial.

ANÁLISIS DE LA PUBLICIDAD

En los análisis hemos utilizado criterios cuantitativos, como el volumen publicitario por sectores, lugares de venta y procedencia. En los aspectos cualitativos hemos visto la relación entre las marcas y los establecimientos de venta. Dentro de cada sector inventariado los mayores esfuerzos publicitarios, es decir, los anunciantes que colocan un gran número de anuncios, o varios diseños para un mismo objeto publicitario.

Para las Ocupaciones y Profesiones, así como para Aguas, Baños y Balnearios hemos realizado el análisis de la publicidad conjuntamente para los dos periódicos diarios investigados.

La publicidad de productos en *El Mercantil Valenciano*. Estadística descriptiva.

La publicidad de medicamentos en publicaciones periódicas de difusión masiva como los diarios puede ser una fuente de información de los productos medicamentosos. Una información que nos relaciona a los prescriptores (médicos) con el público lector (pacientes) y con los proveedores, ya sean boticas, droguerías entre otros. A diferencia de una publicación especializada, en los periódicos coinciden los prescriptores (médicos), los consumidores (pacientes) y los elaboradores (farmacias). La publicidad proporciona un espejo donde estudiar como la población entendía la salud y la enfermedad. Los tres objetivos básicos de la publicidad son: informar, persuadir y recordar.

La publicidad en un medio impreso no ilustrado como el periódico tiene unas características que vamos a explicitar:

- La composición de un anuncio tendrá un texto, algunos elementos gráficos y tinta negra. Un texto redactado por el anunciante o la persona del periódico encargada de su recepción. Parece ser que solo existen Agencias de Publicidad en Madrid y Barcelona, en “provincias” no hemos encontrado referencias “publicitarias”, es posible que existieran agentes. También el diseño del anuncio estará limitado por el espacio

físico destinado en la publicación y a los recursos tipográficos del taller de impresión.

- El anuncio produce una comunicación unidireccional del fabricante al lector que a su vez puede ser un profesional de la sanidad o público en general. A su vez, no se conoce o es difícil de conocer la respuesta del lector al anuncio. La respuesta más esperada por el anunciante es el aumento de las ventas del producto publicitado.
- Un mensaje publicitario es eficaz cuando por medio de su repetición frecuente conseguimos hacer “marca”. Esa repetición en el tiempo y en el espacio es lo que denominamos “campaña publicitaria”. Desde el punto de vista económico, esta repetición va a suponer un mayor gasto para el anunciante.

El último cuarto de siglo XIX en España, se cruzan multitud de actividades con ritmos acompasados y otros contradictorios. La revolución industrial y la industrialización lleva a la aparición de los inicios de la actividad publicitaria. En el campo de la salud se traduce con el inicio de la industria de los medicamentos. En el caso español, la escasa industrialización farmacéutica unida a la carencia de una legislación al respecto va a ocasionar la penetración de medicamentos extranjeros elaborados en Francia, Gran Bretaña, Italia, Estados Unidos, Alemania entre otros. Cuando se pretenda legislar, muchas farmacias españolas ya serán distribuidoras de esos productos.

Estudio de la relación Título/Producto en *EMV*.

Uno de los primeros estudios que realizamos es la relación entre lo que denominamos **TÍTULO y PRODUCTO**.

Aparecen dos situaciones, cuando el Título y el Producto es el mismo, y cuando no son coincidentes.



Figura 403. Anuncio con Título y nombre de Producto idénticos.

En este anuncio el título y el producto son la misma cosa, es un anuncio coincidente. A continuación reproducimos un listado de los anuncios en esta situación de coincidencia . Hemos utilizado el LISTADO donde se recogen todas los modelos de anuncios. Dado que en algunas promociones publicitarias, para un mismo producto se puede haber cambiado el título.

En las tablas se ha ordenado de mayor a menor publicidad, siguiendo un orden numérico que a su vez nos sirve para cuantificar la cantidad de anuncios. En estas tablas la numeración no equivale a ningún número de inventario.

Tabla 14. Anuncios coincidentes Título / Producto.

	TITULO	PRODUCTO	DIAS
1	Enolaturu Zarza-Costas	Enolaturu Zarza-Costas	104
2	Vino Tónico-Aromático de Baixauli	Vino Tónico-Aromático de Baixauli	94
3	Grageas de Esencia de Sándalo	Grageas de Esencia de Sándalo, bálsamo Copaiba y Cubebas	81
4	Pastillas Balsamico Pectorales	Pastillas Balsamicos Pectorales	74
5	Caramelos Vegetales de Fé	Caramelos vegetales de Fé	73
6	Aceite de Bacalao	Aceite Bacalao Yodo-ferruginoso Dr. Pedro Fuster	72
7	Jarabe Laroze-Jarabe al Bromuro de Potasio	Jarabe Laroze-Jarabe al Bromuro de Potasio	55
8	Pildoras del doctor Dehaut	Pildoras del Doctor. Dehaut	53
9	Licor Brea Costas	Licor Brea Costas con sávia de pino marítimo y bálsamo de Tolú.	51
10	La perla anti-gastralgica	La Perla Anti-Gastralgica del Dr. Delgado	50

11	Emulsión de Scott	Emulsión de Scott	49
12	Aceite Hígado Bacalao de Hogg	Aceite Hígado Bacalao Hogg	49
13	Esparadrappo Revulsivo de Tapsia	Esparadrappo Revulsivo de Tapsia de Dexnoix	49
14	Denticina Infalible	Denticina de Izquierdo	47
15	Agua de Fé	Agua de Fé	46
16	Solucion Coirre	Solucion Coirre con Chlorhidrofosfato de cal	45
17	Salva niños de Torrero	Salva-niños Torrero	45
18	Pildoras de Blancard	Pildoras de Blancard con Yoduro Hierro inalterable	42
19	Emulsión Quesada	Emulsión Quesada de aceite hígado de de bacalao	41
20	Grajeas Saez	Grajeas Saez	40
21	Harina Lacteada H. Nestle	Harina Lacteada H. Nestle	40
22	Emulsión de Scott	Emulsión de Scott	39
23	Carne cruda en polvo	Carne cruda en polvo Cubero - Roure(Químicos)	34
24	Cold-Cream Americano	Cold-cream Americano	32
25	Agua Azahar triple extra	Agua Azahar triple extra de B.Baeza	31
26	Quinina Dulce- Febrifugo Infantil Santoyo	Quinina Dulce	30
27	Quinina Dulce	Quinina Dulce	29
28	Agua Azahar Triple	Agua de Azahar Triple de Pablo fournet	29
29	Hierro Quesada	Hierro Quesada	28
30	Panacea de la Tos	Panacea de la tos Farmacia de Gonzalez	27
31	Unguento y Polvos	Unguento y polvos para facilitar el babeo y la denticion	27
32	Bizma Balsamica Confortante	Bizma Balsámica Confortante de Sanchez	26
33	Hierro de Quevenne	Hierro de Quevenne	26
34	Jarabe con la tos	jarabe contra la tos de Andrés y Fabiá	24
35	Agua , Polvos y Pasta Dentrificos	Agua polvos y pasta dentrificos Docteur Pierre	23
36	Papier Wlinsi	Papier Wlinsi	22
37	Inyección Raquin	Inyección Raquin al copaibato de sosa	22
38	Pasta Pectoral,cigarrillos balsámicos y papeles azoados	Pasta Pectoral, cigarrillos balsámicos y papeles azoados	20
39	Agua de melisa	Agua de melisa de los carmelitas descalzos	18
40	Bebida para los niños	Bebida para los niños de Sanchez	18
41	Vino de Peptona Pépsica de Chapoteaut	Vino de Peptona Pépsica de Chapoteaut	17
42	Crema de Bismuto Andrés y Fabia	Crema Bismuto Andrés y Fabiá	17
43	Jarabe de Yoduro de Hierro inalterable de Sanchez	Jarabe de Yoduro de Hierro inalterable de Sanchez	17

44	Jarabe de Quina y Hierro	Jarabe de Quina y Hierro de Grimault y C ^a	16
45	Pasta Pectoral,cigarrillos balsámicos y papeles azoados	Pasta Pectoral,cigarrillos balsámicos y papeles azoados Dr. Andreu	16
46	Jarabe de Cortezas Naranjas Amargas ,idem+bromuro potasio	Jarabe de Cortezas de Naranjas Amargas+ idem bromuro potasio	16
47	Pildoras Antileucorreicas	Pildoras antileucorreicas de Sanchez	15
48	Sandalo de Midy	Sandalo de midy	14
49	Agua y Polvos Dentríficos del Docteur Pierre	Agua y Polvos Dentríficos del Docteur Pierre	14
50	Fosfato de hierro	Fosfato de hierro de Leras	14
51	Pildoras restauradoras	Pildoras Restauradoras Dr. Formiguera	13
52	Jarabe de Rábano iodado	Jarabe de Rábano Iodado de Grimault y Cia	13
53	Elixir estomacal de Mariazell	Elixir estomacal de Mariazell	13
54	Bizcochos purgantes	Bizcochos purgantes ,botica de la Princesa	13
55	Élixir Digestivo de Pepsina	Élixir Digestivo de Pepsina de Grimault y cia	12
56	Capsulas Thevenot	Capsulas Thevenot	12
57	Bombones de Goma,Brea y Balsamo de Tolú	Bombones de Goma,Brea y Balsamo de Tolú farmacia Garcia Royo	12
58	Vejigatorio de Albespeyres	Vejigatorio de Albespeyres	11
59	Vino y Jarabe de Dusart	Vino y Jarabe de Dusart	10
60	Quinina de Pelletier	Quinina de Pelletier o de las 3 Marcas	10
61	Pomada Kloguez contra los sabañones	Pomada Kloguez	10
62	Peptona Defresne (Carne Liquida)	Peptona Defresne	10
63	Balsamo Anti-Reumático de Fullola	Balsamo Anti-reumatico	10
64	Pastillas Dr. Andreu	Pastillas Dr. Andreu	7
65	Panacea de los niños	Panacea de los niños Farmacia de Gonzalez	6
66	Agua Azahar triple extra	Agua Azahar triple extra de Baeza y Senent	6
67	Jarabe Pagliano Declaración	Declaración	6
68	Quinina-Febrifugo Infantil Santoyo	Quinina Dulce	5
69	Emulsión Costas	Emulsión Costas,aceite puro hígado de bacalao con hipofosfitos	5
70	Jarabe de Pagliano Legítimo	Jarabe de Pagliano Legitimo	5
71	Grageas Saez	Grageas Saez	5
72	Papel de Albespeyres	Papel de Albespeyres	4
73	Injection Brou	Injection Brou	4
74	Inyección al Mático	Inyección Grimault al Mático	4
75	Rob Boyveau Laffecteur	Rob Boyveau Laffecteur y Rob Boyveau Laffecteur de yoduro Potasio	4
76	Capsulas de Sulfato de Quinina	Capsulas de Sulfato de Quinina de Pelletier o de las Tres Marcas	3

77	Flor de Azahar	compra Flor de Azahar Costas	3
78	Vino Quesada de coca de Perú	Vino Quesada de coca de Perú	2
79	Pildoras suizas del farmaceutico Rich. Brandt	Pildoras suizas del farmacéutico Rich.Brandt	2
80	Balsamo del Brasil	Bálsamo del Brasil	2
81	Pildoras Suizas del farmaceutico Rich. Brandt	Pildoras suizas del farmacéutico Rich.Brandt	1
82	Emulsión Quesada	Emulsión Quesada de aceite hígado bacalo	1
83	Jarabe de Corteza Naranjas Amargas Bromuro Potasio Puro	Jarabe de Corteza Naranjas Amargas Bromuro Potasio Puro de Sanchez	1

De un total de 148 anuncios recogidos en el trabajo de investigación con el criterio de LISTADO son coincidentes 83, es decir un 56,08%.

El otro caso son los anuncios donde no coincide el Título con el Producto. Bien por la intervención de un creativo, por el componedor del diario, en definitiva porque existe una alteración. Entramos en una zona de creatividad publicitaria, se busca llamar la atención del lector, con Títulos llamativos, con letras grandes, recursos gráficos. Veamos un ejemplo aclarador.



Figura 404. Anuncio con Título y Producto no coincidentes.

Del total de 146 anuncios en nuestro Listado aparecen como NO Coincidentes 65, que representan un 43,92%.

Tabla 15. Anuncios Titulo y Producto no coincidentes

	TITULO	PRODUCTO	DIAS
1	Gastralgia,Discos Fe	Discos Fé	124
2	Embarazo	Citrato efervescente al cerio de Milla	101
3	OJOS	Pomada Anti-Oftalmica del Dr. Fuster	79
4	Curación del Garrotillo(Croup)	Poción Brú	77
5	Gran Remedio para la boca	Elixir Español	70
6	Enfermedades de la boca	Pastillas Nielk	56
7	Gran Conservador de la Boca	Elixir del Dr. Gutler	53
8	Dolor de muelas	Balsamo de Luisa	53
9	Opresiones- Asma - Neuralgias	Cigarrillos Espic	51
10	Sello garantia	Farmacia Doctor Dehaut	50
11	2 reales Botella	Agua de Azahar Triple de Costas	49
12	Interesante para los niños	Bizcochos y caramelos	43
13	No mas fistulas	Polvos Antifistulosos Azorin	38
14	Garganta Voz y Boca	Pastillas de Dethan	35
15	Enfermedades del Estómago	Pastillas y polvos Paterson	35
16	Quina Laroche	Elixir vinoso	35
17	Gota y Reumatismos	Licor y Pildoras Dr. Laville	34
18	La Veloutine	Polvo de Arroz especial	32
19	Dad Hierro	Hierro Bravais	28
20	Las personas debilitadas	Hierro Bravais	23
21	A las señoras embarazadas	Pezoneras Fajarnes	23
22	Enfermedades Secretas	Capsulas Raquin	20
23	Para teñir el cabello no se conoce otra	Agua Infalible	19
24	Tesoro de la boca	Elixir dentifico de Sanchez	19
25	Flujos	Grageas Saez	18
26	Brea Quesada	Licor de brea concentrado	18
27	No mas Tos	Pasta pectoral milagrosa Dr. Serrano	17
28	A los enfermos de Constipado o Tos	Caramelos vegetales Fé	17
29	Zarza-Sanchez	Verdadera esencia de Zarzaparrilla	17
30	Tópico Igneo	Medicamento Epispástico y resolutivo para caballerias	17
31	El mejor refresco	Jarabes varios de farmacia Dr. Quesada	16

32	Gota,Piedra, Reuma	Litina Ch- Le Perdriel	15
33	Asma	Cigarrillos Indios de Grimault y Cia	13
34	La Peptona	Vino de Peptona Defresne	12
35	Dolor de Muelas	Bálsamo del Brasil	12
36	Enfermedades del pecho	Jarabe hipofosfito de Cal de Grimault y Cia	11
37	El único admitido en hospitales	Vejigatorio de Albespeyres	11
38	Curación radical de toda clase de afecciones del estómago	Polvos Anti-Gastralgicos de Garcia Zaonero	10
39	Ya llevo El Alimento del Pueblo	sopas B y C, J y G	10
40	La salvación de los niños	Zahnerina	9
41	Dolor de muelas	Bálsamo del Brasil	9
42	Asma,catarros,opresiones,sofo cación	Polvos Anti-Asmáticos de Gastaldo	8
43	El medico ordena que los medicamentos	Emulsión Costas ,aceite de bacalao e hipofosfitos de cal y sosa	8
44	Difteria,Crup o Garrotillo	Benzoato de sosa	8
45	Reuma	Balsamo Dabay	8
46	Los certificados de los medicos...	Polvos antigastralgicos Garcia Zahonero	7
47	Sin tomar medicinas interiormente	específico Dr. Abad	7
48	A las madres	Regenerador Lacteo Dr. Fernandez	6
49	La Pallola y la Pigota	Contra-Eruptivo de Andres y Fabiá	6
50	Difteria (Crup)	Fumigatorio y Pulverización Makencie	5
51	Tos	Pastillas de la Ermita	5
52	Dolores	Papel del Pobre Hombre	5
53	Sabañones	Desconocido,en Barcas 9 principal	5
54	Un vejigatorio en el brazo	Papel de Albespeyres	4
55	Polvos Santaballa	polvos vegetales	4
56	Importante	polvos anti-gastrálgicos de Garcia Zaonero	4
57	Las Madres y los niños	Jarabe lactofosfato de cal del Dr. Quesada.formula Dusart	3
58	Afecciones de Pecho	Jarabe de hipofosfitos de cal y sosa del Dr. Quesada	3
59	Gabinete médico Norte-americano	Varios productos	3
60	Sabañones	Balsamo de Morfeo	2
61	Carne y Quina	Vino Aroud con Quina	2
62	Dolores Reumáticos y	Agua de Fé	1

	Osteoscopos		
63	Tos-Constipados	Caramelos vegetales de FE	1
64	Las Enfermedades de la Orina	Litotriaco y Limonadas gaseosas del Dr. Climent	1
65	Gastralgia	Discos Fé	1

Estudio de la publicidad y los lugares de venta en *EMV*.

Si actualmente el panorama de la publicidad de la venta de medicamentos dispone de una regulación perfilada en todos los ámbitos por una legislación actualizada periódicamente. En el siglo XIX el panorama era totalmente distinto, para empezar no está definido lo que conocemos actualmente como medicamento, coexisten los *remedios secretos*, las *especialidades* y los *fármacos* entre otras variantes con la aparición de nuevas formas farmacéuticas (cápsulas, inyectables, supositorios,..). Todo en un contexto de cambio social, económico y político, que conforme bajamos los escalones de la prospección histórico-social van complicando su análisis. Sin olvidar, la competencia entre sectores afines al producto medicamentoso como son las droguerías, perfumerías y hasta ultramarinos. Una fuente interesante para dilucidar la procedencia y titularidad de un producto medicinal, es el Boletín Oficial de la Propiedad Intelectual e Industrial, su publicación se convoca por el Real Decreto de 2 de agosto de 1886, siendo el primer número publicado de 1 de septiembre.

Centrados en el ámbito local, nos llegan a los periódicos diarios la publicidad de medicamentos desde los tres ámbitos: mundial, nacional y local. Una prensa española en la segunda mitad del siglo XIX que no puede eludir el centralismo de Madrid, dado que la circulación de las noticias y los periódicos

todavía no van por el “aire”, sino por caminos más rudimentarios como el correo, ferrocarril y telégrafos. Los inicios están desarrollándose como red radial y se van tejiendo lentamente a partir de ese centro.

En la publicidad de productos medicinales, si fuéramos muy precisos deberíamos estar constantemente definiendo, y una característica del periodo estudiado más que su indefinición es su estado magmático, con la constante erupción de nuevas posibilidades con una coexistencia muchas veces violenta más que pacífica. El término genérico sería salud, ya que coexisten productos como, “carne cruda en polvo”, “vinos tónicos” y “papel higiénico”.

En el ámbito de la prensa regional, los anunciantes por estas fechas son mayoritariamente locales. En el campo de los productos sanitarios los anunciantes serán los fabricantes, que pueden ser locales o foráneos. Decimos fabricantes, aunque algunos se empiezan a publicitar como laboratorios, una actividad que está iniciando su desarrollo. Los fabricantes locales contratan la publicidad directamente en la redacción del periódico, porque como hemos dicho también se está iniciando esa actividad. No tenemos conocimiento en nuestro ámbito regional de la existencia de Agencias de Publicidad, aunque es posible existan algunos agentes. La publicidad de fabricantes nacionales y extranjeros puede llegar por el mismo medio que las noticias o con la intervención de algún agente local. Ya hemos visto la existencia de agencias de publicidad en Madrid y Barcelona, así como el caso de C.A. Saavedra crucial para distribución y publicidad de medicamentos .

A su vez algunos fabricantes, como boticas abiertas al público son vendedores y también distribuidores de productos medicinales de origen local, nacional y extranjero. Desde el punto de vista comercial, aparecen los criterios de Venta al por Mayor y Venta al por menor, que provocan cierta confusión con el concepto de “Depósito” . En algunos casos, la dilucidación no solo es conceptual sino de lugares de venta, ocurren casos donde este Depósito es compartido hasta por cuatro establecimientos como Boticas, Droguerías, Perfumerías y hasta Ultramarinos.

Productos Locales / Venta Local .

Hemos considerado en un primer momento la siguiente correlación: un establecimiento farmacéutico > un anuncio > un producto. Este paralelismo hace que esos productos sean producidos por la misma farmacia. A su vez, en algunos anuncios su venta es compartida por más de una farmacia. En este último caso, se convierte en una relación establecimientos distribuidores, por ello colocamos el número de inventario donde se localiza el ámbito de distribución que a veces supera el local.

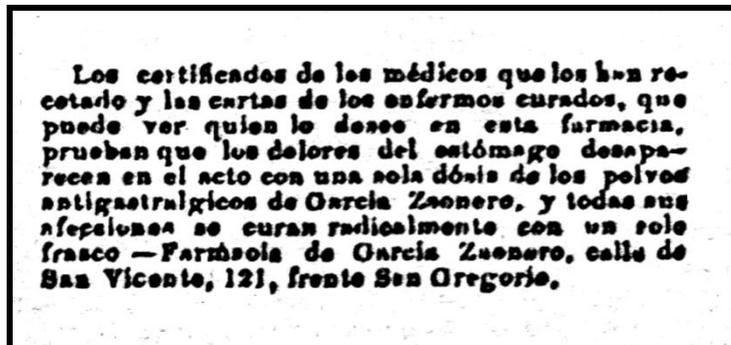
De todas formas la cosa no es tan sencilla, porque en la publicidad de medicamentos intervienen diversos factores, entre ellos como se nombra el producto. Aquí básicamente nos encontramos con dos opciones, las denominaciones científicas, añadir a la denominación el apellido del elaborador, como *Licor Brea Costas* y la utilización de nombres de “fantasia” como *Balsamo de Morfeo*. En un principio la aparición de “Morfeo” el dios del sueño (RAE, 21ed.), podría hacernos pensar que es un medicamento para inducir el sueño, sin embargo su titular publicitario es “Sabañones”. Aunque ese producto es vendido por una farmacia local, desconocemos al ser un nombre de “fantasia” sin asociar a un elaborador de donde es la procedencia. En estos casos los asociamos a procedencia foránea.

Nos quedan por valorar los anuncios extranjeros y nacionales vendidos y/o distribuidos por farmacias locales. Donde se volverá a repetir el esquema propuesto anteriormente.

Hemos elaborado una tabla que requiere una serie de explicaciones. En el epígrafe de **VENTA LOCAL** aparecen el nombre del establecimiento, dirección y población. Analicemos cada apartado por separado para evitar equívocos, por el nombre del establecimiento entendemos que debe figurar el tipo de establecimiento (farmacia, droguería, depósito...) y el nombre de su titular. En la dirección, debe figurar el nombre de la calle y su número. Sin embargo algunas veces, no figura el número de la calle, en otras se indica un monumento de referencia como, “junto a San Gregorio”, “frente al caballito de San Martín”, “bajo el campanario de Santa Catalina” entre otros. Este dato de ubicación monumental lo vamos a omitir, para no dispersar la atención. La referencia de población se silencia, por una razón “publicitaria”, muchos anuncios de los reseñados carecen del dato de

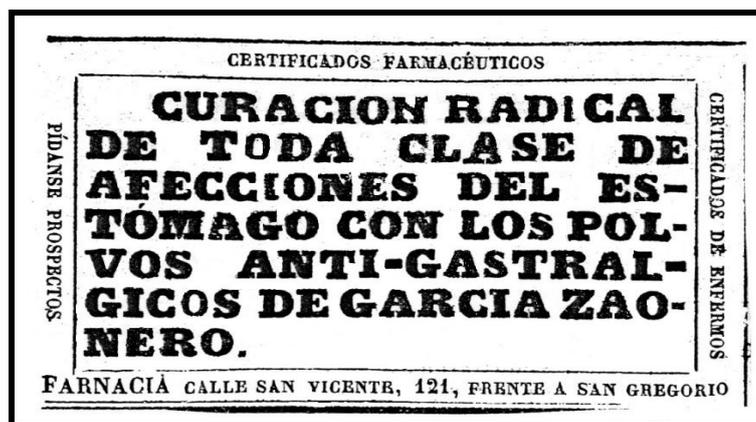
población, unas veces lo publican y otras no, como dando a entender que el lector conoce por otras referencias la ubicación del establecimiento. Entonces salvo las excepciones, todos los establecimientos son dados como población en la ciudad de Valencia.

Veamos un ejemplo de la publicidad (EMV nº 56) que se publica en tres versiones, por el orden de aparición en el periódico son:



Los certificados de los médicos que los han recetado y las cartas de los enfermos curados, que puede ver quien lo desee en esta farmacia, prueban que los dolores del estómago desaparecen en el acto con una sola dosis de los polvos anti-gastrálgicos de Garcia Zaonero, y todas sus afecciones se curan radicalmente con un solo frasco —Farmacia de Garcia Zaonero, calle de San Vicente, 121, frente San Gregorio.

Figura 405. Primer anuncio.



CERTIFICADOS FARMACÉUTICOS

**CURACION RADICAL
DE TODA CLASE DE
AFECCIONES DEL ES-
TÓMAGO CON LOS POL-
VOS ANTI-GASTRAL-
GICOS DE GARCIA ZAO-
NERO.**

VIDANSE PROSPECTOS

CERTIFICADOS DE ENFERMOS

FARMACIA CALLE SAN VICENTE, 121, FRENTE A SAN GREGORIO

Figura 406 .Segundo anuncio.



Figura 407. Tercer anuncio.

Si observamos los tres anuncios vemos:

- Primer Inserción: Farmacia de Garcia Zaonero, calle San Vicente, 121, frente a San Gregorio. (Se publica 7 veces).
- Segunda Inserción: Farmacia(Sic) calle San Vicente, 121, frente a San Gregorio. (Se publica 10 veces).
- Tercera Inserción: Farmacia: calle San Vicente, 121, frente a San Gregorio. (Se publica 4 veces).

Con un análisis textual hay dos publicidades que no publican el nombre del titular establecimiento frente a una en que sí figura. Desde un punto de vista cuantitativo publicitario se publica 14 veces sin el nombre del titular frente a 7 con él. Se indica el orden de publicación de estos datos en la tablas.

Nombre		Establecimiento		Dirección	
Tipo	Titular	Calle	número		
<i>Farmacia</i>	<i>[S. D.]</i>	<i>San Vicente,</i>	<i>121</i>		

En el apartado **OTRO LUGAR** son los distintos establecimientos que indica el anuncio de venta de ese producto.

- Cuando se trate de boticas, si son de la ciudad de Valencia, colocaremos los nombres de los boticarios, si son de otros lugares pondremos el nombre de las poblaciones, según el

orden en que aparecen en el anuncio, muchas veces no siguen un orden alfabético, aunque nos indican un nivel de difusión del periódico en cuestión.

- En el caso de otros establecimientos como Droguerías, Perfumerías y Ultramarinos, pondremos su denominación y la cantidad.

Veamos un ejemplo aclaratorio, (EMV nº4) *Enolaturó Zarza-Costas*, Farmacia Costas, Sombrería,5, Valencia. Se vende en otros siete lugares que son: Castellón, Denia, Alcoy, Chiva, Segorbe, Murcia y Gandia. Como se observa no sigue ni un orden alfabético ni el provincial, dado que mezcla poblaciones de las tres provincias valencianas.



Figura 408. Anuncio de Enolaturó Zarza-Costas.

Si falta algún epígrafe de los mencionados ponemos [S.D.], las abreviaturas de Sin Dato. Hemos necesitado este recurso ante lo variable o caprichoso de la información facilitada por los distintos anuncios publicitarios. La aparición de estos cambios nos plantea la siguiente cuestión ¿Pueden los anuncios publicitarios proporcionar una información fiable ?. Si, cuando se analiza una serie larga de meses de forma continuada, y dada la variabilidad estacional años completos. Porque las catas esporádicas o aleatorias nos pueden ocasionar sorpresas. Si miramos el ejemplo anterior de Garcia Zaonero, por la alternancia de publicidades, y si leemos el texto

publicitario averiguar el nombre del farmacéutico elaborador. Pero en el caso del siguiente anuncio (EMV nº12) no aparece ninguna localización.



Figura 409. Anuncio de Bacalao Dr. Pedro Fuster.

No aparece ninguna referencia a lugar, establecimiento, dirección... Por otros reclamos publicitarios encontrados en este trabajo de investigación sabemos que tiene una farmacia y laboratorio químico, además se publicita como sucesor de E. Baixauli. Se insertan de este reclamo publicitario 72 anuncios y visto lo comentando son más autopublicitarios del Dr. Fuster, que para vender el producto. El producto "Aceite de Hígado de Bacalao" es un producto de gran fama, venta y publicidad, por eso produce extrañeza que no se publicite de la forma adecuada.

Para seguir con el operativo investigador indicar que en el otro diario *Las Provincias*, su presencia publicitaria es nula. Con su repercusión tanto en la realización de una cata informativa, como al realizar solo una investigación de ese diario por un año.

Tabla 16. Relación de Farmacias de Venta Local en EMV.

INV	VENTA LOCAL	OTRO LUGAR	DIAS
1	Botica de Fé, San Vicente, 177.		125

4	Farmacia Costas,Sombrerería,5.	Castellon,Denia,Alcoy,Chiva,Segorbe,Murcia,Gandia	102
5	Milla, farmacéutico [S.D.] Denia.	Valencia,Cabañal,Carcagente,Requena,Utiel,Alcira,Alberique,Gandia.	101
6	Farmacia y laboratorio químico del Dr. Fuster,Mar,47.		94
7	Botica de Fé, San Vicente 177.	Castellón	91
8	Farmacia Costas,Sombrerería,5		81
9	Farmacia y laboratorio químico Dr. Fuster,Mar,47.		79
10	[S.D.] Dr.Fuster, [S.D.]		72
11	Farmacia y laboratorio químico Dr. Fuster,Mar,47.	Albacete,Alberique,Alcira,Alcoy,Alicante,Benicaló,Castellón,Denia,Enguera,Gandia,Játiva,Requena,Sueca,Silla,Tarragona,Vinaroz.	74
20	Farmacia Costas,Sombrerería,5.		52
22	Farmacia Costas,Sombrerería,5.		51
28	Botica de Fé, San Vicente,177 .		47
31	[S.D.] San Vicente, 138.		43
33	[S.D.]Dr.Quesada ,plaza de la Merced núm.7 .		42
36	[S.D.]B. Baeza, san Vicente 217.	Droguerías(5),Perfumería (1)	37
44	Farmacia Dr. Fuster, Mar 47.		32
46	[S.D.] Dr.Quesada, pl. de la Merced,7.		28
47	Farmacia Gonzalez, pl. Serranos,2.		27
48	Farmacias Diaz,Sagunto,77 y la de las Estacas, Mercado,40.		27
49	Farmacia de Sanchez,calle Cuarte, [S.D.].		26
51	farmacia J. Andrés y Fabiá.San Vicente 22.		24
56	Farmacia [S.D.], S. Vicente,121		21
60	Botica de Sanchez,Cuarte,[S.D.]		19
61	Botica y laboratorio químico D. Rosendo Sanchez.calle Cuarte,46.		18
63	Farmacia Dr. Quesada,pl. de la Merced,7.		18
64	Botica de Sanchez,calle Cuarte,[S.D.].		18
66	Farmacia [S.D.] frente al caballito de san Martin,San Vicente,22.		17
67	Farmacia Simón Besalduch,B. de S. Francisco,32		17
68	Farmacia de Sanchez,Cuarte[S.D.]		17
69	Botica y laboratorio D. Rosendo Sanchez,Cuarte,46		17
70	Botica de Sanchez,Cuarte,45.		17

72	Botica y jaraberia de la Trinidad, Dr.Quesada,pl. la Merced,7		16
73	Botica de Sanchez, calle Cuarte,46,Valencia		15
81	Farmacia Costas,Sombrerería,5	Aliño pl.Cajeros y de Calatrava y Lucia en las Barcas.	13
83	Botica de la Princesa,Santa Teresa,12		13
88	Farmacia D. José Garcia Royo,pl.Congregación,72		12
99	Farmacia B. Baeza, San Vicente,217		8
104	Farmacia Gonzalez,pl.Serranos,2		6
105	Farmacia de su autor, frente caballito de San Martin		6
109	[S.D.][S.D.]calle Barcas,9,principal,izquierda		5
115	[S.D.]Dr. Quesada, pl. Merced,7		3
116	[S.D.] Dr.Quesada,pl. de la Merced,7		3
118	[S.D.]Dr. Quesada,pl.Merced,7		2
121	Botica del autor,calle San Vicente,161.	Andrés Fabiá,Costas,Garcia Zahonero,Grajera,Royo,Chiari.	1
TOTAL INSERCIONES			1537

En esta tabla aparecen 44 productos de Venta Local en diversas farmacias de Valencia excepto uno, que se vende en Denia (Alicante) en la Farmacia Millá (EMV nº 5). El total de días anunciados es de 1537, es decir, el número de veces que aparecen las publicidades en las planas del diario.

Nos aparecen seis casos donde el producto es vendido en más de una farmacia. De ellos hay tres casos, en que la “materia viva” publicitaria se manifiesta, es decir donde un mismo producto publicitado, en un mismo anuncio se cambian los lugares de venta.

- *Caramelos Vegetales de Fé* (EMV nº 7) se anuncia 74 veces con lugar de venta en Valencia y 17 donde a ese lugar de venta se añade su venta en Castellón.
- *Emulsion Costas* (EMV nº 81) se publica 8 veces con otros lugares de venta y continúa con 5 publicaciones solo con venta en farmacia Costas.
- *Agua Azahar Triple Extra de Baeza*.(EMV nº 36) Este producto tiene 6 inserciones como *Agua Azahar Triple Extra de Baeza y Senent*. La cosa no acaba aquí; su venta es en cinco

Droguerías y una Perfumería. Después se produce la compra por el boticario Baeza, y se anuncia durante 37 días más solo venta en esa botica.

CARAMELOS VEGETALES
DE FÉ,
para la curación rápida, segura
y radical de
LA TOS Y CONSTIPADOS

Botica calle de San Vicente, núm. 177, esquina á la de las Almas.
VALENCIA.

Cuatro ó cinco caramelos tomados durante el día y uno ó dos por la noche. Disueltos estos últimos en media taza de agua caliente ó de infusión de flor de malva ó the, curan la tos y los constipados, por crónicos que sean estas dolencias.

Los que padecen del pecho encuentran gran alivio usando los caramelos de Fé.

Como higiénicos, y preservativos, los recomendamos á los señores predicadores, abogados, catedráticos, maestros, artistas líricos y dramáticos, y á cuantos tengan necesidad de hablar mucho ó de esforzar la voz.

Las personas que frecuentan los templos, teatros, salones y sitios muy abigados, evitarán los constipados y pulmonías tomando un caramelo de Fé á la salida de dichos lugares.

La bondad del producto que anunciamos garantizan el gran despacho que de él tenemos en nuestra oficina, y el sinnúmero de pedidos que servimos.

Cuidado con las falsificaciones,

Figura 410. Primer anuncio Caramelos Vegetales de Fé.

A
los
enfermos
de

Constipado ó Tos.

El único remedio infalible para la inmediata curación de las enfermedades arriba citadas, es el conocido con el nombre de **CARAMELOS VEGETALES**

FÉ

Los legítimos únicamente se venden en los establecimientos siguientes:

Valencia.—Botica de FÉ, calle de San Vicente, 177, esquina á la de las Almas.

Castellón.—Botica de PITCH, calle de Zapateros.

Figura 411. Segundo Anuncio Caramelos Vegetales de Fé.

También hay dos excepciones o anuncios de difícil encuadre.

- Número de inventario 31, tiene una localización con “errata” esquina calle Ensaz (Ensanz) pero es que en ese número hemos localizado una panadería.
- Número de inventario 109, es un piso, Barcas, 9 principal izquierda.

No podemos integrarlos en una tabla de farmacias, ya que ambas publicidades pertenecen a otros ámbitos.

Tenemos tres anuncios “extraños”, donde su adjudicación es un poco controvertida.

- Número de inventario 48, se produce una redacción equívoca, que nos lleva a la conclusión de que son dos farmacias, Farmacia Diaz (Sagunto,77) y la Farmacia de las Estacas. Entonces tenemos un producto y dos lugares de venta local. En nuestra metodología hemos establecido la relación de (una farmacia / un producto), pueden aparecer otras farmacias pero fuera de la localidad inicial.
- Número de inventario 67, el producto anunciado es la *Pasta Pectoral milagrosa del Dr. Serrano*, no sabemos si es un producto local. Pero la duda permanece cuando su lugar de Venta al por Mayor y Menor es el mismo, la farmacia de Simón Besalduch, ¿es el elaborador? Si así fuera estaríamos en un ámbito local. Si fuera el distribuidor, estaríamos ante un producto nacional elaborado por el “Dr. Gastaldo”. Nos inclinamos por la farmacia local y lo incluimos en su listado.
- Número inventario 10, *Aceite Bacalao Yodo-Ferruginoso preparado por el Doctor D. Pedro Fuster*. No pone ningún lugar de venta, ni el suyo propio, como hemos comentado anteriormente. Por tanto lo contabilizamos dentro los anuncios de esta farmacia, pese a lo extraño de su inserción publicitaria.

Entonces, tanto la *Pasta Pectoral milagrosa del Dr. Serrano* como el *Aceite Bacalao Yodo-Ferruginoso preparado por el Doctor D. Pedro Fuster*, los señalamos con un asterisco (*) e introducimos en el listado de farmacias locales aunque su adscripción sea un poco controvertida. Y el número de

inventario 48 lo ponemos en el apartado de excepciones que queda con tres productos

Nos interesa dentro de los productos de Venta Local los anuncios que anuncian Otros Locales, pues supone intentar difundir la venta a otros lugares y dar sentido a la publicidad.

Tabla 17. Relación Anuncios Locales y Otro lugar de venta.

Venta LOCAL	Prod.	Anun. LOCAL	Anun. OTRO LOCAL
ANDRES Y FABIÁ	3	47	
BAEZA	2	39	6
SIMON BESALDUCH	*1	17	
DR. CLIMENT	1		1
COSTAS	5	189	110
DR. FUSTER	* 5	277	74
FÉ	3	246	17
GARCIA ROYO	1	12	
GARCIA ZAONERO	1	21	
GONZALEZ	2	33	
GRAGERA	1	13	
MILLÁ	1		101
Dr. QUESADA	7	112	
ROSENDO SANCHEZ	8	147	
T O T A L E S	41	1153	309

La primera observación es que 14 farmacias valencianas, más bien 13 si exceptuamos a la farmacia Millá de Denia (Alicante), aunque podemos añadir la excepción del anuncio (número de inventario 48) de 2 farmacias. Entonces nos encontramos con 15 farmacias valencianas que han realizado 1537 anuncios.

También nos interesa saber el impacto de los anuncios de Venta en Otro Local, dado que podría ser un indicador de la expansión del producto, originando mayores ventas con la creación a su vez de una red clientelar. Las

publicidades que hemos considerado excepciones son tres y suman un total de 75 inserciones publicitarias.

Tabla 18. Porcentaje Anuncios Venta Local y Venta Otros Lugares.

	Productos	Anuncios	%
Anuncios Venta Local	41	1153	75,02
Anuncios Otro Lugar Venta		309	20,10
Excepciones	3	75	4,88
T O T A L E S	44	1537	100

En esta tabla vemos confirmado que la publicidad asociada a un lugar de venta local es mayoría con un 75,02%. Podemos sumar las “Excepciones”, dado que su Venta es Local y entonces alcanzamos el 79,90%. También el esfuerzo de hacerlo extensivo a otras poblaciones es significativo con un 20,10%, pero para la época es todavía un esfuerzo. Los periódicos dadas las comunicaciones escasas, así como los hábitos lectores minoritarios no proporcionan el impacto publicitario que sería deseado. En definitiva se trata más de un esfuerzo de prestigio que de eficacia comercial.

Productos Nacionales / Venta Local

Tenemos 10 productos de procedencia nacional con nombres de “fantasía” como *Bálsamo de Luisa* (número inventario 19), *Bálsamo de Brasil* (número de inventario 53) y de nombres de autores como *Poción Bru* (número de inventario 10) y *Salva niños Torrero* (número de inventario 30). Estos preparados son vendidos por farmacias locales de Valencia. Dado que no podemos recurrir ni al Boletín Oficial de la Propiedad Intelectual e Industrial que empieza a publicarse el año en curso del trabajo de investigación. Debemos fiarnos de la publicidad empleando una serie de cautelas explicitadas anteriormente.

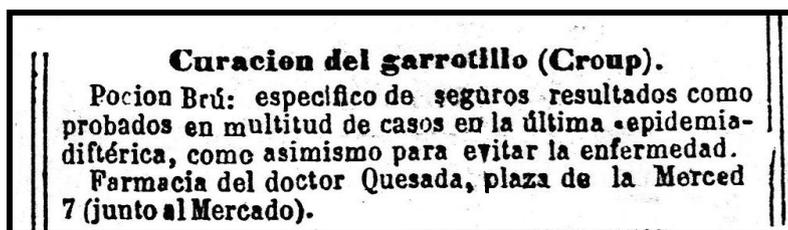


Figura 412. Anuncio de Pocion Brú.

Tabla 19. Lugares Venta Local y Productos Nacionales.

INV	LUGARES VENTA LOCAL	Anuncios Productos Nacionales
10	Farmacia Dr. Quesada, plaza de la Merced, 7	77
19	Farmacia de Costas, Sombrerería, 5.	53
30	[S.D.] I. Costas, Sombrerería, 5	45
53	Farmacia de la Trinidad, del Dr. Quesada, plaza de la Merced, 7	23
59	Farmacia Sres. Sanchez, calle Cuarte, [S.D.], Andrés y Fabiá, calle San Vicente [S.D.] y Aliño, plaza Cajeros [S.D.]	19
62	Botica y laboratorio químico de Sanchez, calle Cuarte. [S.D.]	18
97	Farmacia D. José Garcia Royo, pl. Congregación, 72	9
107	farmacia D. Jose Garcia Royo, pl. Congregación, 72	5
108	farmacia D. Jose Garcia Royo, pl. Congregación, 72	5
119	Botica de Gragera, Sta. Teresa, 12	2
TOTAL INSERCIONES		256

En los productos de origen foráneo vendidos en lugares de venta locales pueden concurrir diversas circunstancias. Algunas veces aparecen sin lugar de venta local, lo cual se traduce en campaña publicitaria organizada. Otras ocasiones puede aparecer un producto como las *Pezoneras Fajarnes* (número inventario 52), en un principio podría parecer un recurso ortopédico y resulta ser una crema. Pero no disponemos ni de localidad ni dedicación del señor Fajarnes, estará ubicado como Sin Datos [S.D.] . En el apartado de Venta Local indica tres farmacias de Valencia y en las principales farmacias de otras provincias.

**A LAS SEÑORAS EMBARAZADAS
PEZONERAS FAJARNES,**

Unico y verdadero específico, que usado dos ó tres meses antes del alumbramiento, evita las grietas y tumores en los pechos y forma facilmente el pezonzillo.
Precio, 20 rs. caja en toda España.

Depósitos: En Valencia, farmacia de los Sres. Climent, San Vicente, 161, y Costas, calle de la Sombrerería, 5. frente al campanario de Santa Catalina, y Fabiá, calle de San Vicente, frente San Martín.
También se venden en las principales farmacias de Alicante, Cartagena, Granada, Huesca, Madrid, Valladolid y Zaragoza.

Figura 413. Anuncio de Pezoneras Fajarnes.

En otras circunstancias, aparece el nombre del producto asociado al nombre del elaborador de origen extranjero, como es el caso de *Agua de Azahar Triple de Pablo Journet* (número inventario 45). Del hemos llegado a saber que era un francés que montó una fábrica de extracción de esencias en la población valenciana de Carcaixent. Para pacificar la controversia entre elaboración de un extranjero y en la provincia de Valencia, lo hacemos Producto Nacional. Pero la cosa no acaba aquí, en la publicidad informa de su venta en 13 Droguerías, 12 Ultramarinos y 6 Farmacias, en nuestra tabla recogemos la cantidad como en otras tablas.

**AGUA DE AZAHAR TRIPLE
DE PABLO JOURNET.**

De excelentes cualidades para todas las naturalezas propensas á desórdenes en el sistema nervioso. Consultad á las personas que hagan de ella un continuado uso y os convencereis de sus eficaces resultados. Esta marca es la más solicitada por el público y personas de buen gusto y ello lo prueba los numerosos depósitos que el fabricante tiene establecido para su venta, á saber:

Almacén-droguería de San Antonio, de Blas Cuatrecasas é Hijos; Droguería de la Luna, de Hijos de Joaquín Añón; de la Laja, de Pedro Salvador Alegre; de San Juan de Vicente, Aloy Clavero; de la Catalina, de Farell y Piñol; del Salvador, de Pablo Fandos; de García y Uldemolins, calle de Garrigues; Ultramarinos de los Alcoyanos, de Manuel Mezquita; de la Mariposa, de Ernesto Reyes; de Santa Catalina, de Rafael For; de Gileas Ródenas, calle de las Barcas; de la viuda de Alapont, calle de San Vicente; de Fabian R maguera, plaza de Pellicers; Grao de Valencia, farmacia de Manuel Valente; ultramarinos de Agustín Lagarda y Romany; Teruel farmacia de Pascual Adam; Dénia, farmacia de Mateo Comerma y Eduardo Milla; Castellón de la Plana, farmacia de Manuel Ferrer; Utiel, farmacia de Carlos Benitez.

Figura 414. Anuncio de Agua de Azahar Triple de Pablo Journet.

Otros casos como la conocida *Pasta Pectoral del Dr. Andreu* (número inventario 58) cuya fama llega a nuestro días. En el anuncio solo pone el nombre y población careciendo de la dirección. A su vez, la venta es en genérico indicando los distintos países donde se comercializa, nos indica que estamos ante un anuncio de agencia, y en Barcelona existían en aquel momento una de las primeras agencias publicitarias.

PASTA PECTORAL
del Dr. ANDREU de Barcelona
Remedio seguro contra toda
clase de tos por fuerte é incómoda que sea.

Clasificación de las virtudes de esta pasta en las diferentes variedades que presenta aquella enfermedad.

LA TOS roncá y fatigosa, que es síntoma casi siempre de tisis y catarrós pulmonares, disminuye muchísimo con este medicamento, rebajando por completo los accesos violentos de TOS que contribuyen mucho al decaimiento del enfermo.

LA TOS continua y pertinax producida por un gran cosquilleo en la garganta, á veces de carácter herpético, se corrige al momento con esta PASTA y desaparece luego con el auxilio de un buen depurativo.

LA TOS seca, convulsiva, entrecortada muchas veces por solocación, como sucede á los asmáticos y personas excesivamente nerviosas por efecto de una gran debilidad, se combate perfectamente con esta PASTA Pectoral.

LA TOS ferina ó de coqueluche, que ataca con tanta pertinacia á los niños, causándoles vomitos, desgaña y hasta espútos sanguíneos, se cura con esta PASTA mayormente si se le acompaña algún cocimiento pectoral y analéptico.

LA TOS catarral ó de constipado y la llamada vulgarmente de sangre, ya sea reciente ó crónica, se cura siempre con este precioso medicamento. Son numerosísimos los ejemplos de curaciones obtenidas en personas que de muchos años padecían semejante TOS, tan incómoda y pertinax, que al menor resfriado se reproducía de una manera insoportable.

Es de advertir que muchas tisis pulmonares provienen de una simple TOS, ocasionada por un constipado mal cuidado.

Este gran medicamento es, pues, siempre seguro para curar en unos casos y combatir en otros una enfermedad de cuyos terribles resultados se ven diariamente ejemplos.

ALIVIO Y CURACIÓN DEL ASMA ó SOFOCACIÓN DE TODA CLASE, POR LOS CIGARRILLOS BALSÁMICOS Y LOS PAPELES AZOADOS. Remedio pronto y seguro que penetra directamente en forma de humo dentro del aparato respiratorio.

Fumando un solo cigarrillo aun en los ataques más fuertes de ASMA, se siente al instante un gran alivio. La expectoración se produce más fácilmente, la tos se alivia, el pecho late con más regularidad y el enfermo respira luego libremente.

Estos cigarrillos llevan una boquilla tan cómoda que no ensucia los dedos y se aspira el humo con extraordinaria suavidad, pudiendo fumarlos las señoras y personas más delicadas.

LOS ATAQUES DE ASMA por la noche se calman al instante con los papeles azoados, quemando uno dentro de la habitación; de modo que el enfermo que se ve privado de descansar, siente luego un agradable bienestar que se convierte en el más apacible sueño.

Depósito Central de estos medicamentos: Farmacia de su autor en Barcelona, y se hallarán también de venta en las principales Farmacias de todas las poblaciones de España y América, así como en Francia, Italia y Portugal.

Figura 415. Anuncio Pasta Pectoral Dr. Andreu.

Otro caso complejo es la publicidad de *Alimento del Pueblo* (número de inventario 95) se recomienda por profesores, pero aparece de venta en tiendas de especias y ultramarinos. Entre los depósitos, es decir almacenes distribuidores pone como depósito general plaza del Mercado 17 de Valencia. ¿Quiere decir que es su distribuidor nacional ? , o puede sea el distribuidor

local, luego cita otros depositarios. Optamos por poner el depósito general como distribuidor nacional, y en las otras poblaciones poner el genérico de ultramarinos y tiendas de especias.

¡YA LLEGÓ!

LA SEGUNDA REMESA DE LA ESQUISITA SOPA TITULADA
EL ALIMENTO DEL PUEBLO

Además de las marcas A y D ya conocidas del público, se han recibido las marcas B y C, cuya riqueza en principios plásticos es más elevada que la de las anteriores; se venden en paquetes de 125 gramos para 5 platos á 0'50 pesetas uno.

También se han recibido las marcas T y G con *Extracto de carne de ternera* en paquetes de 150 gramos á 0'45 pesetas uno.

Los ilustres profesores:
Dr. Rodolf Flaquer,
Dr. Remigio Fresenius,
Dr. Gustavo Jager,
Dr. Lir,

recomiendan el uso diario de cualquiera de estas marcas á las personas de vida sedentaria, sobre las que pese un gran trabajo intelectual, pues por su riqueza en principios plásticos y ácido fosfórico constituyen un poderoso reconstituyente para dichas personas.

Las personas débiles y los niños también encontrarán en estas marcas un alimento agradable, eminentemente nutritivo y de muy fácil digestión.

Nota. Las personas que deseen preparar el «Alimento del pueblo» con cuidado, pueden hacerlo con las marcas T y G.

Se vende en las principales tiendas de especias y ultramarinos.

Depósito general, plaza del Mercado, 17.

Depositarios: Barcelona, Sociedad Farmacéutica Española.—Málaga, Dr. J. L. Lacave.—Palma de Mallorca, Sres. Hijos de Rafael Pomar.—Castellón, D. Joaquín Catalán.—Tortosa, D. Pedro Pastor.—Gandia, D. Antonio Buada.

Figura 416. Anuncio Alimento del Pueblo.

Tenemos otro caso parecido, *Polvos Anti-Asmáticos de Gastaldo* (número inventario 98) aquí en la Venta Local aparecen tres establecimientos, dos farmacias y una droguería (Blas Cuesta e Hijos). Sigue una cantidad de nombres de poblaciones que no sabemos su especialidad, por ello reproducimos los nombres de las localidades, que nos informan de la difusión del periódico, uno de nuestros objetivos.



Figura 417. Polvos Anti-Asmáticos de Gastaldo.

Por último en la tabla elaborada en la columna de Producto Nacional ponemos los nombres de los fabricantes. En el apartado de Venta Local, aunque primamos los establecimientos de la ciudad de Valencia, porque así lo hace la publicidad insertada. Además suele ser habitual publicitar otros sitios de venta, más bien otras localidades, y por esos escribimos: VENTA LOCAL y OTROS.

Tabla 20. Producto Nacional y Venta Local y Otros sitios

INV	PRODUCTO NACIONAL	VENTA LOCAL y OTROS	DIAS
14	Dr. Santoyo, LINARES (Jaen)	Farmacias de Greus y Fabiá	64
15	Dr.Saez, Rambla Canaletas,5-1º BARCELONA	Dr.Andrés y Fabiá,Dr.Greus,Dr. Aliño,Dr.García,Dr. Rives,Dr. Valiente,	63
24	Farmacia EL Globo, Tetuan,20 SEVILLA	Farmacia del Sr. Fabiá	50
27	Farmacia General ,Pontejos,6,MADRID	Costas,Sombrereria,5 y principales boticas de la capital y región valenciana	47
41	Cubero-Roure [S.D.]	Farmacia Dr. Aliño pl.Cajeros,6. Al por mayor Francisco Raffi (Optico)	34
45	[S.D.][S.D.]	Droguerías(13),Ultramarinos (12) y Farmacias (6)	29
52	[S.D.][S.D.]	Farmacias Sres.Climent,Costas, Fabiá y en las principales farmacias de Alicante,Cartagena,Granada,Huesca,Madrid , Valladolid y Zaragoza.	23
58	Dr Andreu, [S.D.] BARCELONA	En principales Farmacias España,América, asi como Inglaterra,Francia,Italia y Portugal	20
75	G.Formiguera y Cª,Tallers,22,BARCELONA	[S.D.]	14

95	[S.D.] Plaza Mercado,17,Valencia.	Tiendas de especias y ultramarinos.	10
96	[S.D.][S.D.]	Farmacia Garcia Zaonero y Quesada	10
98	[S.D.][S.D.]	Farmacia Greus,Andres y Fabiá ,Cuesta e Hijos,Alcira,Carcagente,Gandia,Játiva,Requeña,Sagunto,Sueca,Albacete,Alicante,Denia,Castellón,Cuenca,Murcia,Cartagena,Teruel, y en todas las capitales de mas importancia de España.	8
100	Dr. Abad,, Pacífico, 13, MADRID .	[S.D.]	8
101	Dr. Abad, Pacífico, 13, MADRID	Por correo.	7
102	Dr. Andreu, BARCELONA	En las principales Farmacias	7
103	Dr Fernandez[S.D.] [S.D.]	En todas las farmacias de España y Drogueria San Antonio,Valencia	6
111	Farmacia Dr.Bonald, Gorguera, 17, MADRID.	Se despachan pedidos por correos a provincias	4
117	Gabinete Medico Norte-Americano, Montera, 33, 1º, MADRID	Véndese en las acreditadas farmacias y droguerías del mundo	3
TOTAL INSERCIONES			407

Productos Extranjeros / Venta Local.

Nos interesa conocer el camino de los productos medicamentosos extranjeros, su llegada publicitaria a los periódicos. Por la composición y la traducción, su llegada es debida a agencias publicitarias que transmiten los anuncios como las noticias del extranjero. Normalmente no llevan lugares de venta local, lo que indica que su difusión es nacional, el mismo anuncio se publica en otros diarios por las mismas fechas. Los niveles de tráfico comunicativo publicitario son primitivos y precarios, se producen a tres niveles: local, nacional y extranjero. En función de la proximidad geográfica se pueden producir tráfico publicitario en las dos direcciones. En el caso de los productos medicamentosos extranjeros, la dirección mayoritaria es del nivel extranjero a nivel nacional y local. La llegada a lugares de venta local suele ser escasa.

El denominado anuncio genérico extranjero en la parte de cierre suele figurar la dirección del elaborador y distribuidor. En estos casos de

difusión genérica (nacional y local) se acompaña de expresiones como "En todas las farmacias" y sus variantes.



Figura 418. Partes de un anuncio genérico extranjero.

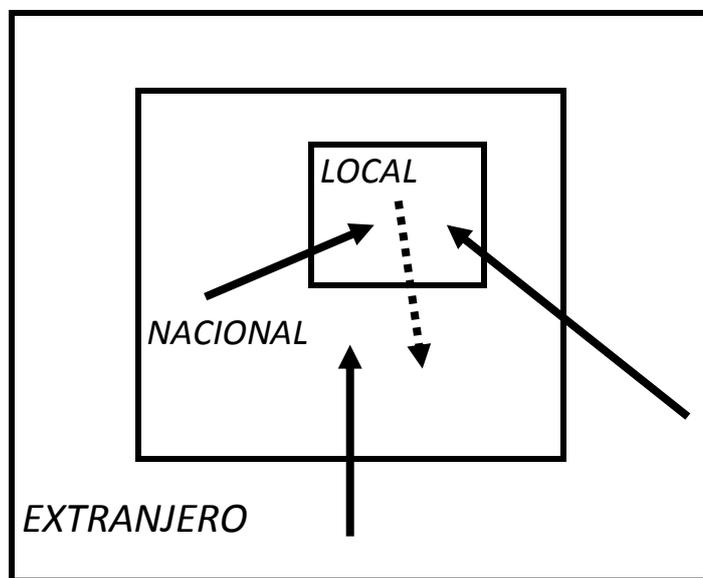


Figura 419. Relaciones Local, Nacional y Extranjero.

Hemos puesto una flecha fragmentada como indicando que los productos locales pretenden llegar al ámbito nacional, y ello es posible porque una parte importante de la difusión de los periódicos diarios es por suscripción. Por tanto pueden existir un cierto número de suscriptores de fuera de la región de influencia.

Van a existir otras publicidades donde se va a introducir de modo artificial el nombre de farmacias de venta local donde se publica la prensa diaria. ¿En qué lugar? En el apartado de cierre. Otras veces aparecerá como un añadido fuera de la composición del anuncio, con información sobre algún establecimiento local. Veamos un ejemplo.

Jarabe Laroze
DE CORTEZAS DE NARANJAS AMARGAS
Desde hace mas de 40 años, el Jarabe Laroze se prescribe con éxito por todos los médicos para la curacion de las gastritis, gastralgias, dolores y retortijones de estómago, estreñimientos rebeldes, para facilitar la digestion y para regularizar todas las funciones del estómago y de los intestinos.

JARABE
al Bromuro de Potasio
DE CORTEZAS DE NARANJAS AMARGAS
Es el remedio mas eficaz para combatir las enfermedades del corazon, la epilepsia, histeria, migraña, baile de S.-Vito, insomnios, convulsiones y tos de los niños durante la dentición; en una palabra, todas las afecciones nerviosas.

Fábrica, Especidones : J.-P. LAROZE & C^{te}, 2, rue des Lions-St-Paul, à Paris.

DEPÓSITOS : *Valencia :* Ramon Rives, Esplugués her^{os}, Capatons, Andrés y Fabia.

EN LAS MISMAS FARMACIAS SE ENCONTRAN :
El Jarabe de corteza de naranja amarga al Ioduro de potasio.
El Jarabe ferruginoso de corteza de naranja y cuasi amara al Proto-Ioduro de hierro.
Los Dentíficos Laroze de quina, peñire y guayaco, Elixir, Polvos et Opista.

Figura 420. Anuncio extranjero con Venta Local.

Por tanto vamos a realizar dos tablas. En la primera, valorar todos los medicamentos extranjeros que tienen una distribución genérica. En la segunda tabla detectaremos los medicamentos extranjeros que tienen una distribución local. Como Titular extranjero recogemos el que aparece normalmente en la parte de cierre del anuncio, pudiendo ser fabricante y/o distribuidor. El lugar de venta genérico procuramos transcribirlo conforme aparece en la publicidad. La abreviatura (INV) equivale al número de Inventario.

Tabla 21. Titular Extranjero, País y Lugar de Venta Genérico

INV	TITULAR EXTRANJERO	PAIS	LUGAR DE VENTA GENERICO	DIAS
3	Doctor Dehaut[S.D.] Paris	Francia	[S.D.]	103
21	Bravais,[S.D.][S.D.]	[S.D.]	En todas las farmacias	51
23	J.Espic,20 rue Saint-Lazare,Paris	Francia	En las principales farmacias de España	51
25	Hogg,farmacéutico,2,rue Castiglion,Paris	Francia	Principales farmacias.	49
26	Desnoix,17 rue Viellie du Temple,Paris	Francia	en las Buenas Farmacias	49
29	Coirre,farmacéutico,79,rue du Cherche-Midi,Paris	Francia	[S.D.]	45
32	Blancard,farmacéutico de Paris,calle Bonaparte,40	Francia	[S.D.]	42
34	Henri Nestlé,[S.D.]Vevey-SUIZA	Suiza	Véndese en las buenas farmacias,droguerías y ultramarinos.	40
37	Docteur Pierre,8 place de L'Opera,Paris	Francia	Véndese en todas la droguerías y perfumerías	37
38	Dethan,farmaceutico,[S.D.] Paris	Francia	[S.D.]	35
39	Dethan,farmaceutico {S.D.}Paris	Francia	[S.D.]	35
40	[S.D.],22 rue Drouot,Paris	Francia	En todas las farmacias de esta localidad	35
42	Comar,farmacéutico,calle Saint Claude,23,Paris.	Francia	En todas las principales farmacias	34
43	Charles Fay,perfumista,9 rue de la Paix,Paris	Francia	en todas las Farmacias,Perfumerías y Peluquerías	32
50	Farmacia Em. Genevoix14 rue des Beaux-Arts, Paris	Francia	[S.D.]	26
53	[S.D.],31 rue de Seine,Paris	Francia	en todas las farmacias	22
54	Fumouze-Albespeyres,78,Faubourg St.Denis,Paris	Francia	en todas las Farmacias del globo.	22
56	Fumouze-Albespeyres,78,Faubourg St.Denis,Paris	Francia	en todas las Farmacias del globo.	20
64	[S.D.],8,rue Vivienne,Paris	Francia	en las principales Farmacias y Droguerías	17
70	Grimault y Cia,[S.D.] Paris	Francia	principales farmacias y droguerías	16
73	Le Perdriel,11, rue Milton,Paris.	Francia	Véndese en todas las farmacias.	15
75	Midy,Farmaceutico 1ª	Francia	en las principales farmacias	14

	clase,[S.D.][S.D.] PARIS			
76	Grimault y Cia,[S.D.] PARIS	Francia	[S.D.]	14
77	Grimault y Cia[S.D.] Paris	Francia	[S.D.]	13
78	[S.D.],8,rue Vivienne Paris.	Francia	en principales Farmacias de España	13
79	Grimault y Cia, [S.D.] Paris.	Francia	principales farmacias y droguerías	13
83	Fumouze- Albespeyres,78,Faubourg St.Denis,Paris	Francia	en todas las Farmacias del globo	12
85	Grimault y Cia, 8, rue Vivienne,Paris.	Francia	en principales farmacias y droguerías	12
88	Grimault y Cia,[S.D.] Paris.	Francia	en las principales farmacias y droguerías	11
89	Fumouze- Albespeyres,78,Faubourg St.Denis,Paris	Francia	en todas las Farmacias del globo	11
91	Grimault y Cia,8,rue Vivienne,Paris	Francia	en las principales farmacias y droguerías	10
110	J.Ferré,rue Richeliue,102,Paris	Francia	Se vende en las pricipales boticas del universo	4
112	Grimault y Cia,8,rue Vivienne Paris	Francia	[S.D.]	4
113	J.Ferré,rue Richeliue,102,Paris	Francia	En todas las farmacias	4
120	J.Ferré,rue Richeliue,102, Paris	Francia	En las principales boticas	2
TOTAL				913

Tabla 22 . Titular Extranjero, Pais y Lugares Venta Generico y Local.

INV	TITULAR EXTRANJERO	PAIS	LUGAR VENTA GENERICICO	LUGAR DE VENTA LOCAL	DIAS
17	J.P.Laroze & Cie,2 rue des Lions-St. Paul, Paris	Francia	[S.D.]	Ramon Rives,Esplugues heros.Capafons, Andrés y Fabiá.	55
18	[S.D.][S.D.][S.D.]	[S.D.]	[S.D.]	Farmacia de Costas.Denia, Millá.	53
81	Carlos Brady, [S.D.] ,Kremsier.	Austria	En todas las farmacias y droguerías	Mauricio Bing,Avellanas,9	13
84	Defresne,[S.D.],Paris	Francia	[S.D.]	Domingo Roncal y J.Andrés Fabiá	12
86	Thevenot,[S.D.],[S.D.]	[S.D.]	[S.D.]	J.Andrés y Fabiá	12

90	Girolamo Pagliano,12 via Pandolfini,Florenca	Italia	[S.D.]	Farmacia Dr. Quesada	11
93	Kloguez,[S.D.][S.D.]	[S.D.]	[S.D.]	Farmacia Santiago Querol,Salvador,12	10
93	Defresne,[S.D.],Paris	Francia	Todas las Farmacias	Domingo Roncal y J.Andrés Fabiá	10
105	Makencie,[S.D.][S.D.]	[S.D.]	[S.D.]	Farmacia Costas y Dr. Andreu	5
114	Farmacéutico Rich Brand,Schaffhouse	Suiza	Principales farmacias de España y Ultramar	España y colonias Moreno Miquel Arenal,2 ,MADRID	3
TOTAL					184

Tenemos cuatro anuncios de dudosa ubicación Ya hemos dicho que la publicidad era “materia viva” y aquí tenemos el caso de la *Emulsión de Scott* (número de inventario 2) que aparece en tres tipos de anuncios. En el primer anuncio publicado figura un Depósito, o más bien diríamos hoy un mayorista, Vicente Ferrer y Cía de Barcelona. En los dos modelos posteriores coexisten un “Anuncio Noticia”, no indica ningún lugar de venta, dado que lo buscado es hacer marca y que el lector busque el producto. En el otro, cambia el formato a horizontal, en ambos anuncios dice de venta en “ todas las Boticas y Droguerías”.

EMULSION
DE
SCOTT
de Aceite Puro de
HIGADO DE BACALAO
con Hipofosfitos de Cal y de Sosa.

SE TAN AGRADABLE AL PALADAR COMO LA LEONOR.
Posee todas las virtudes del Aceite
Graso de Hígado de Bacalao, más las
de los Hipofosfitos Nátro y Sódicos
mucha. Ademas

Cura la Tisis.
Cura la Escrófula.
Cura la Demencia.
Cura la Debilidad General.
Cura el Reumatismo.
Cura la Tos y Hemorragias.
Cura el Insomnio en los Niños.

Es recetada por los médicos, es de
olor y sabor agradable, de fácil di-
gestión y la soportan los estómagos
más delicados.

De venta en todas las Boticas y
Droguerías. SCOTT & BOWNE, Cal-
ifornia.—NUEVA-YORK.
Depósito general en España para
la venta al por mayor, Sres. TIER-
NE FRANK & C. —BARCELONA.
Frascos grandes á 2.5 rs. uno
Idem pequeños á 1.25 id. id.

Figura 421. Primer Anuncio con distribuidor en España.

Sres. Scott y BOWNE. Madrid 15 Enero 1886
Muy Sres. míos; He usado la *Emulsion Scott* en
el tratamiento de las *dermatosis escrofulosas benignas*
y en el *lupus* con resultados mas ventajosos que con
el aceite de hígado de bacalao.
Tambien me ha dado buenos resultados en la
escrófula ó sea con ó sin caries en los huesos.—De
Vds. atto. s. s.—Dr. José Eugenio Olavide, médico
del hospital de San Juan de Dios.

Figura 423. Anuncio noticia de Emulsión Scott.

El siguiente anuncio es *Elixir Español* (número inventario 13) solo indica el lugar:” de venta en las principales farmacias y perfumerías”. No sabemos quien lo fabrica, solo indica “Aprobado por la Academia Médico-Farmacéutica de Barcelona”.

GRAN REMEDIO PARA LA BOCA
ELEXIR ESPAÑOL.

Aprobado por la Academia Médico-Farmacéutica de Barcelona.

El mas calmante y astringente que se conoce: compite con gran ventaja con los mejores dentífricos extranjeros. Calma el dolor de muelas por agudo que sea; fortifica y limpia la dentadura: cura y preserva el escorbuto, el sarro y la fetidez del aliento. De venta en las principales farmacias y perfumerías.

Figura 424. Anuncio Elixir Español.

Otro reclamo publicitario es *Pastillas Nielk* (número inventario 16) aquí nos indica que se vende en todas las farmacias, y exigir el sello Sociedad Farmacéutica Española. Por otras publicidades sabemos que era una distribuidora, pero no tenemos más datos.

ENFERMEDADES DE LA BOCA

PASTILLAS NIELK

DE CLORATO DE POTASA COMPRIMIDAS

EFICACES CONTRA LAS

ANGINAS. CRUP. RONQUERA. FETIDEZ DEL ALIENTO É INFLAMACIONES DE LA GARGANTA.

Las PASTILLAS NIELK calman la irritacion producida por el excesivo uso del tabaco, y son indispensables á las personas que hacen sufrir á su garganta un trabajo fatigoso, especialmente los oradores y cantantes.

SE VENDEN EN TODAS LAS FARMACIAS.

Para evitar imitaciones y falsificaciones exijase en l s cajas el sello de la *Sociedad Farmacéutica Española*, impreso en tinta roja

Figura 425. Anuncio Pastillas Nielk.

En cuarto lugar tenemos el anuncio de los *Polvos Antifistulosos de Azorin* (número de inventario 35). Posible producto nacional, no aparece ningún lugar de Venta local, si aparece Sres. Blas Cuesta e Hijos, que son una droguería como venta al por mayor. A su vez para evidenciar la controversia de estos años, no tiene inconveniente en decir de “Venta en todas las Farmacias de España”.

NO MAS FISTULAS.

El que haga uso de los polvos antifistulosos Azorin, se convencerá de que sin necesidad de ninguna operacion, desaparecen por completo las Fistulas (Riñas) tanto lagrimales como las del ano, vias urinarias, etc.

Cada bote lleva prospecto para su uso.

De venta en todas las farmacias de España.

Agentes para la venta al por mayor, Sres. Blas Cuesta é hijos, Valencia.

Figura 426 . Anuncio polvos Antifistulosos Azorin.

Estas cuatro excepciones las ponemos en una tabla con las mismas características que las anteriores.

Tabla 23. Excepciones productos nacionales y extranjeros.

INV	TITULAR EXTRANJERO	PAIS	LUGAR VENTA GENERICO	VENTA LOCAL	DIAS
2	Scott & Browne [S.D.], Nueva York	Estados Unidos	En todas las boticas y droguerías	Vicente Ferrer y Cia Barcelona	49
2	Scott & Browne [S.D.], Nueva York	Estados Unidos	En todas las boticas y droguerías	[S.D.]	39
2	A N U N C I O NOTICIA	Estados Unidos	[S.D.]	[S.D.]	33
13	[S.D.][S.D.][S.D.]	España	Farmacia y Perfumerías	[S.D.]	70
16	[S.D.][S.D.][S.D.]	España	En todas las farmacias	[S.D.]	56
35	Azorin, [S.D.][S.D.]	España	En todas las farmacias de España	Blas Cuesta e hijos	38
T O T A L					285

En la estadística de los países de procedencia debemos restar esas tres excepciones que hemos configurado en España. Por tanto, de un total de 49 productos, son estrictamente extranjeros 46.

Veamos su distribución geográfica. Por ciudades los datos que obtenemos son: Paris con 36 en Francia. Vevey y Schaffhouse en Suiza. La ciudad de Kremsier en Austria. En Florencia para Italia, y Nueva York para los Estados Unidos de América.

- FRANCIA: 36.
- [S.D.] : 5.
- SUIZA :2.
- AUSTRIA:1.
- ESTADOS UNIDOS:1.
- ITALIA: 1.

Vamos a elaborar una Tabla con los productos extranjeros del país con mayor “presión publicitaria” que es Francia. Los titulares de los anuncios pueden ser fabricantes o distribuidores. En esta Tabla, no ponemos los laboratorios- productos de una sola unidad.

Tabla 24. Productos Franceses y número de anuncios

Nombre	Productos	Anuncios
Grimault & Cia	8	93
Fumouze-Albespeyres	4	65
J. Ferré	3	10
8, rue Vivienne	2	30
Dethan	2	70
TOTAL	19	268

Denotar el caso de Grimault & Cia, en algunos anuncios aparece como titular y en otros aparece enmascarado como distribuidor. Lo averiguamos porque la dirección postal (8, rue Vivienne) aparece en el faldón o cierre de algunas publicidades. Por tanto hay que proceder a su adición en Grimault & Cía, entonces se publicita con 10 productos y coloca 103 inserciones publicitarias.

En definitiva, en *El Mercantil Valenciano* hemos recogido 121 referencias de INVENTARIO que equivalen a 121 productos medicamentosos. Estos se han publicitado durante 3582 días, es decir, han generado 3582 inserciones publicitarias.

Tabla 25. Productos, Anuncios y distintos lugares venta .

	Productos	Anuncios
Productos Venta Local	41	1153
Productos Otro Lugar Venta		309
Excepciones	3	75
Productos Nacionales –Venta Local	10	256
Productos Nacionales-Venta Otros	18	407
Extranjeros- Lugar Venta Generico	35	913
Extranjeros- Lugar Venta Local	10	184
Excepciones Nacional	3	164
Excepciones Extranjero	1	121
T O T A L E S	121	3582

Nos interesan los tres tipos de Productos: Local, Nacional y Extranjeros. Conforme avanza la investigación hemos ido perfilando en cada tipo de producto diferentes subdivisiones. Para la elaboración de la nueva tabla vamos recuperar esos tres tipos:

- Productos LOCAL: $41+3=44$.
- Productos NACIONAL: $10+18+3=31$.
- Productos EXTRANJEROS: $35+10+1=46$.

Nos aparece la preponderancia en cantidad de los medicamentos de origen extranjero, seguido de cerca por los de producción local y después los de producción nacional.

Tabla 26. Frecuencia Anuncios distintos orígenes

	Productos	Anuncios	%
Productos Venta Local	44	1537	42,91
Productos Nacionales	31	827	23,09
Productos Extranjeros	46	1218	34,00
T O T A L E S	121	3582	100

Ahora bien ese predominio cualitativamente, es decir, por impactos publicitarios se modifica. Se observa que los Anuncios de Productos de Venta Local pese a ser menos cantidad, sin embargo publican más anuncios.

Si unimos los anuncios publicados de Productos Venta Local y los Productos Nacionales alcanzamos el 66% , casi duplican a los Productos Extranjeros. En el momento de la incipiente industrialización farmacéutica española, la invasión publicitaria de productos extranjeros, era previsible. Ya hemos indicado su procedencia mayoría es del país vecino, Francia. No solo por razones históricas de vecindad, sino por la presencia del “intermediario” C. A, Saavedra desde París.

La presencia de productos extranjeros persiste en el tiempo, en una publicación de un laboratorio pionero en la industrialización española, el Laboratorio del Norte de España, más conocido por el nombre de su fundador Cusí. Se trata de un catálogo de especialidades del citado laboratorio, dentro se encontraba una carta dirigida a los médicos titulada “La especialidad farmacéutica” de la Unión General de Productores de Especialidades Farmacéuticas de España. Reproducimos su comienzo “ En la Farmacia

Nacional se elaboran la mayor parte de las especialidades farmacéuticas que, hoy, nos vienen del extranjero”. La misiva tiene como fecha de publicación, noviembre de 1927.

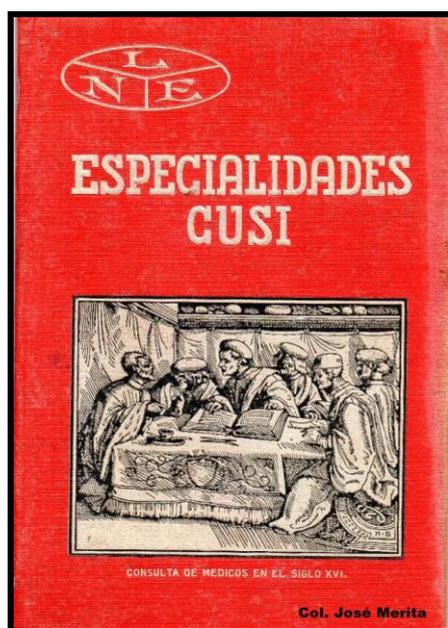


Figura 427. Catálogo Especialidades Cusi, 2ª ed. 1929.

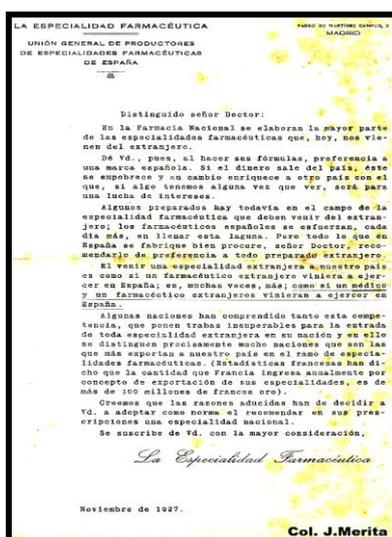


Figura 428. Carta encontrada interior catálogo Cusi.

La publicidad de productos en *Las Provincias*. Estadística descriptiva.

Estudio de la relación Título / Producto en *LP*

Empezamos elaborando una tabla de anuncios donde estudíamos si coincide el Título y el Producto medicamentoso anunciado. En la primera columna aparece el número de inventario (INV), como Título aparece el “titular “ de la publicidad y como Producto su denominación habitual. La columna de Días se refiere al número inserciones publicitarias.

Tabla 27. Anuncios con Título y Producto coincidentes.

INV	TITULO	PRODUCTO	DIAS
1	Píldoras y Ungüento Holloway	Píldoras y Ungüento Holloway	150
2	Enolaturó Zarza-Costas	Enolaturó zarza-Costas	81
3	Zarza-Costas	Zarza-Costas	78
6	Emulsión Angulo	Emulsión Angulo	74
9	Jarabe Laroze	Jarabe Laroze	69
12	Agua azahar, triple,garantizada	Agua azahar,triple,garantizada	57
14	Licor del Polo deOrive	Licor del polo de Orive	56
15	Licor Brea Costas	Licor Brea Costas	55
17	Enolaturó Zarza-Costas	Enolaturó zarza-Costas	52
18	Hierro Quesada	Hierro Quesada	51
19	Píldoras y Ungüento Holloway	Píldoras y Ungüento Holloway	50
20	Píldoras del doctor Dehaut	Píldoras del Dr. Dehaut	50
21	Píldoras de Blancard	Píldoras de Blancard	49
24	Grajeas Saez	Grageas Saez	47
25	Salva-niños de torrero	Salva-niños Torrero	47
26	Emulsión de Scott	Emulsión de Scott	46
27	Aceite Hígado Bacalao de Chevrier	Aceite Hígado Bacalao	44

29	Papel Rigollot	Papel Rigollot	43
30	Jarabe con la tos	jarabe contra la tos de Andrés y Fabiá	42
31	Jarabe de Ioduro de Hierro inalterable de Sanchez	Jarabe de Ioduro de Sanchez	41
33	Agua de melisa de los carmelitas descalzos	Agua de melisa de los carmelitas descalzos	40
34	Emulsión de Scott	Emulsión de Scott	38
37	Compia Liebig	Extracto de carne Liebig	34
38	La Veloutine	La Veloutine	33
39	Agua Azahar Triple	Agua de Azahar Triple de Pablo fournet	31
40	Harina Lacteada	Harina Lacteada H. Nestlé	31
41	Emulsión Quesada	Emulsión Quesada	28
42	Hierro de Quevenne	Hierro de Quevenne	27
45	Caldo Cibils Instántaneo	Caldo Cibils	25
46	Crema de Bismuto Andrés y Fabia	Crema Bismuto Andrés y Fabiá	25
47	Vino Peptona Catillon	Vino Peptona Catillon	24
48	Agua , Polvos y Pasta Dentrificos	Agua y polvos dentrificos Docteur Pierre	23
50	Papier Wlinsi	Papier Wlinsi	22
51	Solución Cases	Solución Cases	22
52	Emulsión Costas	Emulsión Costas	20
54	Aceite Hígado Bacalao de Hogg	Aceite Hígado Bacalao Hogg	19
55	Enosótero	Enósotero	19
56	Carne cruda en polvo	Cubero Roure,químicos)	18
57	Emulsión Quesada	Emulsión Quesada	18
59	Vino de Carne de Vaca y Hierro	Vino carne de Vaca Quesada	17
60	Emulsión Costas	Emulsión Costas	17
61	Sedlits Granular de Costas	Sedlits Granular Costas	17
62	Pasta Pectoral,cigarrillos balsámicos y papeles azoados	Pasta Pectoral,cigarrillos balsámicos y papeles azoados Dr. AndreuPasta Pectoral del Dr. Andreu	17
66	Papel del Pobre Hombre	Papel del Pobre hombre	16
69	Inyección Raquin	Inyección Raquin	15
70	Píldoras restauradoras	Píldoras Restauradoras Dr. Formiguera	15
71	Salva-niños de Torrero	Salva-niños Torrero	15
73	Esencia de Zarparrilla	Esencia de Zarparrilla concentrada de Andrés y Fabiá	15
75	Agua Balsámica	Agua Balsámica de Andrés y Fabiá	15
76	Magnesia Doble Efervescente o aérea	Magnesia Doble de D.J. Andrés y Fabiá	15

78	Carne cruda en polvo	Cubero Roure(Químicos)	14
79	Vino de Bugeaud	Vino de Bugeaud	14
80	Vino de Bugeaud	Vino de Bugeaud	14
81	Depilatorio	Depilatorio de D.J.Andrés y Fabiá	14
82	Bombones de goma,brea y bálsamo del Tolú	Bombones de goma,brea y bálsamo del Tolú	14
83	Agua y polvos Dentríficos	Agua y polvos dentríficos del Docteur Pierre	14
85	Papel higiénico	Papel higiénico para el retrete	13
86	Brea Quesada	Brea Quesada	13
88	Vino y Jarabe de Dusart	Vino y Jarabe de Dusart	12
89	Jarabe de Quina y Hierro	Jarabe de Quina y Hierro de Grimault y C ^a	12
90	Elixir Digestivo de Pepsina	Elixir Digestivo de Pesina de Grimault y C ^a	12
92	Vino de Peptona Pepsica de Chapoteaut	Vino de Peptona Pepsica Chapoteaut	11
93	Hierro Leras	Hierro Leras	11
94	Sándalo de Midy	Sándalo de Midy	11
95	Tintura Veneciana	Tintura Veneciana	11
96	Pomada Kloguer	Pomada Kloguer	11
97	Cápsulas Thevenot	Cápsulas Thevenot	11
98	Jarabe de Pagliano legitimo	jarabe laxante-depurativo	10
100	Quinina de Pelletier	Quinina de Pelletir	10
101	Jarabe de rábano iodado	Jarabe de Rabano iodado de Grimault y C ^o	10
102	Pastillas Dr. Andreu	Pastillas Dr. Andreu	10
103	Jarabe Labelonye,Grageas Gelis y Ergotina Bonjean	Tres Productos	9
104	Tintura Alemana	Tintura Alemana	9
105	Infalibles Especificos	Infalibles Especificos	9
106	Licor de Brea Alomar	Licor de Brea Alomar	9
107	Purgante Andres y Fabiá	Purgante Andres y Fabia	9
108	Contra-Eruptivo Andrés y Fabiá	Contra- Eruptivo Andrés y Fabia	9
113	Pectoral Balsamico Alomar	Pectoral Balsámico Alomar	8
114	Píldoras de Brandreth	Píldoras de Brandreth	7
116	Jarabe Pagliano	Declaracion	6
117	Papel de Albespeyres	Papel de Albespeyres	6
121	Quinina Dulce	Quinina Dulce	5
123	Vejigatorio de Albespeyres	Vejigatorio de Albespeyres	5
126	Emplastos porosos de Allcock	Emplastos porosos de Allcock	5
127	Papel Mostaza Alomar	Papel Mostaza Alomar	5

128	Solución Alomar	Solución Alomar de Clorhidro-Fosfato de Cal	5
129	Jarabe de Quina Ferruginoso	Jarabe de Quina Ferruginoso Alomar	5
130	Papel y Cigarros de Gicquel	Papel y Cigarros de Gicquel	5
132	Vejigatorio de Albespeyres	Vejigatorio de Albespeyres	4
133	Grageas Depurativas	Grageas Depurativa Dr. Gibert	4
134	Peptonoide de Carnrick	Peptonoide de Carnrick	4
135	Pastillas de varias clases	Pastillas de varias clases	4
136	Aceite Peptonizado de Hígado Bacalao con leche de Carnrick	Aceite Peptonizado de Hígado Bacalao	4
137	Jarabe de Rabano Yodado	Jarabe rabano yodado Alomar	4
138	Vino Quesada con coca de Perú	Vino Quesada con coca de Perú	3
139	Papel de Albespeyres	Papel de Albespeyres	3
140	Emulsión Scott	Emulsión Scott	3
141	Flor de NARANJO	Flor de naranjo	3
142	Microbicida abortivo	Microbicida abortivo de fiebre tifoidea(tifus)de F. Urgell	3
145	Maltina de Carnrick	Maltina de Carnrick	3
147	Hierro Bravais	Hierro Bravais	3
149	Grageas Depurativas Ioduradas	Grageas Depurativas Ioduradas del Dr. Gibert	2
150	Grageas Depurativa Ioduradas	Grageas Depurativa Dr. Gibert	2
152	Emulsión Costas	Emulsión Costas	2
153	Veritable Liqueur Benedictine	Licor Benedictine	2
154	Injection Brou	Injection Brou	2
155	Pastillas Geraudel	Pastillas Geraudel	2
157	Emulsión Costas	Emulsión Costas	1
161	Roy Boyveau Laffeteur	Roy Boyveau Laffeteur	1
162	Vino Ferruginoso Aroud	Vino Ferruginoso Aroud	1
163	Vino Aroud con Quina	Vino Aroud con Quina	1
164	Hierro Bravais	Hierro Bravais	1

De un total de 164 anuncios de productos coinciden en sus Titulos 112 que representa un 68,29 %.

Ahora presentamos una Tabla donde están los anuncios donde no coincide el Titulo con el Producto anunciado. Como se ha comentado este tipo de publicidad significa los inicios de una promoción comercial,

buscando la atención del lector. En este caso los títulos no coincidentes con los productos son 52 y equivale a un 31,71%.

Tabla 28. Título y producto no coincidente.

INV	TITULO	PRODUCTO	DIAS
4	Dolor de Muelas	Nueva Kemnisa Domenech	78
5	Curación del Garrotillo(Croup)	Poción Bru	74
7	Gran remedio para la boca	Elixir Español	73
8	Cura los callos	Callicida Escrivá	70
10	Enfermedades de la boca	Pastillas Nielk	63
11	Las Enfermedades Secretas	Grajeas del Dr. Bouchut	62
13	Asma	Cigarrillos Espic	57
16	Teñirse	Agua del Canadá	55
22	Gota y Reumatismos	Licor y Píldoras Dr. Laville	49
23	Sello Garantía	Píldoras Doctor Dehaut	48
28	Tercianas	Píldoras Antifebrífugas Dr. Ramo y Licenciado Obon	44
32	Tos,Catarro,Asma	Pectoral de Costas	40
35	Enfermedades del Estomago	Pastillas y polvos Paterson	35
36	Garganta Voz y Boca	Pastillas de Dethan	34
43	Dad Hierro	Hierro Bravais	26
44	Las personas debilitadas	Hierro Bravais	25
49	Lombriz solitaria	Glóbulos Secretan	23
53	Gota,Piedra, Reuma	Litina Ch- Le Perdriel	19
58	Gran Remedio	Píldoras de Arabia	18
63	Ojos	Pomada Anti-Oftálmica del Dr. Fuster	17
64	Flujos	Grageas Saez	16
65	El mejor refresco	jarabes diferentes	16
67	Gran remedio para la Boca	Elixir del Dr. Gutler	15
68	Enfermedades Secretas	Capsulas Raquin	15
72	Grietas,Fuegos,Sabañones	Crema Simon	15
74	Sarampión,Rosa y Escarlatina	Contra-eruptivo de Andrés y Fabiá	15
77	La salvación de los niños	Zahnerina	15
84	La Tos	Pastillas pectorales y calmantes del Dr. Marqués	13
87	Asma	Cigarrillos Indios	12
91	Jarabe de savia de pino	Jarabe Lagasse	11

	maritimo		
99	Enfermedades del pecho	Jarabe hipofosfito de Cal	10
109	Gabinete Médico Norteamericano	Varios Productos	9
110	No mas enfermedades de Dientes	Elixir Dentifrico RR.PP .Benedictinos	8
111	Reuma	Bálsamo Dabay	8
112	Médico especialista en las enfermedades de las mujeres, el más notable de Europa	Jarabe emenagogo Raciborski	8
115	Dolor muelas	Bálsamo del Brasil	6
118	Estómago	Polvos Antigastrálgicos Garcia Zaonero	6
119	Difteria (Crup)	Fumigatorio y Pulverización Makencie	6
120	Sin tomar medicinas interiormente	Específico Dr. Abad	6
122	El alimento del pueblo	Segunda remesa de Sopa	5
124	A las madres	Regenerador Lacteo Dr. Fernandez	5
125	Asma	Tubos y capsulas de Terebena del Dr. Costas	5
131	El primer día del invierno	Pastillas Geraudel	5
143	Dolores	Papel del Pobre hombre	3
144	Importante a las Madres y Nodriza	Alimento soluble de Carnrick	3
146	Afecciones del pecho	Jarabe hipofosfitos de cal y sosa	3
148	Las madres y los niños	jarabe de lactofosfato del doctor Quesada	2
151	Asma y Costipados	Papel y Cigarros de Gicquel; Jarabe y Pasta de Gicquel	2
156	Febrifugo Infantil Santoyo	Quinina Dulce	1
158	A los enfermos del estomago	Polvos Antigastrálgicos de Romeo	1
159	Tos	Pastillas de la Ermita	1
160	Calenturas, Inapetencia, Debilidad	Chocolate y Febrifugo infantil Santoyo	1

Estudio de la publicidad y lugares de venta en LP

Hemos elaborado una tabla que requiere una serie de explicaciones. Estamos valorando anuncios de producción local, donde se asocia al nombre del producto el del elaborador. Normalmente en el TITULAR aparece esa asociación y luego en la parte baja del anuncio aparece la dirección. La sistemática que hemos seguido para la realización de la tabla ha sido, en el epígrafe de **VENTA LOCAL** colocamos el nombre del establecimiento, dirección y población. Analicemos cada apartado por separado para evitar equívocos:

- Por nombre del establecimiento entendemos debe figurar el tipo de establecimiento (farmacia, droguería, depósito...) y el nombre de su titular.
- En la dirección, debe figurar el nombre de la calle y su número. Sin embargo algunas veces, no figura el número de la calle, en otras se indica un monumento de referencia cómo : “frente al caballito de San Martín”.
- La población se silencia, por una razón “publicitaria”, muchos anuncios de los reseñados en este apartado carecen del dato de población, unas veces lo publican y otras no, como dando a entender que el lector lo conoce.
- Referencias a la ubicación del establecimiento. Entonces salvo las excepciones, todos los establecimientos son dados como población en la ciudad de Valencia.

Establecimiento		Dirección	
T i p o	Titular	C a l l e	número
<i>Farmacia</i>	<i>[S. D.]</i>	<i>San Vicente,</i>	<i>22</i>

Este epígrafe, desde el punto de vista compositivo, suele figurar en la parte baja del anuncio. Pero a veces, falta algun elemento como en el caso de la *Pomada Anti-Óftalmica del Dr. Fuster*.

OJOS.
POMADA ANTI-OFTALMICA
DEL DR. FUSTER.

Esta pomada hace bastantes años se espande en mi farmacia con el nombre de pomada de la Viuda; su beneficioso empleo es conocido en todo el reino de Valencia para combatir las oftalmias parpebrales crónicas, queratitis vasculares, manchas de la córnea, ulceraciones intercalares, en las erupciones herpéticas y en todas las inflamaciones de los párpados.

Tambien se aplica con gran éxito en fricciones para combatir las herpes en cualquier parte del cuerpo.

Precio: caja, un real.—Docena de cajas, 10 rs.

Farmacia y laboratorio químico, calle del Mar, 47, y Avellenas, 1.

En el mismo establecimiento hay un surtido completo de toda clase de bragueros, suspensorios, pesarios y demas objetos de goma.

Figura 430. Anuncio sin denominación de Titular (número inventario 59).

La Farmacia de Andrés y Fabiá compone los textos de sus anuncios con varias tipologías:

- Farmacia Andrés y Fabiá, “frente al Caballito de San Martín”.(Figura 431).
- Farmacia frente al Caballito de San Martín y bajo pone la dirección (San Vicente,22) y abajo vuelve a poner lo del principio. (Figura 432).
- Farmacia frente al Caballito de San Martín. (Figura 433).

Desconocemos las razones de estos desvarios compositivos. Por un lado, al leer el anuncio podemos ser comprensivos, se asocia el nombre del producto que aparece unido al del elaborador, a la farmacia que se anuncia más abajo. Pero cuando se omite la dirección, y se recurre a una referencia urbana como “frente al Caballito de San Martín”. Hemos pensado que era un recurso para lectores analfabetos, que no pueden leer las placas del callejero. Ante esta situación tomamos la decisión de considerar, “Frente al caballito de San Martín” como los epígrafes de calle y número.



AGUA BALSÁMICA
de Andrés y Fabiá,

Para conservar la dentadura en estado de salud perfecta.

Por la acción tan notable que posee este medicamento, se robustecen las encías, se calman los dolores que se originan en ellas, deja una grata sensación de frescura en la boca, hace desaparecer el mal olor, impide la formación de sarro/caries, las úlceras y las fluxiones, es un preservativo contra el escorbuto, guarda la dentadura, en una palabra, en estado de salud perfecta.

PRECIO DEL FRASCO, 6 Y 10 REALES

Farmacia de Andrés y Fabiá, frente al Caballito de San Martín --Valencia.

Figura 431. Primer ejemplo .

FARMACIA FRENTE AL CABALLITO DE SAN MARTIN,
CALLE DE SAN VICENTE, 22, VALENCIA.

Crema de bismuto de ANDRÉS y FABIA,

farmacéutico premiado por el colegio de la facultad de Madrid.

Este remedio de fácil administración, y cuyo sabor no es desagradable, posee la virtud de hacer desaparecer rápidamente:

- Las diarreas simples.
- Las diarreas con estrias sanguinolentas.
- Las diarreas de sangre ó enterorragias.
- Las diarreas que preceden al cólera.
- Las diarreas de los niños en sus diferentes manifestaciones
- La enterocolitis ó desarrollo de gases en el estómago.

Empléese también para fortalecer los estómagos que, á consecuencia de haber sufrido el cólera, no desempeñan sus funciones con regularidad.

Se vende esta medicina en elegantes botes esmerilados, para que su conservación sea indefinida.

FARMACIA FRENTE AL CABALLITO DE SAN MARTIN, VALENCIA.

Figura 432. Segundo ejemplo.

ESENCIA DE ZARZAPARRILLA
CONCENTRADA

De Andrés y Fabiá,

farmacéutico premiado por el Colegio de la facultad de Madrid.



El objeto de este producto farmacéutico es proporcionar en un volumen muy reducido una gran cantidad de los principios atemperantes y depurativos de la zarzaparrilla y demás leños sudoríficos que entran también en su composición. Treinta gotas de la esencia mezcladas con un cazo de agua azucarada, son suficientes para formar un agradable refresco evita el tener que hacer un cocimiento de zarza y beber del mismo, originándose frecuentemente indigestiones ó náuseas de estómago. Es un excelente atemperante, y además de emplearse contra la sífilis, los herpes y demás erupciones cutáneas, lo usan ya en el día hasta las personas más sanas, para templar la fuerza y crasitud de la sangre.

Precio del frasco, 4 reales.

Farmacia frente al caballito de San Martín.--Valencia.

Figura 433. Tercer ejemplo.

Realizadas estas observaciones pasemos a ver los distintos apartados de Productos Locales / Venta Local, Productos Nacionales / Venta Local y Productos Extranjeros / Venta Local.

Productos Locales/ Venta Local

Tabla 29. Farmacias con Venta local en LP

INV	VENTA LOCAL	OTRO LUGAR	DIAS
2	Farmacia de Costas, Sombrerería,5 botica		133
5	[S.D.][S.D.][S.D.][S.D.]		78
16	Farmacia de Costas,Sombreria,5		60
20	Farmacia Costas,Sombrereria,5 .		55
22	[S.D.]Dr.Quesada,pl. Merced,7		51
26	[S.D.]Dr.Quesada,pl.Merced,7.		46
30	farmacia Andrés y Fabiá.San Vicente 22.		42
31	Botica D. Rosendo Sanchez,calle Cuarte,[S.D.]		41
32	Farmacia Costas,Sombrereria,5 .	Aliño,plaza Cajeros y Calatrava,Lucia las Barcas	40
33	Farmacia Costas,Sombrerería,5.		40
45	Farmacia [S.D.] [frente al caballito de san Martin]San Vicente,22		25
47	Farmacia de Andrés y Fabiá,frente Caballito de San Martin.		24
49	Farmacia Dr. Quesada,plaza Merced,7 ,Valencia		23
57	Farmacia y Jaraberia de la Trinidad,del Dr. Quesada,pl.Merced,7		17
58	Farmacia Costas,Sombrerería,5 .		17
60	Farmacia y laboratorio químico, [S.D.]calle del Mar,47 y Avellanas,1		17
62	Botica y jaraberia de la Trinidad,del Dr.Quesada, pl Merced,7		16
69	Farmacia de Andrés y Fabiá.frente Caballito de San Martin.		15
70	Farmacia de Andrés y Fabiá,frente Caballito de San Martin.		15
71	Farmacia [S.D.] frente al caballito de San Martin-		15
74	Farmacia [S.D.] frente al Caballito de San Martin,[S.D.]		14
75	Farmacia D. José Garcia Royo,pl.Congregación,72		14
99	[S.D.]J.Andres y Fabiá. San Vicente,22.		9

109	Farmacia Zaonero, San Vicente,121.		6
115	Farmacia de Costas,Sombrerería,5.		5
121	Farmacia de Costas,Sombrerería,5.		4
123	[S.D.]Dr. Quesada,pl.Merced,7		3
127	[S.D.] Dr. Quesada,plaza Merced,7 .		3
128	[S.D.]Dr. Quesada,pl. Merced,7		2
TOTAL			830

En esta tabla aparecen 29 productos de Venta Local y se han publicado un total de 830 inserciones publicitarias.

Tabla 30. Relación Anuncios Locales y Otro lugar de venta

Venta LOCAL	Productos	Anun. LOCAL	Anun. OTRO LOCAL
ANDRES Y FABIÁ	8	159	
COSTAS	9	413	19
DR. FUSTER	1	17	
GARCIA ROYO	1	14	
[GARCIA] ZAONERO	1	6	
Dr. QUESADA	8	161	
ROSENDO SANCHEZ	1	41	
TOTALES	29	811	19

De la tabla sacamos la siguiente información : 7 farmacias valencianas con 29 productos diferentes promueven 830 (811+19) anuncios publicitarios. Como nos interesa conocer el impacto de los anuncios de Venta en Otro Local, ya que puede ser un indicador de la expansión del producto, originando mayores ventas y a su vez la creación de una red clientelar. Solo hay un producto que anuncia su venta en otras locales , que son farmacias y de Valencia. El producto es la Emulsión Costas (LP nº 32), que compite con uno de los productos líderes en el momento como la Emulsión de Scott. De los 40 anuncios que se publican de ese producto solo 19 reclamos tienen el añadido de esas otras farmacias y 21 se anuncian solo como Farmacia Costas.

Tabla 31. Porcentaje Anuncios Venta Local y Venta Otros Lugares .

	Productos	Anuncios	%
Anuncios Venta Local	29	811	97,71
Anuncios Otro Lugar Venta		19	2,29
T O T A L E S	29	830	100

De esta tabla podemos confirmar que la publicidad asociada a un lugar de venta local es mayoría con un 97,71%. El esfuerzo de hacerlo extensivo a otras poblaciones no existe, y solo en el ámbito de la ciudad con un 2,29%. Se trata más de cierto prestigio que de eficacia comercial.

Productos Nacionales / Venta Local

Tabla 32. Productos Nacional y Lugares venta local

INV	LUGARES VENTA LOCAL	Anuncios Productos Nacional
7	Farmacia Dr. Quesada,plaza de la Merced,7	74
14	[S.D.] I.Costas,Sombrería,5	62
28	Botica[S.D.] Tros-Alt,56	44
34	Botica D.Rosendo Sanchez,calle Cuarte.[S.D.]	40
54	Farmacia D. José García Royo,pl.Congregación,72	19
55	Farmacia Costas,Sombrería,5	18
72	farmacia D.Jose Garcia Royo,pl. Congregación,72	15
73	Perfumeria Puig,Bajada San Francisco,4	14
77	farmacia D.Jose Garcia Royo,pl. Congregación,72	13
108	[S.D.]Dr.Quesada,pl.Merced,7	6
124	Farmacia Andrés y Fabiá,San Vicente,22	3
132	Farmacia D. José García Royo, pl.Congregación,72	1
T O T A L I N S E R C I O N E S		309

Entre los productos nacionales controvertidos tenemos los casos siguientes:

- *Emulsión Angulo* (número inventario 8) que parece ser un producto comercializado al por mayor por una droguería y elaborado por un “farmacéutico”. A su vez se anuncia venta local en la farmacia de Andrés y Fabiá. No será que dado que es un producto de gran venta, la emulsión de aceite de bacalao. Haya un “farmacéutico” Angulo o como se llame que lo fabrique para la droguería y esa lo venda al por mayor.
- *Tintura Alemana* (número inventario 73) y *Tintura Veneciana* (número inventario 86) son dos productos que son distribuidos por perfumerías.
- *Nueva Kemnisa Domenech* (número inventario 6) es un producto que se vende en todas las boticas, después pone una serie depósitos. Entre ello aparece una farmacia Domenech, que damos como titular del producto y las otras como depósito.



Figura 434. Anuncio de Emulsión Angulo.

Otra publicidad nos revela la identidad del señor Angulo. En la publicación órgano de Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid, *La Farmacia Española* en su número 52 de 30 de diciembre de 1886, aparece un anuncio de la “Emulsión Angulo” donde nos confirma que su autor es un farmacéutico de Vitoria.

Llama la atención que en una publicación corporativa no se oculte el contencioso “Droguería-Botica”. Los lugares de venta son al por mayor, por

el trabajo de investigación son conocidos los almacenes de Melchor Garcia en Madrid y la Sociedad Farmacéutica Española. En el caso de la Habana una droguería como ocurre en Valencia. La venta al por menor en “todas las farmacias de España y Ultramar”.

EMULSION ANGULO

DE ACEITE PURO DE HÍGADO DE BACALAO
con hipofosfito de cal y sosa

Medicamento agradable á la vista y al paladar: de la bondad y seguridad de sus efectos para la curación del raquitismo, tuberculosis incipiente, catarros bronco-pulmonales y escrófulas, son eficaz garantía las certificaciones médicas que acompañan á cada prospecto, pues todos los concienzudos médicos que las firman la han usado repetidas veces prefiriéndola siempre á sus similares extranjeros. Se están repartiendo circulares á los médicos de toda España y anunciándose en los periódicos de Madrid y provincias, habiendo alcanzado un número respetable los pedidos en el poco tiempo que lleva de propaganda.

Venta al público, 10 rs. frasco.

Por mayor: farmacia del autor, Vitoria.
Madrid, D. Melchor García.

Barcelona, Sociedad farmacéutico española.
Santiago, Vázquez y Compañía,
Habana, Droguería la Reunión.

Por menor, en todas las farmacias de España y Ultramar.

Figura 435..Anuncio de *La Farmacia Española* (30-12-1886) pp. 829.

DOLORES DE MUELAS
NUEVA KEMNISA
DOMENECH

TÓPICO DENTARIO INEFABLE

UNICO QUE CALMA LOS DOLORES DE MUELAS

MARCA DEPOSITADA

La NUEVA KEMNISA calma en el acto el dolor por fuerte que sea; evita la cáries, el escorbuto, los sarros y mal gusto de boca; hace desaparecer la congestión de la encía, principio siempre de flemosos dolorosos; dá consistencia y flexibilidad á las encías, asegurando los dientes en sus alveolos; deja fresca la boca, comunica grato olor al aire espirado, y es completamente inofensivo su uso, pues no quema ni obstruye el esmalte dentario.

A cada frasco acompañan pinzas y algodón preparado para su aplicación.

Precio: 10 reales frasco.

De venta en todas las boticas. —Depósitos: Madrid, M. Garcia, Tetuan, 15.—Barcelona, Hijos de Vidal y Rivas y Sociedad Farmacéutica Española. Valladolid, Domenech. — Valencia, Viudado Rives, Mercado, 40; Andrés y Pabá, San Vicente, 22.

Figura 436. Anuncio Nueva Kemnisa Domenech.

Indicar la aparición de los elaboradores Alomar & Uriach con diversos anuncios, y que no se anuncian en el otro rotativo estudiado. Como curiosidad social insertamos un anuncio de un producto higiénico que se vende una farmacia.



Figura 437. Anuncio Papel higiénico.

Tabla 33. Producto Nacional y Venta Local y Otros sitios

INV	PRODUCTO NACIONAL	VENTA LOCAL y OTROS	DIAS
6	Domenech [S.D.]Valladolid	Andrés Fabiá y Rives (Valencia),M. García(Madrid) Vidal y Rivas,Sociedad Farmacéutica Española (Barcelona)	78
8	Drogueria de San Antonio,Blas Cuesta e Hijos [S.D.]	Andrés y Fabiá	74
10	Sociedad Farmacéutica Española[S.D.] Barcelona	Véndese en las principales farmacias	70
12	Dr.Saez, Rambla Canaletas,5-1º BARCELONA	Dr.Andrés y Fabiá,Dr.Greus,Dr. Aliño,Dr.García,Dr. Rives,Dr. Valiente,	63
18	Farmacia Orive,Ascaso,7 Bilbao	Farmacia Besalduch [S-D.]	56
21	Farmacia General ,Pontejos,6,MADRID	Costas,Sombrereria,5	55
40	Cubero Roure [S.D-]	Farmacia Dr.Aliño pl.Cajeros. Al por mayor Francisoc Raffi	14
40	Cubero Roure [S.D.]	B.Aliño,A. Aliño,I. Costas,R. Sanchez,M.Marin,A. Royo.Al por mayor Francisco Raffi	18
41	[S.D.][S.D.]	Droguerias(13),Ultramarinos (12) y Farmacias (6)	31
51	Farmacia Sr-Aviñó,pl Lana,11,Barcelona	Sociedad Farmacéutica Española,Barcelona	22
55	[S.D.]Sres. Alomar y& Uriach,Moncada,20,Barcelona	Blas Cuesta e Hijos	19
59	Dr Andreu, [S.D.] BARCELONA	En principales Farmacias España,América, así como Inglaterra,Francia,Italia y Portugal	17

67	G.Formiguera y C ^a ,Tallers,22,BARCELONA	[S.D.]	15
76	Farmacia Dr. Marqués,Hospital,109,Barcelona	Farmacias de Andres y Fabiá y P. Chiarri	13
86	[S.D.] [S.D.],Mayor,56,Madrid	[S.D.]Bajada San Francisco,8 Valencia	11
92	Dr. Andreu,Aragon,313 y Rambla Cataluña120-122,Barcelona	[S.D.]	10
96	Instituto Médico-Celular,[S.D.] Barcelona	Por Correo	9
97	Alomar & Uriach,Moncada,20 Barcelona	De venta en todas las farmacias	9
98	Alomar&Uriach,Moncada,20,Barcelona	De Venta en todas las farmacias	9
100	Gabinete Médico Norte-Americano,Montera,33,1º,MADRID	Véndese en las acreditadas farmacias y droguerías del mundo	9
102	Dr. Abad,,Pacífico,13 MADRID .	[S.D.]	8
104	Dr.Santoyo [S.D.]Linares,Jaen	Farmacias Fabiá y Greus	7
111	Dr. Abad,Pacífico,13,MADRID	Por correo.	6
112	Alomar &Uriach,Moncada,20,Barcelona	De Venta en todas las farmacias	6
113	[S.D.] Plaza Mercado,17,Valencia	Tiendas de especias y ultramarinos	5
114	Dr Fernandez[S.D.] [S.D.]	En todas las farmacias de España y Drogueria San Antonio,Valencia	5
117	Alomar& Uriach,Moncada,20,Barcelona	De Venta en todas las farmacias	5
118	Alomar & Uriach,Moncada,20,Barcelona	De Venta en todas las farmacias	5
119	Alomar&Uirach,Moncada,20,Barcelona	De Venta en todas las farmacias	5
131	Dr. Romeo, [S.D.]Valladolid	En las principales farmacias.Melchor Garcia (Madrid)	1
TOTAL INSERCIONES			655

Tenemos el caso de *Carne Cruda en Polvo*, (número inventario 40) con 32 inserciones publicitarias. Como en otros casos, aparece en dos formatos publicitarios, donde el cambio se produce a nivel de los distribuidores, introduciendo nuevos en la siguiente publicidad, manteniendo lo demás igual. Entonces lo separamos según el número de anuncios publicados en cada versión.

CARNE CRUDA EN POLVO.
CUBERO ROURE (QUIMICOS).
(Con patente de invención.)

Alimento indispensable á las personas débiles ó desnutridas, ordenado con éxito creciente por las principales notabilidades médicas para la curación de la tisis, escrófulas, raquitismo, anemia dispepsias, gastralgias, úlceras del estómago y de los intestinos, diarreas crónicas y afecciones encefálicas: como superior, por sus resultados positivos, á todos los reconstituyentes alimenticios y medicamentos conocidos hasta el día.

DE VENTA, FARMACIA DEL DR. ALIÑO, PLAZA DE CAJEROS, NÚM. 6.
Unico depósito en Valencia para la venta al por mayor, D. Francisco Raffi, plaza de Santa Catalina, núm. 17.

Figura 438. Primera versión anuncio Cubero Roure .

CARNE CRUDA EN POLVO.
CUBERO ROURE (QUIMICOS).
(Con patente de invención.)

Alimento indispensable á las personas débiles ó desnutridas, ordenado con éxito creciente por las principales notabilidades médicas para la curación de la tisis, escrófulas, raquitismo, anemia dispepsias, gastralgias, úlceras del estómago y de los intestinos, diarreas crónicas y afecciones encefálicas: como superior, por sus resultados positivos, á todos los reconstituyentes alimenticios y medicamentos conocidos hasta el día.

De venta en las farmacias de D. Bernardo Aliño, plaza de Cajeros, 6; don Albino Aliño, plaza de Calatrava, 22; D. Ignacio Costas, calle de la Sombrerera, 5; D. Rosendo Sanchez, calle de Cuarte, 46; D. Mariano Marin, calle Sagrario de San Francisco, 25; D. Adolfo Royo, calle del Puerto, 1.

Unico depósito en Valencia para la venta al por mayor, D. Francisco Raffi, plaza de Santa Catalina, núm. 17.

Figura 439. Segunda versión anuncio Cubero Roure.

Productos Extranjeros / Venta Local

Tabla 34. Titular Extranjero, País y Lugar venta generico

INV	TITULAR EXTRANJERO	PAIS	LUGAR DE VENTA GENERICO	DIAS
3	Dr. Dehaut, [S.D.], Paris	Francia	[S.D.]	98
19	Boutron y Cia, 40 calle Saint-Lazare, Paris	Francia	En todas las farmacias	55
24	Blancard, Farmaceutico Paris, calle Bonaparte, 10	Francia	[S.D.]	49
25	Comar, Farmac, 23, calle Saint -Claude, Paris.	Francia	Depósito en todas las	49

			principales farmacias	
27	Chevrier, rue du Faubourg-Montmartre,21.Paris.	Francia	En todas las farmacias	44
29	Rigollot,24 avenue Victoria,Paris.	Francia	Se vende en Pharmacias	43
35	Dr. Pierre,8, place de L'Opera, Paris.	Francia	Venta en todas las droguerías y perfumerías	37
36	Adh.Dethan,farmacéutico[S.D.] Paris	Francia	[S.D.]	35
37	Adh.Dethan,farmacéutico[S.D.] Paris	Francia	[S.D.]	34
39	Charles Fay,9 rue de la Paix.Paris	Francia	en todas las Farmacias,Perfumerías y Peluquerías	33
42	Henri Nestlé, [S.D.] Vevey(Suisse).	Suiza	Véndese en las buenas farmacias,droguerías y ultramarinos.	31
43	P. Lebeault y Cia, 5,rue Bourg-l'Abbé, Paris.	Francia	Se halla en las principales boticas	28
44	Farmacia Em. Genevoix,14 rue des Beaux-Arts, Paris	Francia	[S.D.]	27
46	[S.D.] Bould.St.Martin,3 ,Paris	Francia	en todas las Farmacias	24
50	[S.D.],31 rue de Seine,Paris	Francia	depósito en todas las farmacias	22
52	Le Perdriel,11 rue Milton.Paris	Francia	Véndese en todas las Farmacias.	19
53	Hogg,farmacéutico,rue Castiglione,2,Paris.	Francia	en las principales farmacias.	19
63	Seguin,Rue Huguerie,3 Bordeaux	Francia	Hallase en todas las buenas Perfumerías,Farmacias y Droguerías del globo	16
65	Fumouze-Albespeyres,78,Faubourg St.Denis,Paris.	Francia	en todas las Farmacias del globo	15
66	Fumouze-Albespeyres,78,Faubourg St.Denis,Paris.	Francia	en todas las Farmacias del globo	15
78	Grimault y Cia [S.D.]París	Francia	Depósito en principales boticas y droguerías	12
79	Grimault y Cª, 8 rue Vivienne, Paris	Francia	Venta en principales farmacias y droguerías	12
80	Grimault y Cia [S.D.]París	Francia	Depósito principales farmacias y droguerías	12
81	Grimault y Cª, 8 rue Vivienne, Paris	Francia	Venta en principales farmacias y droguerías	12
82	Grimault y Cª, 8 rue Vivienne,Paris	Francia	Venta en principales farmacias y droguerías	11
83	[S.D.],8 rue Vivienne ,Paris	Francia	En principales Farmacias y Droguerías	11
84	[S.D.],8 rue Vivienne, Paris	Francia	En principales Farmacias y Droguerías	11
85	, Midy[S.D.][S.D.]	Francia	Depósito en las principales	11

			Farmacias	
89	Grimault y Cia [S.D.]París	Francia	Venta en principales farmacias y droguerías	10
90	[S.D.],8 rue Vivienne,Paris	Francia	En las principales farmacias de España	10
91	Grimault y Cia [S.D.]París	Francia	Depósito en principales Farmacias y droguerías	10
93	Fumouze-Albespeyres,78,Faubourg St.Denis,Paris.	Francia	en todas las Farmacias del globo	9
94	Fumouze-Albespeyres,78,Faubourg St.Denis,Paris.	Francia	en todas las Farmacias del globo	9
95	Farmacia Labélonye,calle Aboukir,99,Paris	Francia	en las principales farmacias de todas las ciudades	9
101	Fcia Boutigny 31 rue de Cléry y,Deslauriers Sr. 2 rue Poissonniers.Paris.	Francia	.En venta en todas las Farmacias y Droguerías .	8
129	Abadia de Fecamp (Seine inf. France)	Francia	Se vende en todas partes	2
130	J.Ferré .102 rue Richelieu, Paris	Francia	Se vende en las principales boticas	2
133	J.Ferré.102 rue Richelieu, Paris	Francia	En todas las farmacias.	1
134	J.Ferré,102 rue Richelieu,Paris.	Francia	Se vende en todas las principales boticas	1
135	J.Ferré,102 rue Richelieu,Paris.	Francia	Se vende en todas las principales boticas	1
			T O T A L	857

En el caso de los productos extranjeros con lugar de venta local, encontramos el caso del Jarabe Laroze (número de inventario 11). Como ocurriera con el mismo anuncio publicado en *El Mercantil Valenciano*, se ha introducido el nombre de las farmacias de venta local en el apartado de cierre del anuncio. Esta repetición nos indica una publicación organizada. Pero en este diario se introduce dos nombres, como suele ser habitual en los productos extranjeros, fuera del marco publicitario. En este caso aparecen D. Miguel Domingo Roncal y J. Andrés y Fabiá, que ya aparecía en el interior del reclamo.

Jarabe Laroze
DE CORTEZAS DE NARANJAS AMARGAS
 Desde hace mas de 40 años, el Jarabe Laroze se prescribe con éxito por todos los médicos para la curacion de las gastritis, gastralgias, dolores y retortijones de estómago, estreñimientos rebeldes, para facilitar la digestion y para regularizar todas las funciones del estómago y de los intestinos.

JARABE
al Bromuro de Potasio
DE CORTEZAS DE NARANJAS AMARGAS
 Es el remedio mas eficaz para combatir las enfermedades del corazon, la epilepsia, histeria, migraña, baile de S.-Vito, insomnios, convulsiones y tos de los niños durante la dentición; en una palabra, todas las afecciones nerviosas.

Fábrica, Expediciones : J.-P. LAROZE & C^{ie}, 2, rue des Lions-St-Paul, à Paris.
 DEPÓSITOS : Valencia : Ramon Rives, Esplugués heros, Capafons, Andrés y Fabiá

EN LAS MISMAS FARMACIAS SE ENCONTRAN :
 El Jarabe de corteza de naranja amarga al Ioduro de potasio.
 El Jarabe ferruginoso de corteza de naranja y casia amara al Proto-Ioduro de hierro.
 Los Dentíficos Laroze de quina, pelitte y guayaco, Elixir, Polvos et Gpiata.

En Valencia D. Miguel Domingo Roncal y D. J. Andrés y Fabiá, farmacéutico

Figura 440. Anuncio Jarabe Laroze publicado en L.P.

Tabla 35. Titular Extranjero, Pais, Lugar Venta Genérico y Local.

INV	TITULAR EXTRANJERO	PAIS	LUGAR VENTA GENERICICO	LUGAR VENTA LOCAL	DIAS
11	J.P Laroze & Cia, 2 rue des Lions-St. Paul, Paris	Francia	[S.D]	Ramón Rives, Esplugues heros, Capafons, Andres y Fabiá(2) Domingo Roncal.	69
15	Dr. Bouchut[S.D.][S.D.]	[S.D.]	[S.D]	Farmacia de Costas, Sombrerería, 5, Valencia	62
17	J.Espic, 20 rue St. Lazare, Paris	Francia	En las principales farmacias de España	Andrés y Fabiá, Valencia.	57
38	Paris, 30 rue des Petites Ecuries	Francia	en principales Droguerías, Farmacias y Casas Comestibles.	D. Teodoro Mertens, agente, pl. San Nicolas, 6.	34
48	Secretan[S.D.][S.D.]	[S.D.]	[S.D]	En Valencia D. J. Garcia[S.D.]	23
61	Girolamo Pagliano, Via Pandolfini, 12, Florencia	Italia	[S.D]	Dr. Quesada, pl. Merced, 7	16
64	Dr. Gutler[S.D.][S.D.]	[S.D.]	Se vende en las buenas farmacias de España y sus Antillas	Dr Andreu, [S.D.] Barcelona	15
68	Simon, 36 rue de Provence, Paris	Francia	Perfumerías o Farmacias	farmacia Andrés y Fabiá, San Vicente, 22 y Sra. viuda de Tiffon, Mar 46.	15
87	Kloguer [S.D.][S.D.]	[S.D.]	[S.D]	Farmacia Santiago Querol, Salvador, 13	11
88	Thevenot[S.D.][S.D.]	[S.D.]	[S.D]	En Valencia, J. Andrés y	11

				Fabiá	
103	Raciborski [S.D.][S.D.]	[S.D.]	[S.D]	Botica del dr. Bernardo Aliño,pl.Cajeros	8
105	Brandreth[S.D.][S.D.]	[S.D.]	De venta en todas las Farmacias	Alomar y Uriach,Moncada,20 Barcelona.	7
110	Makencie[S.D.][S.D.]	[S.D.]	[S.D]	Farmacia Costas,Sombrería,5	6
116	Allock[S.D.][S.D.]	[S.D.]	De venta en todas las Farmacias	Alomar y Uriach,Moncada,20 Barcelona.	5
120	The Maltine Manufacturing Company,Limited,Londres	Gran Bretaña	De venta en todas las boticas	Sociedad Farmacéutica Española, Barcelona	4
122	The Maltine Manufacturing Company,Limited,Londres	Gran Bretaña	De Venta en todas las boticas	Sociedad Farmacéutica Española, Barcelona	4
125	The Maltine Manufacturing Company,Limited,Londres	Gran Bretaña	De Venta en todas las boticas	Sociedad Farmacéutica Española, Barcelona	3
126	The Maltine Manufacturing Company,Limited,Londres	Gran Bretaña	De Venta en todas las boticas	Sociedad Farmacéutica Española, Barcelona	3
TOTAL					353

Tenemos siete anuncios de ubicación compleja, que denominamos “excepciones”. El primer caso, las *Pildoras* y *Ungüento Holloway* (LP nº1) se publicita en dos formatos, uno como anuncio horizontal y otro como Anuncio Noticia. Vuelve aparecer el caso de la publicidad de *Emulsión de Scott* (LP nº 4) que aparece en tres tipos de anuncios. En el primer anuncio publicado figura un Depósito, o más bien diríamos hoy un mayorista, Vicente Ferrer y Cía de Barcelona. En el segundo tipo de anuncio cambia a formato horizontal, desaparece la mención al depósito, en ambas publicidades, se dice de venta en “boticas y droguerías” . El tercer reclamo publicitario es un anuncio gigante, que ocupa toda la parte superior de la plana, se publica tres veces y aparte del cambio del texto compositivo, se cambia el nombre de “boticas” por “farmacias”.

Vuelven aparecer los anuncios de *Elixir Español* (LP nº 9) y *Pastillas Nielk* (LP nº 13) en idéntica composición a como fueron insertados en el otro

periódico estudiado. El *Caldo Ciblis* (LP nº 23) aparece a partes iguales como composición publicitaria y Anuncio Noticia. Los *Cigarros Gicquel* (LP nº 106) se muestran dos veces como anuncio vertical, donde inserta el nombre del vendedor local fuera de la composición publicitaria. Después pone un reclamo publicitario horizontal y de pequeño tamaño donde figura la dirección del elaborador del producto.

El caso de las *Pastillas Géraudel* (LP nº 107) se fragmenta en dos formatos originales. Por un lado, publica dos inserciones de un anuncio de gran tamaño con el dibujo de una figura y una serie de informaciones que llaman la atención del lector. Posteriormente, publica como Anuncio Noticia en la página tercera diversas informaciones en donde se debe usar las *Pastillas Géraudel* y al final indica el lugar donde se pueden comprar. Por ejemplo “se ha decidido que los oficiales que trabajaran sobre la torre Eiffel serán provistos de estuches de Pastillas Géraudel”. Unos Anuncios Noticia originales.

PILDORAS Y UNGÜENTO HOLLOWAY.

ESTOS MEDICAMENTOS obtienen una aceptación y una venta mas universales que las de ningun otro remedio en el mundo.

LAS PILDORAS son el mejor purificante conocido para la sangre, corrigen todos los desórdenes del hígado y del estómago, y son igualmente eficaces en los casos de disentería; en fin, no tiene rival como remedio de familia.

EL UNGÜENTO cura pronto y radicalmente las heridas antiguas, las llagas y las úlceras, aun cuando cuenten veinte años de existencia), y es un específico infalible contra las enfermedades cutáneas, por malignas que sean, tales como la lepra, el escorbuto, la sarna y todas las demás afecciones de la piel. Cada caja de Píldoras y bota de Ungüento van acompañados de amplias instrucciones para el uso del medicamento respectivo, pudiendo obtenerse estas instrucciones impresas en todas las lenguas conocidas.

LAS PREPARACIONES HOLLOWAY se hallan de venta en todas las principales boticas y droguerías del mundo, y en LONDRES, 533, Oxford Street, en el Establecimiento central del Profesor HOLLOWAY

En Valencia, farmacia de Andrés y Fabiá, frente al caballo de San Martín.

Figura 441. Anuncio Píldoras y Ungüento Holloway.

4	Scott & Browne,Nueva York	Estados Unidos	En todas las boticas y droguerias	Vicente Ferrer y Cia, Barcelona	46
4	Scott & Browne,Nueva York	Estados Unidos	En todas las boticas y droguerias	[S.D.]	38
4	Scott & Browne,Nueva York	Estados Unidos	En todas las Farmacias y droguerias	S.D.]	3
9	[S.D.][S.D.][S.D.]	España	Farmacias y Perfumerias	[S.D.]	73
13	[S.D.][S.D.][S.D.]	España	Farmacias y Perfumerias	[S.D.]	63
23	Anuncio Noticia	[S.D.]	En las principales Farmacias,Droguerias y Ultramarinos	[S.D.]	25
23	[S.D.][S.D.][S.D.]	[S.D.]	Las principales Farmacias,Droguerias y Ultramarinos	Vicente Ferrer y Cia,Barcelona, En Valencia, Sres. Blas Cuesta e hijos y Pedro Salvador y Alegre	25
106	[S.D.][S.D.][S.D.]	Francia	En las principales Farmacias	D. J. Garcia, pl.Congregacion,72	2
106	Gicquel,4 rue Delaroche, Paris	Francia	En las principales Farmacias	[S.D.]	5
107	A.Geraudel,boticario, en Sainte-Menchould	Francia	En todas las farmacias y droguerias	Melchor Garcia,Capellanes,1 Madrid.Dr. Quesada pl. Merced,7 Valencia	5
107	A.Geraudel,boticario, en Sainte-Menchould	Francia	En todas las farmacias y droguerias	Melchor Garcia,Capellanes,1 Madrid.Dr. Quesada pl. Merced,7 Valencia.	2
TOTAL					487

En la estadística de los países de procedencia debemos restar esas dos excepciones que hemos configurado en España. Por tanto, de un total de 65 productos, son estrictamente extranjeros 63.

Veamos su distribución geográfica. Por ciudades la distribución de los productos es : Paris con 43 , Bordeaux con 1 y Seine Inf. con 1 para Francia. La ciudad de Londres con 5 en Gran Bretaña, y con 1 producto la siguientes ciudades : Vevey (Suiza), Florencia (Italia), y Nueva York (Estados Unidos de América).

- FRANCIA: 45.
- [S.D.] : 10.
- GRAN BRETAÑA:5
- SUIZA:1.
- ESTADOS UNIDOS:1.
- ITALIA: 1.

Elaboramos una Tabla con los productos extranjeros del país con mayor número anunciantes: Francia. Los titulares de los anuncios pueden ser fabricantes o distribuidores. En esta Tabla no pondremos los laboratorios/ productos con una unidad.

Tabla 37. Productos franceses y número de anuncios.

Nombre	Productos	Anuncios
Grimault & Cia	7	79
Dethan	2	69
Fumouze-Albespeyres	4	48
8, rue Vivienne	3	32
J.Ferré	4	6
TOTAL	20	234

Vuelve aparecer el caso de Grimault & Cía, donde en algunos anuncios aparece como titular y en otros aparece enmascarado como distribuidor, lo averiguamos porque la dirección postal (8, rue Vivienne) aparece en el faldón de algunas publicidades.

En total se han recogido 135 productos medicamentosos y estos han generado 3491 inserciones publicitarias.

Tabla 38. Productos y distintos lugares de venta.

	Productos	Anuncios
Productos Venta Local	29	811
Productos Otro Lugar Venta		19
Productos Nacionales –Venta Local	12	309
Productos Nacionales-Venta Otros	29	655
Extranjeros Lugar Venta Generico	40	857
Extranjeros Lugar Venta Local	18	353
Excepciones Nacional	2	136
Excepciones Extranjero	5	351
T O T A L	135	3491

Hemos distinguido tres tipos de Productos: Local, Nacional y Extranjeros. Luego hemos ido perfilando en cada tipo diferentes subdivisiones. Para la elaboración de la nueva tabla vamos recuperar esos tres tipos:

- Productos LOCAL: 29=29.
- Productos NACIONALES: 12+29+2=43.
- Productos EXTRANJEROS: 40+18+5=63.

Tabla 39. Frecuencia Anuncios distintos Productos

	Productos	Anuncios	%
Productos Venta Local	29	830	23,77
Productos Nacionales	43	1100	31,52
Productos Extranjeros	63	1561	44,71
T O T A L E S	135	3491	100

Se observa que los Anuncios de Productos de Venta Extranjero son mayoría 44,71 %, casi duplican los Productos Venta Local. En un momento de la incipiente industrialización farmacéutica española, la invasión publicitaria de productos extranjeros, era previsible. A su vez los productos extranjeros mayoritarios son del país vecino Francia.

La publicidad de Productos en *El Mercantil Valenciano* y *Las Provincias*.

Al ser dos los periódicos diarios publicados en la misma ciudad y de ámbito de influencia parecido, podríamos preguntar ¿ si los anunciantes serían diferentes o los mismos?. Tras los inventarios sabemos que la diferencia entre anuncios de productos EMV (121) y LP (135) es de 14 anuncios. Además podríamos lanzar la hipótesis de que los anuncios diferentes son esas 14 publicidades de más.

Hemos procedido a identificar los Productos de EMV distintos a LP y realizar un listado , siguiendo el orden de publicación habitual. Primero ponemos el número de inventario y luego el nombre del Producto. Igual tarea realizamos para listar los Productos de LP distintos a EMV.

Tabla 40. Anuncios Productos EMV distintos a LP.

Nº	Inventario .- Nombre Producto
1.-	Discos Fé
5.-	Citrato efervescente al cerio de Milla.
6.-	VinoTónico-Aromático de Baixauli
7.-	Caramelos vegetales de Fé
8.-	Grageas de Esencia de Sándalo
11.-	Pastillas Balsámicos Pectorales
12.-	Aceite Bacalao Yodo-ferruginoso Dr. Pedro Fuster
19.-	Bálsamo de Luisa
24.-	La Perla Anti-Gastrálgica del Dr. Delgado
26.-	Esparadrapo Revulsivo de Tapsia
27.-	Denticina de Izquierdo
28.-	Agua de Fé
29.-	Solución Coirre
31.-	Bizcochos purgantes y vermífugos y caramelos
35.-	Polvos Antifistulosos Azorin
36.-	Agua Azahar triple extra B. Baeza
40.-	Quina Laroche
44.-	Cold-cream Americano
47.-	Panacea de la tos
48.-	Ungüento y polvos para el babeo y la dentición
49.-	Bizma Balsámica Confortante de Sanchez
52.-	Pezoneras Fajarnes
59.-	Agua Infallible
60.-	Elixir dentífrico de Sanchez
64.-	Bebida para los niños de Sanchez

67.-	Pasta pectoral milagrosa del Dr. Serrano
68.-.	Jarabe Cortezas Naranjas Amargas+ idem bromuro potasio
69.-	Zarza-Sanchez
70.-	Tópico Igneo de Sanchez
71.-	Jarabe de Quina y Hierro de Grimault y C ^a
73.-	Píldoras antileucorreicas de Sanchez
82.-	Elixir estomacal de Mariazell
83.-	Bizcochos purgantes
85.-	Vino dePeptona Defresne
94.-	Peptona Defresne
96.-	Bálsamo Anti-reumático de Fullola
98.-	Polvos Anti-Asmáticos de Gastaldo
99.-	Benzoato de Sosa
104.	Panacea de los niños
109.	Sabañones
111.-	Polvos Santaballa
112.-	Inyección Grimault al Mático
114.-	Pildoras suizas del farmacéutico Rich.Brandt
119.-	Bálsamo de Morfeo
121.-	Litotriaco y Limonadas gaseosas del Dr. Climent
TOTAL 45 Anunciantes distintos	

Tabla 41. Anuncios de Productos LP distintos a EMV.

Nº INVENTARIO .-	Nombre PRODUCTOS
1.-	Píldoras y Ungüento Holloway
5.-	Zarza-Costas
6.-	Nueva Kemnisa
8.-	Emulsión Angulo
10.-	Callicida Escrivá
15.-	Grageas del Dr. Bouchut
18.-	Licor del Polo Orive (AC)

21.-Agua de Canada
23.-Caldo Cibils (AC)
27.- Aceite de hígado de bacalao de Chevrier Paris
28.-Píldoras anfebrifugas del Dr. Ramo y Licenciado Obon
29.- Papal Gigolo
33.-Pectoral Costas
38.-Extracto de carne Liebig
43.-Vino Bugeaud
46.- Vino Peptona Catillon
48.- Glóbulos Secretan
51.- Solución Cases
55.-Enosótero(AC)
56.-Píldoras de Arabia
57.-Vino de Carne de Vaca y Hierro del Dr. Quesada
58.-Sedlits Granular de Costas
64.-Elixir Dentrifico de los RR.PP. Benedictinos (AC)
63.- Elixir del Dr. Gutler
68.-Crema Simon
69.-Esencia de Zarparrilla concentrada de Andrés y Fabiá
70.- Agua Balsámica de Andrés y Fabiá
71.- Magnesia Doble de Andrés y Fabiá
73.- Tintura Alemana
74.- Depilatorio de D.J. Andrés y Fabiá
76.-Pastillas Pectorales y Calmantes del Dr. Marqués
77.-Papel higiénico para el retrete
82.- Jarabe de Savia de Pino Marítimo de Lagasse
86.- Tintura Veneciana
95.- Jarabe de digital de Labélonye
96.-Infalibles Especificos
97.-Licor de Brea Alomar
98.-Pectoral Balsámico Alomar (AC)

99.-Purgante Andres y Fabiá
101.- Grajeas depurativas del Dr. Gibert(AC)
103.-Jarabe Emenagogo de Raciborski
105.- Píldoras de Brandreth
106.- Papel y Cigarrillos Gicquel (AC)
107.-Pastillas Geraudel
112.-Papel Mostaza Alomar
115.-Tubos y cápsulas de Terebena del Dr. Costas
116.- Emplastos Porosos de Allcock
117.-Solución Alomar de Clorhidro-Fosfato de Cal
118.- Jarabe rábano yodado Alomar
119.-Jarabe de Quina ferruginoso Alomar
120.-Peptonoide de Carnrick
121.-Pastillas de Varias Clases
122.-Aceite Peptonizado de Aceite Hígado Bacalao con leche Carnrick
124.-Microbicida abortivo
125.- Alimento soluble de Carnrick
126.-Maltina de Carnrick
129.-Licor Benedictine
131.- Polvos Antigastrálgicos de Romeo
134.-Vino Ferruginoso Aroud
T O T A L 59 Anunciantes distintos

Tras esta dos tablas tenemos en LP 59 anuncios de productos distintos y en EMV nos aparecen 45 distintos, haciendo las diferencias de los totales nos salen 76 anuncios iguales, o mejor dicho comunes ambos periódicos.

Tabla 42. Anuncios de Productos Distintos e Iguales.

	Anuncios Distintos	%	Anuncios Iguales	%	Total
EMV	45	37,19	76	62,81	121
LP	59	43,70	76	56,30	135

Ahora podemos elaborar por eliminación una Tabla de los 76 anuncios de productos iguales en ambas publicaciones periódicas.

Tabla 43. Anuncios Iguales en ambos diarios

PRODUCTOS
Emulsión de Scott
Píldoras del Dr. Dehaut
Enolaturro Zarza-Costas
Poción Bru
Pomada Anti-Oftálmica del Dr. Fuster
Quinina Dulce-Dr.Santoyo
Grageas Saez
Pastillas Nielk
Jarabe Laroze-Jarabe al Bromuro de Potasio
Elixir del Dr. Gutler
Bálsamo de Luisa
Agua de Azahar Triple Costas
Hierro Bravais
Licor Brea Costas con sávia de pino y bálsamo de Tolú.
Cigarrillos Espic
Aceite Hígado Bacalao Hogg
Salva -niños de Torrero
Píldoras de Blancard
Emulsión Quesada
Harina Lacteada H. Nestlé
Agua y polvos dentríficos del Docteur Pierre
Pastillas de Dethan
Pastillas y polvos Paterson
Cubero - Roure(Químicos)
La Veloutine, polvo de arroz
Agua Azahar Triple de Pablo Journet

Hierro Quesada
Papier Wlinsi
Hierro Quevenne
Jarabe contra la tos de Andrés y Fabiá
Bálsamo del Brasil
Papier WLINSI
Inyección Raquin
Polvos Anti-Gastralgicos de Garcia Zaonero
Cápsulas Raquin
Pasta Pectoral,cigarrillos y papeles Dr. Andreu
Jarabe de Yoduro de Hierro inalterable de Sanchez
Agua de melisa de los carmelitas descalzos
Brea Quesada
Vino de Peptona Pépsica de Chapoteaut
Crema Bismuto Andrés y Fabiá
Varios jarabes
Litina Ch- Le Perdriel
Píldoras Restauradoras Dr. Formiguera
Sándalo de midy
Fosfato de hierro de Leras
Cigarrillos Indios
Quinina de Pelletier o de las 3 Marcas
Jarabe de Rábano Iodado Grimault C ^a
Emulsión Costas
Papel de Albespeyres
Elixir Digestivo de Pepsina de Grimault y cia
Cápsulas Thevenot
Bombones de Goma,Brea y Balsamo de Tolú
Jarabe hipofosfito Cal de Grimault y C
Vejigatorio de Albespeyres
Jarabe de Pagliano Legitimo

Vino y Jarabe de Dusart
Pomada Kloguez
El Alimento del Pueblo
Zahnerina
Bálsamo Dabay
Específico Dr. Abad
Pastillas Dr. Andreu
Regenerador Lacteo Dr. Fernandez
Contra-Eruptivo de Andres y Fabiá
Fumigatorio y Pulverización Makencie
Pastillas de la Ermita
Papel del Pobre Hombre
Injection Brou
Rob Boyveau Laffecteur
Jarabe lactofosfato de cal de Dr. Quesada.formula Dusart
Jarabe de hipofosfitos de cal y sosa del Dr. Quesada
Gabinete Médico Norte-Americano
Vino Quesada
Vino Aroud con Quina
TOTAL 76 Anunciantes iguales

La publicidad sobre Ocupaciones y Profesiones en *El Mercantil Valenciano* y *Las Provincias*.

Los anuncios los hemos agrupado en dos grandes, bloques generales como son: Ocupaciones y Profesiones dentro del ámbito sanitario. No podemos soslayarnos a un siglo XIX cambiante en legislación y que se resiste a un afán clasificatorio disciplinado. Por otro lado las palabras empleadas

como titulares de los anuncios estudiados suelen ser atractivas desde el punto de vista comunicativo y publicitario. Estos titulares los hemos utilizado muchas veces para clasificar los anuncios, pero no suelen obedecer a una realidad profesional, académica u ocupacional.

Otro asunto complejo ha sido la clasificación de estos reclamos publicitario. Partimos de las publicidades insertadas en las páginas de los periódicos diarios y redactadas muchas veces por los propios anunciantes. Algunos de estos anuncios tiene algún diseño gráfico, pero otros caen dentro de los “anuncios por palabras”, que empiezan su andadura en *El Liberal* (Alvarez Fernández, 1881, 187). Con las fichas recogidas hemos ido captando todo lo que se relacionaba con el mundo sanitario en sentido amplio. Ahí interaccionan nuestros conceptos del siglo XXI con la realidad social y publicitaria del siglo XIX. Por ejemplo, los dentistas ¿es una profesión o una ocupación?. Siguiendo con nuestra pregunta a nivel legislativo, podemos decir que por el Real Decreto de 4 junio 1875 (Gaceta de Madrid 5 de junio 1875) los Practicantes pasaran a ser Cirujanos Dentistas. En su Artículo 1º dice “ El arte del dentista constituirá en lo sucesivo una profesión denominada << Cirujano-dentista>> para cuyo ejercicio se expedirá un título especial.” Tras estudios reglados, unos años después por Real Orden de 14 julio de 1883 (Gaceta de Madrid 31 de julio de 1883) a instancias de Doña Dolores González, “ se autoriza a las señoras a ejercer la profesión de Cirujano-dentista en las mismas condiciones que a los hombres”. Interesante porque en nuestro trabajo de investigación aparece Madame Antoine como dentista ambulante. La Odontología no llegará hasta 1901, cuando una Real Orden de 21 de marzo de 1901 (Gaceta de Madrid 14 de abril de 1901) en su Artículo 1º dice “Se establecerán en la Facultad de Medicina de Madrid dos cátedras suplementarias, una teórica práctica de Odontología y otra práctica de Protesis dentaria.”

Siguiendo las opiniones de López Piñero en su publicación junto a Luis Garcia Ballester “Introducción a la medicina” explica las características de una profesión como la médica en varias páginas. En (Lopez Piñero,Garcia Ballester,1974,117) dice “la división del trabajo es el proceso sociológico que ha conducido a la aparición de las ocupaciones” y la persistencia de esta división del trabajo ha llevado a la aparición de las especialidades médicas, aunque “han aparecido como consecuencia de una serie de condiciones, en parte médicas y en parte de carácter social general”.

En realidad durante el último cuarto de siglo XIX, los dentistas están a medio camino de una profesión (cirujanos dentista) y una ocupación (barberos). Resulta complejo conjugar esa realidad académica con la realidad social y entre ellas la informativa donde se encuadra la publicidad. Nos encontramos en los inicios de la publicidad comercial en prensa. Por tanto, todo lo que se mueve alrededor de las profesiones, si existe normativa lo denominaremos como tal. En el caso de los dentistas, en la publicidad utilizan esa denominación, aunque puede ser que en realidad sean barberos o Cirujanos-dentistas que es la titulación del momento. Como barberos serían una ocupación, como Cirujanos-dentista una profesión.

En nuestro análisis de este tipo de publicidad nos interesa captar dentro del area de actividad sanitaria no tanto las ocupaciones y profesiones que obedece más a un titular informativo y clasificatorio, sino quienes son los más activos publicitariamente desde sus distintas ocupaciones y profesiones. Veámos ese listado para cada periódico diario estudiado.

Tabla 44. Anuncios de ocupaciones, profesiones y otras actividades sanitarias publicadas en *El Mercantil Valenciano*.

Ocupaciones y Profesiones	Actividades y Servicios publicitados	Días
Nodrizas	Nodrizas	365
Dentista	Dentista	178
Optica	Optica	90
Farmacia	Ortopedia	75
Medicina	Estómago y vias respiratorias	53
Dentista	Dentista	42
Medicina	Homeopatía	41
Medicina	Centro Vacunación Animal	37
Farmacia	Venta Mayor	32
Farmacia	Ortopedia	32
Farmacia	Farmacia Traspaso	32
Optica	Optica	25
Farmacia	Farmacia Laboratorio	19
Ortopedia	Ortopedista	17
Medicina	Enfermedades niños	17

Medicina	Homeopatía	13
Farmacia	Farmacia-Traspaso	12
Practicante Farmacia	Demanda Farmacia	11
Farmacia	Farmacia Venta	10
Medicina	ClínicaEstomago e Impotencia	8
Farmacia	Farmacia-Traspaso	6
Ortopedia	Ortopedia Transeúnte	6
Enfermero	Demanda	5
Medicina	ClínicaAeroterapia,Atmiatrica	4
Practicante Farmacia	Demanda Farmacia	4
Practicante Farmacia	Oferta Farmacia	4
Farmacia	Farmacia Traspaso	4
Ortopedia	Herniario Transeúnte	4
Farmacia	Farmacia Traspaso	3
Practicante farmacia	Demanda Farmacia	3
Medicina y Derecho estudiantes	Casa pensión	3
Inventor	Tímpanos artificiales	2
Dentista	Dentista	2
Practicante farmacia	Oferta Farmacia	2
Medicina	Médico Almoneda	2
Veterinaria	Consulta Veterinaria Venta	2
Practicante farmacia	Oferta Farmacia	1
Medicina	Dosimetría	1
Mamantona	Mamantona	1

Tabla 45. Anuncios de ocupaciones, profesiones y otras actividades area sanitaria publicadas en *Las Provincias*.

Ocupaciones y Profesiones	Actividades y Servicios publicitados	Dias
Nodrizas	Nodrizas	365
Dentista	Dentista	120
Dentista	Dentista	96

Practicante Farmacia	Demanda	87
Optica	Optica	74
Ortopedia	Herniario Transeúnte	58
Optica	Optica	35
Farmacia	Dr. Farmacia colocación	26
Medicina	Centro Vacunación Animal	23
Medicina	Estómago y vias respiratorias	20
Medicina	Clínica Aeroterapia Atmósferica	18
Medicina	Libro	12
Medicina	Oculista Transeúnte	10
Farmacia	Traspaso Farmacia	10
Medicina	Homeopatía	8
Medicina	Clinica Estomago y Herpetismo	8
Ortopedia	Ortopedia Transeúnte	8
Medicina	Obstetricia y enfermedades de la mujer	7
Ortopedia	Ortopedistas	7
Farmacia	Traspaso Farmacia	6
Dentista	Dentista Ambulante	6
Practicante Farmacia	Solicitud	4
Enfermero	Solicitud	4
Practicante Farmacia	Solicitud	3
Veterinaria	Venta clinica Veterinaria	3
Medicina	Médico	3
Farmacia	Farmacéutico colocación	3
Medicina y Derecho Estudiantes	Casa-Pensión	3
Practicante farmacia	Colocación	2
Medicina	Médico Almoneda	2
Medicina	Médico-Cirujano	2
Dentista	Dentista	1
Medicina	Partos y Enfermedades Mujer	1
Medicina	Enfermedades de la piel y sífilis	1
Inventor	Tímpanos artificiales	1

Veterinaria	Veterinario Venta yegua extranjera	1
Veterinaria	Veterinario venta caballo	1

Dentro del análisis cuantitativo, tenemos un total de anunciantes de Ocupaciones y Profesiones indicadas en *El Mercantil Valenciano* (39) y en *Las Provincias* (37). Ahora bien, ¿cuántos impactos publicitarios insertan a lo largo del año? .En *El Mercantil Valenciano* (1.168) y en *Las Provincias* (1.039), que sumados hacen un total de 2.207 anuncios de ámbito sanitario en los dos periódicos diarios estudiados.

Para continuar nuestro estudio debemos definir una serie de Areas de actividad sanitaria para averiguar cual es la preponderancia de los diversos anunciantes. Algunos participantes en estas areas están claros y otros más difusos dado el carácter informativo y comercial de la publicidad.

Area de MEDICINA: - Médicos.
- Dentistas.
- Enfermeros.
- Clínicas.
- Casa Pensión de estudiantes
- Nodrizas.
- Mamantona.
- Libro Médicos.

Area de FARMACIA: - Farmacéuticos.
- Practicantes Farmacia.
- Traspasos.
- Artículos Ortopedia.

Area de Veterinaria: - Veterinarios.
- Venta caballos.

Area de ORTOPEDIA : - Ortopedistas.
- Herniario.
- Inventor

Area de OPTICA: - Opticas.

Tabl 46. Relación Anunciantes y anuncios publicados

AREA ACTIVIDAD SANITARIA	ANUNCIANTES				ANUNCIOS			
	EMV	%	LP	%	EMV	%	LP	%
Médicos	6	15,4	9	24,3	127	10,9	54	5,2
Dentistas	3	7,7	4	10,8	222	19,0	223	21,5
Enfermeros	1	2,6	1	2,7	5	0,4	4	0,4
Nodrizas	1	2,6	1	2,7	365	31,3	365	35,1
Mamantona	1	2,6	0	0,0	1	0,1	0	0,0
Libro Médicos	0	0,0	1	2,7	0	0,0	12	1,2
Clínicas	3	7,7	3	8,1	49	4,2	49	4,7
Casa Pensión Estudiantes	1	2,6	1	2,7	3	0,3	3	0,3
Farmacéuticos	2	5,1	2	5,4	51	4,4	29	2,8
Practicantes Farmacia	6	15,4	4	10,8	25	2,1	96	9,2
Traspasos	6	15,4	2	5,4	67	5,7	16	1,5
Articulos Ortopedia	2	5,1	0	0,0	107	9,2	0	0,0
Ortopedistas	2	5,1	2	5,4	23	2,0	15	1,4
Herniario transeunte	1	2,6	1	2,7	4	0,3	58	5,6
Inventor	1	2,6	1	2,7	2	0,2	1	0,1
Opticos	2	5,1	2	5,4	115	9,8	109	10,5
Veterinario	1	2,6	1	2,7	2	0,2	3	0,3
Venta Caballo	0	0,0	2	5,4	0	0,0	2	0,2
T O T A L	39	100,0	37	100,0	1168	100,0	1039	100,0

Nos interesa conocer las Areas de Actividad Sanitaria que recurren a la publicidad en prensa diaria para informar, ofrecer sus servicios y productos a los lectores. Es conveniente recordar en todos los análisis la preponderancia distorsionadora de las Nodrizas, por su presencia diaria. Esa ocupación la hemos situado en el area sanitaria de Medicina.

Tabla 47. Relación de anuncios publicados y areas de actividad sanitaria.

AREA ACTIVIDAD SANITARIA	ANUN CIOS	
	EMV	LP
MEDICINA	772	710
FARMACIA	250	141
VETERINARIA	2	5
ORTOPEDIA	29	74
OPTICA	115	109
T O T A L	1168	1039

Con los datos de ambas publicaciones periódicas, el Area de Actividad Sanitaria mayoritaria es la Medicina seguida por la Farmacia y la Optica, dos actividades con un componente comercial dada su ubicación a pie de calle que con la publicidad buscan captar clientela. En el caso del Area Sanitaria de Medicina, la mayor cantidad de anuncios tras las Nodrizas corresponde a los Dentistas y tras ellos los Médicos.

En los siguientes datos empiezan aparecer diferencias, pequeños matices que conviene precisar. Tanto en un mismo periódico como en ambas publicaciones periódicas de difusión diaria ¿Cuáles son las diferencias entre ambos ?. En el caso de los Dentistas las cifras son iguales, solo hay diferencias de un anuncio a favor de *Las Provincias*. Parecida situación ocurre con las Opticas con una diferencia de seis anuncios de más a favor de *El Mercantil Valenciano*. En el caso de los Médicos, en el EMV(127) frente a LP (54), la primera publicación duplica las inserciones publicitarias. Otro caso parecido ocurre son los traspasos de Farmacia, donde el EMV(67) multiplica por cuatro a los anuncios de LP (16).

Una explicación cualitativa de estas diferencias tiene visos de complejidad a partir de los datos dispuestos. Vislumbramos un aspecto informativo que se decanta hacia el EMV más que comercial. Porque se supone que los lectores de LP son de un nivel económico superior, y por tanto tienen mayor un poder adquisitivo pueden adquirir más bienes y servicios publicitados. A su vez, la realidad lectora señala un 70 por ciento de la población analfabeta, y según los estudiosos del periodismo, la lectura en el caso de EMV se efectuaba por lectores a viva voz, frente a la lectura en

casa de los suscriptores de LP. Se conocen los diferentes tipos de transmisión de la información escrita, en gabinetes lectura, por lectura colectiva y en casa como suscriptor, como se analiza en Valls, (1988, 36-38). Por tanto es más fácil vocear o preguntar al lector colectivo, por un médico o una óptica. También explicaría los empates significativos como son los anuncios de Clínicas, Casa Pensión de estudiantes derecho y medicina y enfermeros.

Sin embargo en el caso del Área Sanitaria de Farmacia las explicaciones son contradictorias. Por un lado los traspasos de Farmacia se anuncian mayoritariamente en EMV, se trata de una operación de compra-venta que requiere cierto nivel económico. Sin embargo, una búsqueda de empleo como son los Practicantes de Farmacia, con casi cuatro veces más de publicidades en LP (96) frente a EMV (25). Se supone que los empleadores de Practicantes de Farmacia, los farmacéuticos con un cierto nivel económico son lectores de LP, por tanto sería adecuado su anuncio en LP. Esta explicación encuentra adecuación idónea para el caso de la publicidad del HERNIARIO transeunte, se anuncia en LP (58) frente a EMV (4). Sin embargo, resulta contradictorio que la publicidad de traspasos de farmacia sea mayoritaria en EMV. Una posible explicación es la influencia de su director propietario el farmacéutico Francisco Castells Miralles.

Reforzando la hipótesis formulada en el párrafo anterior, aparecen en LP dos matices a resaltar. Uno, la publicación de dos anuncios de venta de caballos solo se produce en LP. Otro, es el anuncio del libro titulado “ La inoculación preventiva contra el cólera morbo asiático, por J. Ferrán” se publica en LP (12). Basta recordar la reciente epidemia de cólera que sufre Valencia en el año 1885.

Siguiendo con la comparativa entre las dos publicaciones diarias, se evidencia que algunos anunciantes son los mismos. Por ejemplo, el Centro de Vacunación Animal del Dr. Amalio Gimeno y Dr. Juan Torres se anuncia en los dos periódicos, con una pequeña diferencia, un anuncio con un diseño diferente se publicita durante tres días solo en LP. De todas formas todas estas variaciones las hemos visto en el Inventario de las páginas anteriores. También el caso de las Nodrizas, que publicita reclamos de parecido texto conceptual en ambas diarios. Por tanto estamos hablando de anunciantes y anuncios de contenido idéntico.

Figura 48. Relación de anunciantes y anuncios cuyo texto es igual.

Anunciante	L.P.	Anuncios	E. M. V.	Anuncios	Texto
Nodrizas	1-1/31-12	365	1-1/31-12	365	igual
Dentista Antonio Vilar	10-7/30-12	96	13-7/1-12	42	igual
Optico Lubat	18-11/ 30-12	14	18-11/5-12	6	igual
Optico Lubat	3-3/ 6-3	4	4-3/ 6-3	3	igual
Optico Lubat	26-9 /14-11	14	23-9/ 31-10	11	igual
Centro Vacunación Animal	13-1 /1-2	20	1-1/6-2	37	aprox.
Aeroterapia Atmiatrica	3-9/ 23-12	18	6-11 /12-11	4	igual
Traspaso Botica Baeza	8-6 /26-6	10	igual	10	igual
Consultorio Médico Homeopático	17-1/6-3	8	6-1 /14-4	13	igual
Clínica Lauria,1	27-11/11-12	8	28-11 / 12-12	8	igual
Ortopedia Española	10 al 23 -11	8	12 al 23 -11	6	igual
Traspaso Farmacia Zaragoza, 1	10 al 20-11	6	15 y 17 -11	2	igual
Farmacia Rives	16 a 19-6	4	igual	4	igual
Enfermero	13 al 17-3	4	10 al 17-3	5	igual
Traspaso Veterinaria	8,10 y 12-6	3	10 y 12-6	2	igual
Casa- Pension	25,27 y 28-12	3	25,27 y 29-12	3	igual
Practicante de Farmacia	15 y 17-10	2	16 y 18-10	2	igual
Aviso a los profesores Medicina	22 y 23-6	2	igual	2	igual
Nicholson	27-dic	1	27-12	2	igual
T O T A L		590		527	

Hay 17 anunciantes de Ocupaciones y Profesiones sanitarias que publican sus reclamos publicitarios con texto igual en ambos periódicos diarios. En el caso del EMV son 590 el número de inserciones contabilizadas que suponen 50,51%. Para LP son 527 el número de publicidades que suponen el 50,72%. Con este esfuerzo publicitario, los anunciantes intentan buscar la máxima difusión de la información publicitaria alcanzando a todos los posibles lectores de su entorno más cercano.

En el caso de las Nodrizas, aunque consideramos su presencia, no hemos estudiado su publicidad, dado su cantidad y variedad, no tanto conceptual, sino que a veces se publicita la misma nodriza en ambos diarios, otras aparecen “agencias” y así con diferentes variantes de inserción . Por tanto si quitasemos el número de anuncios de las Nodrizas (365) los datos serían:

$$\text{EMV :} 590-365=225 \gggg(1168-365=803) \gggg>28,02\%$$

$$\text{LP:} 527-365=162 \gggg (1039=674) \gggg>24,04\%$$

Por tanto se mantiene la proporción de anuncios entre ambos diarios, de un 50% aproximadamente, se reduce a la mitad si consideramos la desaparición de las Nodrizas.

Se podría pensar que las dos publicaciones diarias tienen anunciantes semejantes. Ya por su procedencia local y por tener parecido ambito difusión. Por ello elaboramos una Tabla para cada periódicos con los anuncios distintos con respecto al otro.

Tabla 49. Anuncios Ocupaciones y Profesiones en EMV distintos a LP.

Nº inventario.- Ocupación y Profesión
1.-Nodrizas
2.-Dentista Benito Zafon
4.-Ortopedia Dr. Fuster
7.-Consultorio Homeopático de Ramón Fortuny (AC)
9.-Venta Mayor B. Baeza
10.-Ortopedia B. Baeza (AC)
11.-Traspaso de Farmacias (AC)
13.-Farmacia y Laboratorio Químico Dr. Fuster
15.-Enfermedades de los niños
17.-Farmacia traspaso
18.-Practicante de Farmacia
21.-Botica en venta

26.- Practicante de Farmacia Oferta
29.-Farmacia traspaso
30.- Practicante de farmacia Demanda
33.-Dentista Fabián Costa
37.- Practicante Farmacia Oferta
38.-Dosimetria
39.- Mamamtona
TOTAL : 19 anuncios diferentes

Tabla 50. Anuncios Ocupaciones y Profesiones LP distintos EMV.

Nº Inventario .- Ocupacion y Profesión
1 .- Nodrizas
2 .-Dentista Bassa
4 .-Practicante Farmacia Demanda
8 .-Dr. Farmacia colocación
12 .-Libro Medicina
13 .-Oculista Transeunte Francisco Soler
18 .-Obstetricia y enfermedades de la mujer
21 .-Dentista Ambulante Mme. Antoine et fils
24 .-Practicante Farmacia Demanda
26 .-Medico Miguel Villalonga
27 .-Farmaceutico colocación
31 .-Medico-Cirujano Emilio Clausoles
32 .-Dentista
33 .-Partos y Enfermedades Mujer
34 .-Enfermedades de la piel y sifilis
36 .-Veterinario Venta yegua extranjera
37 .-Veterinario venta caballo
TOTAL: 17 anuncios diferentes

Tabla 51. Anuncios Profesionales y Ocupaciones Distintos e Iguales.

	Distintos	%	Iguales	%	TOTAL
EMV	19	48,72	20	51,28	39
LP	17	45,95	20	54,04	37

La publicidad sobre Aguas, Baños y Balnearios en *El Mercantil Valenciano* y *Las Provincias*.

De modo cuantitativo podemos decir que en esta sección se han recogido a 34 anunciantes en los dos periódicos estudiados. Un total de 844 anuncios en ese año para este apartado. Para realizar su análisis cualitativo hemos construido una tabla con los datos obtenidos en la investigación donde ponemos las denominaciones de los productos publicitarios que suelen coincidir con los titulares de los anuncios publicados en los diarios. Junto a ello los días en que se insertan estas publicidades, que se convierten en número de anuncios recogidos durante el año en estudio.

Tabla 52. Relación Anunciantes y Anuncios en EMV.

Nombre Anunciante	Anuncios
La Virgen de la Estrella	53
Baños Fuente Podrida	51
Baños de Chulilla	29
Agua Mineral Victoria	28
Baños del Turia	26
Agua Sulfurosa	12
Baños Ntra. Sra. del Carmen	10
Balneario Valenciano	8
Baños de Benimarfull	8
Baños de Santa Ana	8

Baños públicos de San Rafael	8
Aguas Minero-Medicinales	3
T O T A L	244
Total BAÑOS	201
Total A G U A S	43

Tabla 53. Relación Anunciantes y Anuncios en LP

Nombre Anunciante	Anuncios
Fuente Calda	123
Baños del Turia	117
Baños de Chulilla	59
Baños Fuente Podrida	51
Agua la Margarita Loeches	38
Baños de Gaviria	28
Agua Mineral Victoria	26
Agua La Bourboule	23
La Virgen de la Estrella	22
Baños de Ntra.Sra. del Carmen	21
Agua Sulfurosa	18
Baños de Benimarfull	15
Baños de Archena	12
Baños de Santa Ana	11
Balneario Valenciano	9
Baños de Diana	6
Masia:Nueva Simon	5
La Puda de Monserrat	4
Agua de Cardó	3
Las Termas	3
Baños del Almirante	3
Baños Hospital Provincial	3
T O T A L	600

Total	BAÑOS	492
Total	AGUAS	108

Si relacionamos los datos publicados anteriormente en una tabla, observamos varios resultados.

- El número de anunciantes es mayor en el LP (22) frente al EMV (12).
- El número de anuncios es mayor en LP (600) frente al EVV (244).
- La proporción entre Baños y Aguas Minerales es 4,59 veces a favor de los Baños (693) frente a las Aguas Minerales (151). Tanto a nivel de anunciantes como de anuncios y en ambos diarios.

Tabla 54. Relación Anunciantes y Anuncios de los dos diarios.

	ANUNCIANTES				ANUNCIOS			
	EMV	%	LP	%	EMV	%	LP	%
BAÑOS	9	75,00	17	77,27	201	82,38	492	82,00
AGUAS	3	25,00	5	22,73	43	17,62	108	18,00
TOTAL	12	100	22	100	244	100	600	100

La relación de anuncios publicados en ambos periódicos con texto igual nos mide el máximo grado de difusión del mensaje publicitario. Se intenta llegar a todos los lectores del ámbito de influencia de los diarios. Su elaboración es posible sea por los propios anunciantes o algún intermediario local. Mucha casualidad es que en el caso de los anuncios de Baños de ámbito provincial, lo que varía en los anuncios no es la composición sino el tipo de letra. A continuación, reproducimos el anuncio de los “Baños de Fuente Podrida” publicado en los dos periódicos.

PROVINCIA de **BAÑOS** Partido judicial y municipal de **REQUENA.**
DE AGUAS MINERO-MEDICINALES SULFUROSAS FRIAS DE FUENTE PODRIDA.
 Abiertos desde el 25 de Mayo hasta 30 de Setiembre.

Dichas aguas están indicadas en todas las enfermedades exantemáticas, como el eritema roséola, urticaria, eczema, pónfigo, rupia, y en las escrofulosas y sífilíticas; pero donde producen infalibles y rápidos efectos terapéuticos es en el herpes y todas sus manifestaciones, tanto internas como externas. También están indicadas para los diviesos, úlceras antiguas, leucorragias, leucorreas ó flujo blanco, estreñimiento pertinaz, gastralgias, y finalmente, en todas las enfermedades de la piel.

La situación del establecimiento, montado como los primeros de su clase, es inmejorable por sus condiciones higiénicas y amenas vistas.

Fuente, hospedaje de varios precios y servicio balneario completo, y un destacamento de la Guardia civil durante la temporada.

Los bañistas de Valencia podrán efectuar su viaje en el ferro-carril de Cuenca, hasta Requena. El carruaje del establecimiento saldrá de dicha ciudad en la madrugada de los días pares los meses de Junio, Julio y Setiembre, y los impares en Mayo y Agosto, para el regreso vice-versa. El tren mas conveniente es el de la tarde.

Para los procedentes del interior la mejor dirección es por Albacete y Casas-Ibañer.

Las personas que deseen adquirir mas pormenores podrán obtenerlos en la casa núm. 2, cuarto segundo de la izquierda, plaza del Seminario, donde se facilitarán prospectos, así como en las farmacias de la Morera y de la plaza de la Constitución.

Figura 444. Anuncio de *El Mercantil Valenciano*.

PROVINCIA DE **BAÑOS** PARTIDO JUDICIAL y municipal de **REQUENA.**
DE AGUAS MINERO-MEDICINALES SULFUROSAS FRIAS DE FUENTE PODRIDA.
 Abiertos desde el 25 de mayo hasta 30 de setiembre.

Dichas aguas están indicadas en todas las enfermedades exantemáticas; como el eritema roséola, urticaria, eczema, pónfigo, rupia, y en las escrofulosas y sífilíticas; pero donde producen infalibles y rápidos efectos terapéuticos es en el herpes y todas sus manifestaciones, tanto internas como externas; también están indicadas para los diviesos, úlceras antiguas, leucorragias, leucorrea ó flujo blanco, estreñimiento pertinaz, gastralgias y finalmente en todas las enfermedades de la piel.

La situación del establecimiento, montado como los primeros de su clase, es inmejorable por sus condiciones higiénicas y amenas vistas.

Fuente, hospedaje de varios precios y servicio balneario completo, y un destacamento de la Guardia civil durante la temporada.

Los bañistas de Valencia podrán efectuar su viaje en el ferro-carril de Cuenca hasta Requena. El carruaje del establecimiento saldrá de dicha ciudad en la madrugada de los días pares los meses de junio, julio y setiembre, y los impares en mayo y agosto, para el regreso vice-versa. El tren mas conveniente es el de la tarde.

Para los procedentes del interior, la mejor dirección es por Albacete y Casas-Ibañer.

Las personas que deseen adquirir mas pormenores podrán obtenerlos en la casa núm. 2, cuarto segundo de la izquierda, plaza del Seminario, donde se facilitarán prospectos, así como en las farmacias de la Morera y de la plaza de la Constitución.

Figura 445. Anuncio de *Las Provincias*.

Para el caso de las Aguas Minerales podrían ser de agencia. Nos basamos en las siguientes observaciones. El agua mineral "La Bourboule" cuyos pedidos gestiona C. A. Saavedra, empresa con diferentes actividades ya estudiada en otra parte. Su elaborada composición y diseño nos hace sospechar la intervención de unos rudimentarios intermediarios publicitarios. Lo mismo ocurre con agua mineral "Victoria" con un diseño original. Volviendo a los anuncios con texto igual veamos la siguiente tabla

Tabla 55. Anunciantes y número de anuncios con texto igual.

ANUNCIANTE	Anuncios	L.P.	Anuncios	E. M. V.	Texto
Baños Fuente Podrida	24	19-5/11-7	24	18-5/15-7	igual
Baños Fuente Podrida	27	14-7/19-9	27	17-7/18-9	igual
Baños de Benimarfull	10	5-5/14-5	8	5-5/14-5	igual
Baños de Ntra.Sra.del Carmen	7	1-8/11-8	10	1-8/2-9	igual

Balneario Valenciano	9	18-4/27-6	8	8-5/30-6	igual
Baños de Chulilla	15	1-5/15-5	13	30-4/14-5	igual
Baños de Chulilla	39	16-5/31-7	8	16-5/28-5	igual
Baños de Chulilla	5	1-8/5-9	8	1-8/9-9	igual
Agua Mineral Victoria	1	08-ago	1	08-ago	igual
Agua Mineral Victoria	22	9-10/23-11	24	30-10/1-12	igual
Agua Sulfurosa	7	18-4/25-4	12	1-4/30-4	igual
Baños de Santa Ana	11	6-5/18-9	8	7-5/18-9	igual

De esta tabla se deduce que en LP con un total de 600 inserciones publicitarias se han publicado 177 publicidades con texto igual aunque de anunciantes diferentes, esto representa respecto al total un 29,50 %. En el caso de EMV de 244 inserciones publicitarias se han publicado 151 publicidades que representan respecto al total un 61,88%. Aclaradas las diferencias entre ambos periódicos, hay añadir que los anunciantes con texto igual son de ámbito provincial.

En los anuncios estudiados sobre establecimientos balnearios conviene realizar algunas observaciones. Hemos visto que existen los baños públicos de carácter higiénico de ubicación urbana en la ciudad de Valencia. En parajes situados fuera de las poblaciones, aparecen las instalaciones que se nutren de aguas minero medicinales. En nuestra elaboración de la tabla de localizaciones nos interesa saber la población más próxima de referencia, es decir, cuando para los “Baños de Fuente Podrida” ponemos Requena nos referimos al término de Requena, en los inventarios realizados se obtiene la información más detallada. Otro ejemplo, Baños de Santa Ana se anuncia a 5 kilómetros de Játiva, a efectos de localización lo situamos en Játiva. Nos interesa estudiar la relación que hay entre el ámbito de influencia del diario (lectores) y el lugar de ubicación de los baños, puesto que para su uso es necesario desplazarse hasta ellos.

En los balnearios de la propia provincia de Valencia, ambos periódicos publicitan las mismas instalaciones: Baños de Chulilla, Baños de Fuente Podrida, Baños de Nuestra Señora del Carmen y Baños de Santa Ana. Las diferencias aparecen con los establecimientos de fuera de la provincia de Valencia.

En el caso del EMV se recogen 9 instalaciones de Baños y solo dos se ubican fuera de la provincia de Valencia.

- En la provincia de Alicante: Baños de Benimarfull.
- En la provincia de Castellón: La Virgen de la Estrella.

En el caso de LP se recogen 17 instalaciones de Baños y siete se ubican fuera de la provincia de Valencia.

- En la provincia de Alicante: Baños de Benimarfull.
- En la provincia de Castellón: La Virgen de la Estrella y Fuente Calda.
- En la provincia de Guipuzcoa :Baños de Gaviria.
- En la provincia de Murcia: Baños de Archena.
- En la provincia de Tarragona: Masía Nueva Simon de Esplugas de Francolí.
- En la provincia de Barcelona: La Puda de Monserrat en Esparraguera.

Tabla 56. Localización Baños en los diarios estudiados

LAS PROVINCIAS		EL MERCANTIL VALENCIANO	
Nombre	Lugar	Nombre	Lugar
Fuente Calda	Villavieja(CS)	La Virgen de la Estrella	Villavieja(CS)
Baños del Turia	Valencia	Baños Fuente Podrida	Requena(V)
Baños de Chulilla	Chulilla (V)	Baños de Chulilla	Chulilla (V)
Baños Fuente Podrida	Requena (V)	Baños del Turia	Valencia
Baños de Gaviria	Gaviria (GUI)	Baños Ntra Sra.del Carmen	Liria (V)
La Virgen de la Estrella	Villavieja (CS)	Balneario Valenciano	Valencia
Baños Ntra.Sra.del Carmen	Liria (V)	Baños de Benimarfull	Benimarfull (A)
Baños de Benimarfull	Benimarfull(A)	Baños de Santa Ana	Jativa (V)
Baños de Archena	Archena(MU)	Baños de San Rafael	Valencia
Baños de Santa Ana	Jativa (V)		

Balneario Valenciano	Valencia
Baños de Diana	Valencia
Masia:Nueva Simon	Espluga de Francolí (T)
La Puda de Monserrat	Esparraguera (B)
Las Termas	Valencia
Baños del Almirante	Valencia
Baños Hospital Provincial	Valencia

En esta tabla hemos colocado los Baños por el orden de más a menos inserciones publicitarias. En cuanto a las provincias usamos las iniciales de las matriculas de automóviles, excepto para Gaviria que está situada en Guipuzcoa, donde hemos puesto (GUI)

Tabla 57. Anuncios Aguas, Baños y Balnearios EMV distintos a LP.

Nº Inventario	Nombre
1	Baños públicos de San Rafael
1	Aguas Minero-Medicinales
2	Anunciantes diferentes

Tabla 58. Anuncios Aguas, Baños y Balnearios LP distintos EMV.

Nº Inventario	Nombre
1	Fuente Calda
5	Agua la Margarita Loeches
6	Baños de Gaviria
8	Agua La Bourboule
13	Baños de Archena
16	Baños de Diana
17	Masia:Nueva Simon
18	La Puda de Montserrat
19	Agua de Cardó

20 Las Termas
21 Baños del Almirante
22 Baños Hospital Provincial
12 Anuncios Diferentes

Tabla 59. Anuncios Aguas, Baños y Balnearios Distintos e Iguales.

	Distintos	%	Iguales	%	TOTAL
EMV	2	16,67	10	83,33	12
LP	12	54,55	10	45,55	22

RESULTADOS

Cuando iniciamos este trabajo investigación realizamos un estudio de la Estructura informativa de las dos cabeceras (página 71) y obtuvimos unos datos respecto a la cuarta plana dedicada a la publicidad que sirven de referencia para nuestra posterior investigación. Con aquellos datos elaboramos la siguiente tabla.

Tabla 60. Comparativa entre los dos periódicos.

	EMV		LP	
	Número	%	Número	%
Anuncios Palabras	21	53,85	19	44,19
Anuncios Compuestos	18	46,15	24	55,81
T O T A L ANUNCIOS	39	100	43	100
Medicamentos	10	55,56	10	41,70
Instituciones sanitarias	1	5,56	2	8,33
T O T A L	11	61,12	12	50,03

Los porcentajes de publicidad sanitaria respecto al total de anuncios publicados en cada medio impreso, en EMV (28,21%) y en LP (27,91%). ¿Cómo puede ser que LP publica más anuncios totales y sanitarios tenga un porcentaje menor?. Ambos periódicos publican el mismo número de anuncios de medicamentos, la diferencia es en Instituciones sanitarias. Ambos periódicos publican el mismo anuncio del Centro de Vacunación Animal, pero LP publica uno más de un Dentista.

¿Qué conclusiones podemos sacar de este estudio?

- LP tiene más anuncios totales que EMV.
- Anuncios por Palabras EMV más que en LP.
- Anuncios Compuestos LP más que en EMV.
- Anuncios Compuestos son más caros que los Anuncios por Palabras. El rendimiento económico de la publicidad en LP es mayor que en EMV.

Al finalizar esta investigación podemos ofrecer los siguientes resultados que hemos introducido en una tabla, nos confirma los datos

obtenidos en el estudio preliminar, LP tiene más anuncios en el ámbito sanitario que EMV.

Tabla 61. Relacion Totales y Frecuencias ambos diarios.

	A N U N C I O S			
	LISTADO	%	INVENTARIO	%
Productos EMV	148	30,64	121	33,06
Productos LP	166	34,37	135	36,89
Aguas, Baños y Balnearios EMV	16	3,31	12	3,28
Aguas, Baños y Balnearios LP	51	10,56	22	6,01
Ocupaciones y Profesiones EMV	54	11,18	39	10,66
Ocupaciones y Profesiones LP	48	9,94	37	10,11
T O T A L	483	100,00	366	100,00
TOTAL EMV	218	45,13	172	46,99
TOTAL LP	265	54,87	194	53,01

En global LP tiene más anuncios en los dos criterios. Por temática el EMV supera en Ocupaciones y Profesiones a LP, pero en poca proporción, no llega a diferencias de 1%.

La Tabla antes publicada la podemos enriquecer con los días de inserciones publicitarias. Una medida que nos indica las duraciones de las campañas publicitarias para los distintos epígrafes sanitarios estudiados. Así podemos observar la productividad publicitaria, es decir, el número de días que se han insertado los reclamos publicitarios estudiados, un total 10.124 días.

En los datos totales se mantiene la preponderancia de LP con 5130 días frente al EMV con 4994 días, que traducidos a porcentajes son 50,67% para LP y 49,33% para EMV.

Tabla 62. Relación número de Anuncios y Días inserción publicidad.

	A N U N C I O S			
	LISTADO	Días	INVENTARIO	Días
Productos EMV	148	3582	121	3582
Productos LP	166	3491	135	3491
Aguas, Baños y Balnearios EMV	16	244	12	244
Aguas, Baños y Balnearios LP	51	600	22	600
Ocupaciones y Profesiones EMV	54	1168	39	1168
Ocupaciones y Profesiones LP	48	1039	37	1039
T O T A L	483	10124	366	10124
TOTAL EMV	218	4994	172	4994
TOTAL LP	265	5130	194	5130

Productos

En el análisis de productos hemos publicado unos datos que nos proporcionan información sobre la publicidad, como son la coincidencia o no entre el titular del producto y el producto anunciado. Uno de los criterios para medir el desarrollo de la publicidad va a ser la no coincidencia entre ambos, la futura aparición del eslogan que regirá la mayoría de los anuncios.

- Coinciden en EMV 56,08% , LP 68,29%.
- No coinciden en EMV 43,92% , LP 31,71%.

En la Venta Local de los Productos Locales nos aparecen :

- EMV, 15 farmacias valencianas venden 44 productos locales.
- LP , 7 farmacias valencianas venden 29 productos locales.

En la Venta Local de los Productos Nacionales nos aparecen:

- EMV, 10 farmacias valencianas venden 10 productos nacionales.

- LP, 11 farmacias y una perfumería valenciana venden 12 productos nacionales.

En la Venta Local de los Productos Extranjeros nos aparecen:

- EMV, 9 farmacias y un distribuidor valenciano más uno de Madrid venden 10 productos extranjeros.
- LP, 9 farmacias y un distribuidor valenciano más tres de Barcelona venden 18 productos extranjeros.

El número de oficinas de Farmacia puede parecer escaso, pero su determinación por estas fechas es difícil. En las cuentas del Tesorero Colegio de Valencia (Loras, 1951, 83) figuran 33 colegiados en el año 1866

Otro resultado interesante es saber si los productos anunciados eran los mismos en los dos periódicos estudiados. Ambos rotativos comparten 76 anuncios.

- EMV, 45 anuncios distintos.
- LP, 59 anuncios distintos.

Ocupaciones y Profesiones

Entre las Ocupaciones y Profesiones los anuncios se reparten del siguiente modo:

- Medicina, en EMV con 772 anuncios y en LP con 710 anuncios.
- Farmacia, en EMV con 250 anuncios y en LP con 141 anuncios.
- Óptica, en EMV con 115 anuncios y en LP con 109 anuncios.
- Ortopedia, en EMV con 29 anuncios y en LP con 74 anuncios.
- Veterinaria, en EMV con 2 anuncios y en LP con 5 anuncios.

Aparecen 17 anunciantes con texto igual en sus publicidades. Sin embargo los anuncios distintos en EMV son 19 respecto a LP. En LP son distintos 17 con respecto a EMV.

Directorios de Ocupaciones y Profesiones

De la publicidad de este apartado es interesante elaborar directorios de los distintos anunciantes. Las tablas se han elaborado para las profesiones Medicina, Dentista, Farmacia y Veterinaria. Algunos reclamos publicitarios

son informativos y publicitarios al mismo tiempo, como cuando se indica el traslado consulta en el mismo anuncio. En otros casos, el médico Homeópata Ramón Fortuny (EMV nº 7) publica dos reclamos publicitarios, la primera ubicación en calle Luis Vives y luego en el tiempo se anuncia en la plaza de San Francisco. Las tablas se elaboran siguiendo el orden de más a menos anuncios.

Directorio para el periódico *El Mercantil Valenciano*.

Tabla 63. Direcciones de profesionales Medicina.

Actividad	Titulares	Localización
Estómago vías respiratorias	Doctor Pierre	Padilla,4,principal(1)
Homeopatía	D.Ramon Fortuny	Luis Vives,5 entresuelo (2)
Centro Vacunacion Animal	Drs Amalio Gimeno y Juan Torres	Milagros,14
Enfermedades niños	D.Francisco López	Portal Valldigna,10
Homeopatía	D.José Mateu Garin	Vilaragut,3,principal
Estomago e Impotencia	Clinica [S.D.]	Lauria,1,pral.
Aeroterapia,Atmiatrica	Clinica [S.D.]	Juristas,16
estudiantes Derecho y Medicina	[S.D.]	Palau,12 principal
Almoneda Consulta	Dr.D.Guillermo Jelly	Colon,41 pral
Dosimetria	Dr.J.Fernandez Ballesteros	Mendez Nuñez,9,Sevilla

TRASLADOS

(1) Quevedo,12-2º

(2) Pl. San Francisco,19.

Tabla 64. Direcciones profesionales Dentista.

Profesion	Titulares	Localización
Dentista	D. Benito Zafón	Pl.Mercado,29
Dentista	Antonio Vilar Ridaura	Pl.San Francisco,7(1)
Dentista	Fabián Costa	Sin procedencia (2)

TRASLADO

(1) calle Abadía de San Martin,12.

(2) calle San Vicente,164.

Tabla 65. Direcciones profesionales Farmacia.

Actividad	Titulares	Localización
Venta Mayor	B.Baeza	San Vicente,217
Traspaso Farmacia	[S.D.]	calle del Angel,2 pral.
Farmacia y Laboratorio	Dr. Fuster	Mar,47,Avellanas,1
Traspaso Farmacia	Viuda e hijo Rives	Mercado,40
Farmacia Venta	D.Buenaventura Baeza	fabrica prod.químicos Paiporta
Traspaso Farmacia	Rives	Mercado,40
Traspaso Farmacia	[S.D.]	Zaragoza,1
Traspaso Farmacia	D.T.Fajarnes	Buenavista,35,pral .

Tabla 66. Direccion profesional Veterinaria.

Actividad	Titulares	Localización
Veterinaria Traspaso	D. Salvador Muñoz y Plaus	Ensan,11

Tabla 67. Direcciones Ocupaciones.

Ocupacion	Actividad	Titulares	Localización
Nodrizas	Nodrizas	Nodrizas	varias direcciones
Optica	Optica	J. Lubat	Zaragoza,36 (1)
Ortopedia	Bragueros	Farmacia Dr. Fuster	Mar,47,Avellanas,1
Ortopedia	Ortopedia productos	Farmacia B. Baeza	San Vicente,217
Optica	Optica	F. Raffi	Pl. Santa Catalina,17
Ortopedia	Ortopedista	Oliete e Hijo	Sagrario San Francisco,7
Practicante	Demanda Farmacia	Rosendo Sanchez	calle Cuarte[S.D.]
Ortopedia	Ortopedia- Transeunte	Ortopedia Española	Fonda Universo
Enfermero	Demanda	[S.D.]	Plaza de las Moscas,4
Practicante	Demanda	Rives	Mercado,40

	Farmacia		
Practicante	Oferta Farmacia	[S.D.]	Administración diario
Ortopedia	Herniario- Transeunte	Sr. Carlos Notton	Fonda Europa
Practicante	Demanda Farmacia	Dr. Quesada	Pl.Merced,7
Inventor	Timpanos Artificiales	J.H.Nicholson	4, rue Drouot, Paris
Practicante	Oferta Farmacia	Dr Juan B.Sanz	calle La Nave,19
Practicante	Oferta Farmacia	[S.D.]	Muro Santa Ana,25 pral.
Mamantona	Manatona	[S.D.]	Ribera,23-2º

TRASLADOS

(1) Zaragoza,24.

Directorio para el periódico *Las Provincias* .

Tabla 68. Direcciones de profesionales Medicina.

Actividad	Titulares	Localización
Centro Vacunación Animal	Drs. Amalio Gimeno y Juan Torres	Milagro,14
Estómago y vías respiratorias	Dr. Pierre	calle Padilla,4 pral.
Aeroterapia Atmiátrica y Electroterapia	Clinica[S.D.]	Juristas,16
Libro "Inoculación Preventiva "	J.Ferran	varias librerías
Oculista-Transeunte	D. Francisco Soler	Fonda de Europa.
Homeopatía	D.José Mateu Garin	Vilaragut,3,principal
Estómago y Herpetismo	Clínica[S.D.]	Lauria,1 pral
Obstetricia y Enfermedades Mujer	Dr. M. Candela	Caballeros,3 (1)
Médico-Traslado	D. Miguel Villalonga	Sin Lugar Procedencia (2)
Casa Pensión Estudiantes Derecho y Medicina	[S.D.]	Palau 12, pral
Médicos-Almoneda	Dr.Guillermo Jelly	Colon,41,pral.
Médico-Cirujano-Transeunte	D.Emilio Clausoles	Fonda de Villarrasa
Partos y Enfermedades Mujer	Dr. D. Felipe Farinós y Marqués	calle Congregación,16 pral.
Enfermedades de la piel y sífilis	D. Manuel Zuriaga	retorno desde Paris

TRASLADOS

- (1) Calle Pascual y Genis, junto al Colegio Notarial
 (2) Calle Colon,14 pral.

Tabla 69. Direcciones de los profesionales Dentista.

Actividad	Titulares	Localización
Dentista	Bassa	calle Zaragoza,14,pral.
Dentista-Traslado	Antonio Vilar Ridaura	Pl. San Francisco,7 (1)
Dentista Ambulante	Mme. Antoine et fils	Hotel Paris,Mar,52
Dentista	Sr. Marin	[S.D.]

TRASLADOS

- (1) Abadia San Martin,12

Tabla 70. Direcciones de los profesionales Farmacia.

Actividad	Titulares	Localización
Oferta Doctor Farmacia	Sr.Comes	Sagunto,73, pral.
Farmacia Venta	Buenaventura Baeza	fabrica prod. Quimicos Paiporta
Farmacia Traspaso	[S.D.]	Zaragoza,1
Demanda Farmaceutico	Costas	Sombrerería,5

Tabla 71. Direcciones de los profesionales Veterinaria.

Actividad	Titulares	Localización
Veterinaria Venta	D. Salvador Muñoz y Plans	Ensan,11
Venta Yegua	Pedro Gil	D.Juan de Austria,[S.D.]
Venta Caballo	Pedro Epila	Plaza Serranos [S.D.]

Tabla 72. Direcciones de las Ocupaciones.

Ocupacion	Actividad	Titulares	Localización
Nodrizas	Nodrizas	Nodrizas	varias localizaciones
Practicante	Demanda	D. José García Royo	Pl.Congregación,72

	Farmacia		
Optica	Optica	Juan Lubat	Calle Zaragoza,34 y 36 (1)
Ortopedia	Herniario Transeunte	D. Carlos Notton Favette	Fonda de Europa
Optica	Optica	F. Raffi	Pl.Santa Catalina,17
Ortopedia	Ortopedia Transeunte	Ortopedia Española	Fonda del Universo.
Ortopedia	Ortopedistas	Oliete e Hijo	Sagrario San Francisco,7
Practicante	Demanda Farmacia	Rives	Mercado,40
Enfermero	Demanda	[S.D.]	Pl. de las Moscas,4,2º
Practicante	Demanda Farmacia	D. Ignacio costas	[S.D.]
Practicante	Oferta Farmacia	D. Juan B. Sanz	Nave,19
Inventor	Timpanos Artificiales	J.H. Nicholson	4,rue Drouot, Paris

TRASLADOS

(1) Zaragoza,24

Aguas, Baños y Balnearios

En los dos periódicos diarios aparecen 34 anuncios, de ellos en EMV se publican 9 de Baños y Balnearios y 3 de Aguas. En el caso del LP, 17 anuncios son de Baños y Balnearios y 5 de Aguas. Un dato interesante son los 6 anuncios de Baños en la provincia de Valencia que se publicitan en ambos periódicos.

La publicación de anuncios de instalaciones de fuera de la provincia de Valencia. En el EMV se publican una de Alicante y otra de Castellón, en el LP se anuncian: Alicante ,Guipúzcoa, Murcia, Tarragona, Barcelona y Castellón con dos.

CONCLUSIONES

- Hemos reunido un total de 483 anuncios diferentes de tema farmacéutico y sanitario correspondientes a un total de 366 anunciantes distintos a lo largo de 1886 en *El Mercantil Valenciano* y *Las Provincias*. Se publicaron un total de 10.124 días, es decir, supusieron un total de 10124 inserciones a lo largo del año.
- Hemos distinguido, y analizado separadamente Productos farmacéuticos (314 anuncios; 7073 inserciones), Aguas, Baños y Balnearios (67anuncios; 844 inserciones) y Ocupaciones y Profesiones (102 anuncios; 2207 inserciones).
- El diario *Las Provincias* supera en número total de anuncios al periódico *El Mercantil Valenciano*, tanto utilizando el criterio de Listado (anunciantes diferentes y versiones) como de Inventario (anuncios diferentes). Se confirma la tendencia en el estudio realizado de las cabeceras de ambos periódicos al iniciar esta memoria, véase Tabla número 60, y los resultados finales recogidos en las Tablas número 61 y 62 .
- Las diferencias entre el número total de anuncios del criterio de Listado y del criterio de Inventario en los dos periódicos analizados es de 107 (483-366). Esta diferencia representa el 24,22% sobre el total de los anuncios de criterio de Listado. ¿Qué nos indica? que el 75,78% de los anuncios son fijos, sin variación en los textos y menos en los apartados gráficos.
- Si LP (194) publica más anuncios totales que EMV (172) su traducción a inserciones publicitarias es en EMV (4994 días) y LP (5130 días). Una diferencia a favor de LP de 136 días más. Pero matizando, hay que introducir el concepto de rentabilidad publicitaria-económica. Hay que relacionar la cantidad de anuncios diferentes con el número de días insertados. Así observamos que en Productos pese a que LP publica más anuncios diferentes, en EMV se publican 91 días más. En el epígrafe de Baños donde LP publica más anuncios también se publican 356 días más. Sin embargo en Profesiones donde EMV publica más anuncios que LP, también se insertan 129 días más.
- En el apartado de Productos hay un predominio de extranjeros, en EMV (46) y LP (63). En primera instancia nos indica una mayor conexión con el extranjero del diario *Las Provincias*, no solo del modo

cuantitativo sino también del cualitativo con 1561 inserciones a lo largo del año, frente a las 1218 inserciones de EMV. Sin embargo *El Mercantil Valenciano* es líder en Productos Locales con 44 productos y 1537 reclamos anunciados, frente a los 29 productos y 830 inserciones de LP. Para los Productos Nacional *Las Provincias* publica 43 anuncios y 1100 inserciones frente al EMV con 31 anuncios y 827 inserciones.

- En el registro de Ocupaciones y Profesiones, por Áreas de Actividad Sanitaria el orden de mayor a menor frecuencia es Medicina, Farmacia, Óptica y Ortopedia. Dentro de la Medicina exceptuando las nodrizas, los primeros son los dentistas.
- Para Aguas, Baños y Balnearios es mayoritaria la publicidad en *Las Provincias*. Debido en el caso de los Balnearios, a los anunciantes de fuera de la Comunidad Valenciana, y para las Aguas minero medicinales ocurre lo mismo.
- Se hace necesario investigar un periodo anual y en dos medios informativos para evitar sorpresas. Se constata la existencia de anuncios no coincidentes, es decir, solo se publican en uno de los dos periódicos. Así de Productos en EMV 45 son anunciantes diferentes y en LP 59. Para el caso de Ocupaciones y Profesiones, en EMV 19 y en LP 17. En apartado de Aguas, Baños y Balnearios, en EMV 2 y en LP 12.
- Se continúa insertando anuncios de específicos, contraviniendo lo dispuesto en las Ordenanzas de Farmacia de 1860, donde estaba prohibida su presencia publicitaria en la prensa no profesional.
- Una gran parte de anuncios se corresponden con “remedios secretos”. Son productos que utilizan el reclamo publicitario para su difusión. Usan un nombre de fantasía y reivindican sus propiedades terapéuticas usando argumentos de autoridad (médicos, hospitales, academias,...) para convencer al enfermos de su seriedad y el carácter científico de su “remedio”. Entre ellos destacan los casos de las Píldoras Holloway (LP nº1), Elixir estomacal de Mariazell (EMV nº 82) y el Bálsamo Anti-reumático de Fullola (EMV nº 96).

- Desde el punto de vista iconográfico, en los recursos publicitarios la combinación entre texto e imagen se encuentra inclinada hacia el texto. Dado que tecnológicamente a la imagen solo se pueden aplicar técnicas gráficas.
- Desde el punto de vista informativo, los mayores anunciantes se apoyan en lo que hemos denominado Anuncio Noticia. Ya sea con testimonios de los pacientes, de los médicos o simple auto publicidad. Emulsión Scott (EMV n° 2) publica 33 Anuncios Noticia con referencias de médicos, y en(LP n° 4) publica un anuncio gigante con recomendación de 103 médicos. Las Píldoras Holloway (LP n°1) con 12 Anuncios Noticia, Caldo Cibils (LP n° 23) con 8 Anuncios Noticia, algunos apoyados en testimonios de médicos, y Licor del polo (LP n° 18) inserta 13 Anuncios Noticia de auto publicidad. Por último, las Pastillas del Dr. Andreu (EMV n°102) con 7 Anuncios Noticia y en (LP n° 92) coloca 10 Anuncios Noticia.
- Se constata la continuidad de la presencia de específicos extranjeros y en particular de nacionalidad francesa, cuya publicidad es mayoritaria. Destaca el caso de Grimault & Cia, en algunos anuncios aparece como titular y en otros aparece enmascarado como distribuidor. Lo averiguamos porque la dirección postal (8, rue Vivienne) aparece en el faldón o cierre de algunas publicidades.
- La aparición de nuevas formas farmacéuticas para facilitar la administración del medicamento, muchas veces ligadas a la publicidad de productos extranjeros. Entre ellas las cápsulas, Cápsulas Thevenot (EMV n° 87 y LP n° 88), Cápsulas Raquin (EMV n° 57 y LP n° 65), Cápsulas de sulfato de quinina de Pelletier (EMV n° 79 y LP n° 90) y un valenciano con sus Tubos y cápsulas de Terebento del Dr. Costas (LP n° 115). Además los inyectables como Injection Brou (EMV n°110 y LP n° 130), Inyección Raquin (EMV n° 55 y LP n° 66) y Inyección Grimault al mático (EMV n° 112).
- La combinación de las Agencias de noticias Havas en París con su sucursal en España la Agencia Fabra, hace que las noticias de extranjero tengan una dominante francesa que finaliza cuando los periódicos madrileños envían corresponsales a la capital francesa. Existía un paralelismo entre la circulación de noticias y de anuncios.

- Se confirma un cierto grado de organización en el mundo publicitario. A mediados de octubre en *El Mercantil Valenciano* se publicitan unas tarifas especiales mediante contrato para publicidades durante tres meses. Nos indica la aparición de “agentes” dedicados a esta intermediación.
- La publicidad en periódicos está iniciando su actividad, a veces hemos detectado “campañas orquestadas”, sobre todo en productos extranjeros. Se constata la existencia de C.A. Saavedra con dirección en París y en Madrid que coordinará esas campañas publicitarias y de venta de productos. A su vez, hemos localizado dos cartas de una de las primeras agencias de publicidad, Roldós y Cía. a dos de los mayores anunciantes como Salustiano Orive Otero (1888) y el doctor Andreu (1876).
- El problema del intrusismo en el campo de los medicamentos se mantiene sobre todo con los drogueros. Los “Polvos Antifistulosos Azorin” (EMV-35) aparecen “De venta en todas las Farmacias de España”, sin embargo la venta al por mayor en “Sres. Blas Cuesta e hijos”, una conocida droguería de Valencia. A su vez hemos encontrado la aparición de “doctores” en varios productos, el Bálsamo Dabay (EMV nº100 y LP nº 102) de un doctor Abad. Las pastillas pectorales y calmantes del Dr. Marques (LP nº 76) cuya venta se realiza por correo. También la aparición de las Farmacias Militares, que provocan una disminución de las ventas, que entran en contradicción con el aumento de la Contribución Industrial para los farmacéuticos establecidos.
- En diversos anuncios (EMV nº35, 45 y 103) y (LP nº 8, 41 y 114) aparecen las siguientes denominaciones: Blas Cuesta e Hijos, Almacén droguería San Antonio y Droguería San Antonio. Según (Bailly-Bailliere, 1886,1768) estas denominaciones aparecen localizadas en la Plaza Mercado 70 -71. Parece ser que el farmacéutico Francisco Calvo Sebastián avaló a esta droguería, convirtiéndose con el tiempo en Farmacia San Antonio. Aunque en las fechas de nuestra investigación este farmacéutico aparece ejerciendo en Correjería, 12 y confirmado en esa ubicación entre los años de 1866 hasta 1888. En un almanaque para 1907 aparecen en las portadas: la Droguería San Antonio en el número 70 y la Farmacia San Antonio en el número 71. También decir que Francisco Calvo fallece en 1896 y por eso la

Farmacia San Antonio aparece a nombre de “Viuda e hijo del Dr. Calvo”.



Figura 446. Almanaque de Farmacia San Antonio, 1907.

- Existe una corriente de farmacéuticos que intentan hacer frente a la penetración de productos extranjeros, el caso del valenciano Sanchez, que en (EMV n° 61 y 68) lo denuncia. Otros reaccionan colocando argumentos en contra de productos populares como la “Emulsión Scott”, en los anuncios de sus productos similares, la Emulsión Quesada (EMV n° 33 y LP n° 26) indican sus diferencias como: frasco de mayor tamaño y preparación semanal y la Emulsión Costas (EMV n° 81 y LP n° 32) entre otros.
- Los anuncios publicitarios nos han proporcionado información del sector sanitario. Hemos elaborado unos directorios de Ocupaciones y Profesiones Sanitarias que servirán para futuras investigaciones.

BIBLIOGRAFIA

- 1.- AGUIRRE MARCO, C.P.(2012). Marañón en *El Imparcial*, 1898-1930 Comunicación a la XII Trobada d'Historia de la Ciència i de la Tècnica, Societat Catalana d'Historia de la Ciencia i de la Tècnica. Valencia, 15-18 de noviembre de 2012.
- 2.- AGUIRRE MARCO, C.P.; FRESQUET FEBRER,J.L. (2011). La peste de Oporto en la prensa diaria : *El Imparcial y Las Provincias* (1899-1900). En: *Transmisión del conocimiento médico e internacionalización de las practicas sanitarias: una reflexión histórica* . Sociedad Española de Historia de la Medicina. Universidad de Castilla- la Mancha. 505-509. URL:<http://hdl.handle.net/10261/50010>.
- 3.- AIESTARAN YARZA, A. et al. (2014). La información sobre salud y medicina en los diarios de la Comunidad Autónoma Vasca y Navarra. *Ámbitos. Revista internacional de comunicación*,26,81-90.
- 4.- ALBARRACIN TEULON,A. (1972). Intrusos, charlatanes, secretistas y curanderos. *Asclepio*, 24, 323-366.
- 5.- ALEGRE PEREZ M.E.,GIL ALEGRE M.E.(1992). *La farmacia en el siglo XIX*. Madrid, Ediciones Akal.
- 6.- ALVAREZ FERNÁNDEZ, J.T.(1981). *Restauración y prensa de masas. Los engranajes de un sistema (1875-1883)*.Pamplona,Eunsa.
- 7.- ALTABELLA, J.(1970). *Las Provincias eje histórico del periodismo valenciano_1866-1969*. Madrid, Editora Nacional.
- 8.- ANDRÉ-PONTIER,L. (1900), *Histoire de la pharmacie*, Paris, Octave Dion Editeur.
- 9.- ANUARIO *del comercio, de la industria, de la magistratura y de la administración*. (1886). Madrid, Carlos Bailly-Baillièere.
- 10.- ARTOLA, M.(1990). *La burguesía revolucionaria (1808-1874)*. Madrid, Alianza editorial.
- 11.- BALLESTER AÑÓN,R.; PORRAS GALLO,I (2007). *Child protection as political resource: the influence of international agency recommendations on health campaigns against poliomyelitis in Spain (1940-1975)*. Linköping (Suecia).

- 12.- BALLESTER AÑÓN, R.; PORRAS GALLO, I.; BÁGUENA CERVELLERA, M.J. (2007a). *Health, development and the rural environment the case of poliomyelitis in Spain (1940-1975)*. Londres, 2007, reunión de la *European Association of History of Medicine*.
- 13.- BALLESTER AÑÓN, R.; PORRAS GALLO, I.; BÁGUENA CERVELLERA, M.J. (2007b). *Spanish health services and polio epidemics (1940-1980)*. Swansea (Gran Bretaña),2007, Simposium sobre "Children, disability and community care from 1850 to present day".
- 14.- BELLOGIN, A.(1888) Hierro soluble de Leras (I), *La Farmacia Española*,20,(22) , 343-345.
- 15.- BELLOGIN, A. ; SIBONI L. (1888). *Perfiles y semblanzas profesionales*.Barcelona, Imprenta Pardo Ortega.
- 16.- BOATELLA RIERA, J. (2012). Terapéutica bromatológica, a finales del siglo XIX, *Ars Pharm*,53(1):23-27.
- 17.- BOTREL, J.F.(1993). *Libros, prensa y lectura en la España del siglo XIX*. Madrid, Fundación Germán Sánchez Ruipérez.
- 18.- BOUCHARDAT, A. (1858). *Novísimo Formulario Magistral*. Segunda ed., Madrid, Bailly-Bailliere.
- 19.- BOZAL FERNANDEZ, V. (1979). *La ilustración gráfica del siglo XIX en España*. Madrid, Alberto Corazon, editor.
- 20.- BLASCO R. (1983). *La prensa del país valencià 1790-1983*. Valencia, Institución Alfonso el Magnánimo/Diputación de Valencia.
- 21.- CALBET CAMARASA, J.M. (1967). *Prensa médica en Cataluña (hasta 1900)*.Universidad de Barcelona, Tesis doctoral.
- 22.- CANSECO GONZALEZ, M.C. (2011). *Hidroterapia y Farmacia a través de la Revista "Los Avisos"*. Universidad Complutense de Madrid, Tesis doctoral.
- 23.- CARMOUCHE (1885). *Dictionaire médical et thérapeutique des spécialités pharmaceutiques et médicales*.1ª ed, Paris, V.Goupy et Jourdan.

- 24.- CARRERAS, A. ; TAFUNELL, X. coord. (2005). *Estadísticas históricas de España: siglo XIX-XX*. 3 volúmenes. 2ª ed. Bilbao, Fundación BBVA.
- 25.- J. (1992). *Diccionario ideológico de la lengua española*. 2ª ed. Barcelona, Editorial Gustavo Gili.
- 26.- CERBELAUD, R. (1920). *Formulaire des principaux spécialités de parfumerie et de pharmacie*. Paris, René Cerbelaud.
- 27.- CERVERA BAÑULS, D. (1976). *La prensa valenciana en su aportación a la "Renaixença"*. Valencia, Ayuntamiento de Valencia.
- 28.- CHIARLONE, Q. ; MALLAINA, C. (1865). *Historia de la Farmacia*. 2ª ed, Madrid. Imprenta Ducazcal.
- 29.- CORNET I ARBOIX, R. (1988). *Farmàcies i farmacèutics del segle XIX a Manresa*. 2 vols. Manresa, Caixa d'estalvis de Manresa.
- 30.- CORNET I ARBOIX, R (1988). Anuncis i Medicaments, *Gimbernat* 10,107-114.
- 31.- DIAZ Y DE OVANDO, C (1990). *Odontología y publicidad en la prensa mexicana del siglo XIX*. México DF. Universidad Nacional Autónoma de México.
- 32.- DICCIONARIO de la Lengua Española.(1992) 21ª ed., 2 vols. Madrid, Real Academia Española .
- 33.- DICCIONARIO terminológico de Ciencias Médicas. (1977), 11ª ed. Barcelona, Editorial Salvat.
- 34.- DIDOT-BOTTIN, (1864). *Annuaire-Almanach du commerce de l'industrie de la magistrature et de l'administration*. Paris, Firmin Didot Frères,Fils et Cie.
- 35.- DORVEAULT, (1886). *L'officine, ou repertoire de pharmacie pratique. Onzième edition*. Paris, Asselin &Houzeau.
- 36.- DUSART, L. (1885). *Investigaciones experimentales acerca de la acción fisiológica y terapéutica del Fosfato de Cal*. Paris,8 rue Vivienne.

- 37.- ESCALAFÓN *de Antigüedad de los Catedráticos Numerarios de las Universidades del Reino en 1 de Enero de 1907*. Ministerio de Instrucción Pública y Bellas Artes .Subsecretaria. Sección de Estadística.Madrid, Imprenta del Colegio Nacional de Sordomudos y Ciegos
- 38.- ESPINA, A. (1960). *El cuarto poder, cien años de periodismo español*. Madrid, Aguilar ediciones.
- 39.- EGUIZABAL MAZA, R. (1998). *Historia de la publicidad*. Madrid, editorial Eresma & Celeste ediciones.
- 40.- FARMACOPEA *Oficial Española*.(1884). Sexta ed., Madrid. Tipografía de Gregorio Estrada.
- 41.- FARMACOPEA *Oficial Española*. (1905). Séptima ed., Madrid. M. Romero impresor.
- 42.- FRANCES CASAUPE, M.C. (1975). *Estudio Histórico de la Especialidad Farmacéutica en España*. Madrid, Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Farmacia.
- 43.- FRESQUET FEBRER, J.L. (2011a). La imagen de la salud y la medicina a través del diario Las Provincias 1898-1930. *En Transmisión del conocimiento médico e internacionalización de las prácticas sanitarias: una reflexión histórica*. Sociedad Española de Historia de la Medicina. Universidad de Castilla-la Mancha. Pp.511-515. URL: <http://hdl.handle.net/1026/49939>.
- 44.- FRESQUET FEBRER , J.L. (2011b). El 606 en España: una historia de seis meses contada por la prensa. *Anales* (Reial Acadèmia de Medicina de la Comunitat Valenciana) nº12, 23 págs.
- 45.- FRESQUET FEBRER , J.L. (2011c). La introducción del ‘606’ en España contada por la prensa diaria *El Argonauta español* ,8 (Ejemplar dedicado a :Médecine et presse médicales en Espagne:entre les savoir et les pouvoirs (XIXe siècle-premier tiers du XXe siècle).

- 46.- FRESQUET FEBRER, J. L.; MICÓ NAVARRO, J.A. (2012). *La imagen de la salud y de la medicina en la prensa diaria: El Imparcial (1898-1930)*. Comunicación a las XII Trobada d'Història de la Ciència i de la Tècnica, Societat catalana d'Història de la Ciència i de la Tècnica. Valencia, 15-18 noviembre 2012.
- 47.- FRESQUET FEBRER, J. L.; MICÓ NAVARRO, J.A. (2012). *Los profesionales de la salud en Las Provincias (1898-1930)*. Comunicación a las XII Trobada d'Història de la Ciència i de la Tècnica, Societat catalana d'Història de la Ciència i de la Tècnica. Valencia , 15-18 noviembre 2012.
- 48.- FRESQUET FEBRER, J.L. (2015). Caciquismo y profesión médica :el caso de Alfredo Alegre,1915-1924. *Medicina e historia*, 4, 3-21.
- 49.- FRESQUET FEBRER, J.L. (2016). *El Instituto Médico Valenciano (1898-1930). De la catastrophe del 98 a la Segunda República*. (Valencia, IMV, en prensa).
- 50.- FREQUET FEBRER, J.L. (2016). Faustino Barberá Martí (1850-1924) Médico y publicista valenciano. (Valencia, COMV, en prensa).
- 51.- FOLCH JOU, G; SUÑÉ ARBUSSÁ, J.M.; VALVERDE LOPEZ, J.L. (1986). *Historia General de la Farmacia*. 2 vols. Madrid, Ediciones del Sol.
- 52.- FUENTES, J.F.; FERNÁNDEZ SEBASTIÁN, J. (1997). *Historia del periodismo español, Prensa, política y opinión pública en la España contemporánea*. Madrid, Síntesis.
- 53.- GARCIA DEL REAL ,E. (1934). *Terapéutica infantil*. Madrid, Espasa-Calpe S.A.
- 54.- GARCIA FONT, J. (1969). *El mensaje publicitario*. Barcelona, Editorial Fama.
- 55.- GARCIA RUESCAS, F. (1971). *Historia de la publicidad*. Madrid, Editora Nacional.

- 56.- GARCIA DE TORRES, E. (2004). La evolución de los contenidos de la prensa valenciana en el siglo XX: secciones y organización de la información. El diario *Las Provincias* (1903-2003). *Serie Histórica*, 26, 39-70
- 57.- GAUTIER, M.; RENAULT, F. (1901). *Nouveau formulaire des spécialités pharmaceutiques pour 1901*. Paris, Librairie J-B Baillièrre et fils.
- 58.- ENCICLOPEDIA *de la Comunidad Valenciana*. (2005). 18 vols. Valencia, Editorial Prensa Valenciana.
- 59.- GIMENO SORO, I. (1986). *La Ciència Mèdica al Diario de Valencia (1790-1795)*. Valencia: Universidad de Valencia. Tesis licenciatura.
- 60.- GOMEZ APARICIO, P. (1971). *Historia del Periodismo Español. De la Revolución de Septiembre al desastre colonial*. Madrid, Editora Nacional.
- 61.- GOMEZ CAAMAÑO, J.L. (1982). *Páginas de historia de la farmacia*. Espluges de Llobregat, Sociedad Nestlé A.E.P.A.
- 62.- GONZALEZ BUENO, A ; RODRIGUEZ NOZAL, R. (2003). *La Historia de la Farmacia hoy: proyectos y perspectivas de futuro. Actas de las jornadas celebradas por la Sociedad de Docentes Universitarios de Historia de la Farmacia de España (SDUHFE)*. Madrid.
- 63.- GUTIERREZ COLOMER, L. (1980). *Breve Historia de las corporaciones farmacéuticas de Madrid*. Madrid, Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid.
- 64.- GÜRTLER, A. (2005). *Historia del periódico y su evolución tipográfica*. Valencia, Campgrafic.
- 65.- HALLER, A. (1895). *L'industrie chimique*. Paris, J.-B. Baillièrre et fils.
- 66.- HENRY, N.E.; GUIBOURT, G.T. (1842). *Farmacopa razonada o Tratado de Farmacia practico y teórico*. 2 tomos, tercera edición. Madrid. Imprenta Sanchiz.

- 67.- IGNACIUK, A. (2014). Publicidad farmacéutica y género: anuncios de la “píldora” en España (1964-1985). *Medicina e Historia*,1, 4-21
- 68.- INDICADOR *General de Valencia año I* , (1888) .Valencia, Federico Doménech editor.
- 69.- JEANNEL, J.; JEANNEL, M. (1886). *Formulaire officinal et magistral international*.4ª ed. Paris, J.-B. Baillièere et fils.
- 70.- JORDI GONZALEZ, R. (1987). Aportació a la historia del medicament des de l'òptica d'una farmacia: La “Farmacia y Jaraberia del Globo” de Barcelona,*Gimbernat*,7,69-90.
- 71.- JORDI GONZALEZ, R. (1993). Divulgació de la historia d'apotecaris,apotecaries,farmacèutics i farmàcies a Catalunya, *Butlletí de la Societat d'Amics de la Història i de la Ciència Farmacèutica Catalana*,(4),25.
- 72.- JORDI GONZALEZ, R (1997). *Aportació a la historia de la farmacia catalana*. Barcelona, Fundació Uriach 1838.
- 73.- JORDI GONZALEZ,R. (2003). *COLECTANEA de “speciers”, mancebos boticarios, boticarios, farmacéuticos practicantes de farmacia y farmacéuticos en Catalunya (1207-1997)*. Palau-solità i Plegamans (Barcelona), Fundació Uriach 1838.
- 74.- KAYSER,J.(1982). *El diario francés*. Barcelona, A.T.E.
- 75.- LAFUENTE A ; SALDAÑA J.J. (coord.) (1987). *Historia de las ciencias*. Madrid, Consejo Superior de Investigaciones Científicas.
- 76.- LAGUNA PLATERO, A. (1990). *Historia del periodismo valenciano.200 años en primera plana*. Valencia, Generalitat Valenciana.
- 77.- LAGUNA, A. y RIUS I. (1991). El Diario de Valencia. Las crónicas del mundo pequeño .*Comunicación y Estudios Universitarios*,1,81-98.
- 78.- LAGUNA PLATERO, A.; MARTINEZ GALLEGO, F.(1992). *Historia del Levante. El Mercantil Valenciano* .Valencia, Prensa Valenciana S.A.

- 79.- LAGUNA, A. (1999). *El Pueblo. Historia de un diario republicano, 1894-1939*. Valencia, Institució Alfons el Magnànim.
- 80.- LAGUNA PLATERO, A. (2001). *Història de la comunicació: València, 1790-1898*. Zaragoza, Serie Aldea Global, Universitat Autònoma de Barcelona, Universitat Jaume I, Universitat Pompeu Fabra i Universitat de València.
- 81.- LAGUNA PLATERO, A.; REIG CRUAÑES, J. (coord.) (2015). *El humor en la historia de la comunicación en Europa y América*. Cuenca, Ediciones Universidad Castilla La Mancha.
- 82.- LOPEZ PIÑERO, J.M.; GARCIA BALLESTER, L.; FAUS SEVILLA, P. (1964). *Medicina y sociedad en la España del siglo XIX*. Madrid, Sociedad de Estudios y Publicaciones.
- 83.- LOPEZ PIÑERO, J.M. (1971). Hacia una ciencia sociomédica, *Medicina Española*, 65, 13-22.
- 84.- LOPEZ PIÑERO, J.M. (1971). Historia social, antropología cultural y sociología de la medicina en la enseñanza médica (Hacia una ciencia sociomédica). *Medicina e Historia*, 3, I-XVI.
- 85.- LOPEZ PIÑERO, J.M.; GARCIA BALLESTER, L. (1974). *Introducción a la medicina*. Barcelona, Editorial Ariel.
- 86.- LOPEZ PIÑERO, J.M. (1975). *Las nuevas técnicas de la investigación histórico-médica*. Valencia, Real Academia de Medicina.
- 87.- LOPEZ PIÑERO, J. M. (1979). *Ciencia y técnica en la sociedad española de los siglos XVI y XVII*. Barcelona, Editorial Labor.
- 88.- LOPEZ PIÑERO, J.M. (1987). Los modelos de investigación historicomédica y las nuevas técnicas. En: Lafuente A. y Saldaña J.J. (coord) *Historia de las Ciencias*, Madrid, CSIC, 125-150.
- 89.- LOPEZ PIÑERO, J. M. Ed. (1992). La ciencia en la España del siglo XIX. *Ayer n°7*, Madrid, Marcial Pons librero.

- 90.- LOPEZ PIÑERO, J.M.(1996) . *Las ciencias médicas en la España del siglo XIX.Discurso inauguración del curso 1996*. Valencia, Real Academia de Medicina de Valencia.
- 91.- LEBRUN, M. (1834). *Manuel complet du voyageur dans Paris* .Paris, Libraire Encyclopédique de Robet.
- 92.- LORAS LOPEZ, L. (1951). *Contribución al estudio histórico de la farmacia en Valencia, durante el siglo XIX y especialmente de su facultad*. Valencia, (s.ed.).
- 93.- LLOMBART, C. (1887). *Valencia antigua y moderna. Guia de Forasteros*. Valencia, Librería Pascual Aguilar.
- 94.- MARTINEZ GALLEGO, A. (1995). *Desarrollo y Crecimiento. La industrialización valenciana, 1834-1934*. Valencia,Generalitat Valenciana.
- 95.- MALO GARCIA, P. (1994). *Entorno histórico profesional de la limitación de farmacias a través de la revista “El Monitor de la Farmacia”*. Universidad Complutense de Madrid. Tesis doctoral.
- 96.- MERCHANT RAMIREZ, J.E. (2008).*Historia de la farmacoterapia: siglos XVIII y XIX. La farmacia monástica de la Real Cartuja de Valldemosa*. Universidad Autónoma de Barcelona. Tesis Doctoral.
- 97.- MERITA LUJAN, J. (2004). Los envases metálicos en la colección de J. Merita. En: *Actes de les VI Jornades d’Historia de la farmàcia catalana*. Barcelona. Societat d’Amics de la Historia i de la Ciència Farmacèutica Catalana. 97-102.
- 98.- MERITA LUJAN, J. (2008). Noticias científico-sanitarias de la Vall d’Albaida aparecidas en los diarios *El Mercantil Valenciano* y *Las Provincias* durante 1886. En: *V Trobades Ontinyent “Salut i societat als municipis valencians. una perspectiva històrica”*. Valencia, editorial Denes. 325-333.

- 99.- MOLINER, M. (2008). *Diccionario de uso del español. Edición Abreviada*. 3 vols. Madrid, Editorial Gredos.
- 100.- MORELL MESTRE, J. (1995). Origen del noms dels laboratoris farmacèutics actius en l'actualitat a Catalunya, *Butlletí de la Societat d'Amics de la Història i de la Ciència Farmacèutica Catalana*.4 (10),44-51.
- 101.- MUÑOZ CALVO S.(1994) *Historia de la farmacia en la España moderna y contemporánea*. Madrid, Editorial Síntesis.
- 102.- PARISEL,L.(1867). *Annuaire pharmaceutique*. Paris. J.B.. Baillièere.
- 103.- POISSON, J. (2007), De l'iodure de fer au bromure d'argent:Hippolyte Blancard pharmacien et photographe, *Revue d'histoire de la pharmacie*,94,(354),253-257.
- 104.- PORRAS GALLO, M.I. (1995). La prensa madrileña de información general ante la epidemia de gripe de 1918-19. Barcelona, *Medicina & Historia*, nº57 (Tercera época) Publicación médica Uriach.
- 105.- PORRAS GALLO, M.I. (2009). Renovación y reorganización profesional en tiempo de crisis. Farmacéuticos y veterinarios durante la gripe de 1918-1919 en España. *VARIA HISTORIA*, vol. 25, (42): p 477-498. jul.- dez.
- 106.- PUERTO SARMIENTO, F.J. (1992). Ciencia y farmacia en la España decimonónica.*Ayer*,7,153-191.
- 107.- PUERTO SARMIENTO, F.J. (1997). *El Mito de Panacea. Compendio de Historia de la Terapéutica y de la Farmacia* . Aranjuez, Doce Calles.
- 108.- PUERTO SARMIENTO, F. J. (2004). *El medicamento en el escaparate. La publicidad farmacéutica en España. Una aproximación histórica literaria. Primera parte*. Barcelona, Fundación Uriach, Ediciones Mayo.
- 109.- PUERTO SARMIENTO, F. J. (2005). *El medicamento en el escaparate. La publicidad farmacéutica en España. Una aproximación histórica literaria. Segunda parte*. Barcelona, Fundación Uriach, Ediciones Mayo.

- 110.-** REVUELTA DE LA POZA, G. ; MINELLI DE OLIVEIRA, J. (2008) .La salud y la biomedicina en la prensa diaria. Un análisis de diez años. *Periodística*, 11,55-67
- 111.-** RIBES CUENCA, J. (1986). *La Medicina i la ciència al “Diario Mercantil de Valencia en el primer any de publicació”*. Universidad de Valencia, Tesis de licenciatura.
- 112.-** RIERA PALMERO J. (coord.) (1998) .La medicina española en la generación del 98. *El Médico*,683.Saned S.A.
- 113.-** RODRIGO PERTEGAS,J.(1929). Boticas y Boticarios, *Anales del Centro de Cultura Valenciana*. 2 (4),110-153.
- 114.-** RODRIGUEZ CARRACIDO J. (1917). *Estudios histórico-críticos de la ciencia española*. Segunda ed., Madrid, Imprenta de “Alrededor del Mundo”.
- 115.-** RODRIGUEZ NOZAL, R. (2000). Orígenes ,desarrollo y consolidación de la industria farmacéutica española (ca. 1850-1936) *Asclepio*,LII (1),127-159.
- 116.-** RODRÍGUEZ NOZAL, R.(2004). *Farmacia e industria, Uriach, Cambronero, Gallego*. Tres Cantos, Nivola Libros.
- 117.-** RODRIGUEZ NOZAL,R.; GONZALEZ BUENO, A. (2005). *Entre el arte y la técnica.Los orígenes de la fabricación industrial del medicamento*. Madrid, CSIC.
- 118.-** RODRIGUEZ NOZAL, R ; GONZALEZ BUENO, A. (coord.) (2008). *El medicamento de fabricación industrial en la España contemporánea*. Madrid, C.E.R.S.A.
- 119.-** ROLDAN GUERRERO, R. (1958-1976). *Diccionario biográfico y bibliográfico de autores farmacéuticos españoles*. 4 tomos. Madrid. IMPHOE.
- 120.-** RONQUILLO, J. O. (1867). *Observaciones sobre la intrusión farmacéutica*. Barcelona, Establecimiento Tipográfico Narciso Ramírez y Comp^a.

- 121.-** RUIZ JIMENEZ, M.T. (1990). *La Exposición Farmacéutica Nacional de 1882, organizada por el Colegio de Farmacéuticos de Madrid, y la fabricación industrial del medicamento*. Universidad Complutense de Madrid. Tesis doctoral.
- 122.-** RUIZ SOMAVILLA, M.J. (2000). La Societé de Chimie Médicale y la institucionalización de la química médica en el Paris de la restauración. *Cronos* 3,(1),143-171.
- 123.-** SALAVERT ,V.L.; SOLER A.et al (2000). La presència de la ciència en la premsa periòdica valenciana en 1898. En: *Actes de les V Trobades d'història de la ciència i de la tècnica*. Barcelona, Societat Catalana d'Història de la Ciència i de la Tècnica, 511-519.
- 124.-** SALAVERT ,V.L.; URIÓS J.E. (2000). El delito en la prensa diaria valenciana de finales del siglo XIX: Las Provincias (1875-1886). En: *Actes de les V Trobades d'història de la ciència i de la tècnica*. Barcelona, Societat Catalana d'Història de la Ciència i de la Tècnica, 535-540.
- 125.-** SANCHEZ SANTIRÓ, E. (1998). *Científics i professionals:La Facultat de Ciències de València (1857-1939)*.Valencia, Universitat València.
- 126.-** SEOANE, M.C. (1983). *Historia del periodismo en España, II El siglo XIX*. Madrid, Alianza Editorial.
- 127.-** SOLER SAIZ , A. (1979). *Aportación al estudio de la literatura química en el periodismo médico-farmacéutico español*. Universidad de Valencia. Tesis doctoral.
- 128.-** SOLER, A. ; PORTELA, E. (1979). La química en el periodismo médico-farmacéutico español (1851-1868). Aspectos generales. *Llull*,2 (4),73-83.
- 129.-** SOLER,A.; PORTELA, A. (1992). La química española en el siglo XIX. *Ayer*,7,85-107.
- 130.-** SORNI ESTEVA, X (2008). Barcelona,1821.Arriba el sulfat de quinina. *Revista de la Societat Catalana d'Història de la Farmàcia*,3,(8),7-18.

- 131.- SPÀ VERA R.(2001). *La farmacia Spà 300 ANYS A Mataró 1701-2001*.Mataró, Ramón Spà i Vera.
- 132.- S.F. (1992). *Nestlé y la alimentación infantil*. Barcelona, Sociedad Nestlé, A.E.P.A.
- 133.- TERROU, F.(1969). *La información*. Caracas, Monte Avila Editores.
- 134.- TUÑÓN DE LARA, M.,ELORZA, A., PEREZ LEDESMA, M., (1975). *Prensa y sociedad en España, 1820-1936*.Madrid. Edicusa.
- 135.- TRAMOYERES BLASCO, L. *Catálogo de los periódicos de Valencia. De la revista de Valencia 1880-81*. Edición facsímil. Valencia, Librería Paris-Valencia,(s.a).
- 136.- VALLS, J.F. (1988). *Prensa y burguesía en el XIX español*. Barcelona. Editorial Anthropos.
- 137.- VALVERDE LOPEZ, J.L. , LLOPIS GÓNZALEZ, A.(1979). *Estudio sobre los fueros y privilegios del antiguo Colegio de Apotecarios de Valencia*.Granada, Universidad de Granada.
- 138.- VAZQUEZ MONTALBAN, M. (1980). *Historia y comunicación social*. Barcelona, Editorial Bruguera.
- 139.- VILLACORTA ORTIZ, L.(1999). Hemeroteca Municipal de Alicante: anuncios publicitarios en la prensa alicantina referentes a salud (1813-1900). En: IV Trobades “*Beneficència i Sanitat en el municipis valencians (1813-1942)*”.Alcoi,Seminari d’Estudis sobre la Ciència,Associació Cultural Alcoià-Comtat/Centre Alcoià d’Estudis Històrics i Arqueològics.125-137.
- 140.- VV.AA. (1984). *Historia del medicamento*. Barcelona, Ediciones Doyma S.A.
- 141.- WEILL, G.(1962). *El periódico*. Mexico, UTEHA.

APÉNDICE DOCUMENTAL
A N U N C I O S

Vamos a proceder a reproducir todos los anuncios publicitarios que no se han reproducido en el trabajo de investigación. Se utiliza como esqueleto el orden establecido en los inventarios. Se persiguen dos finalidades: mantener la claridad, no generar confusión y permitir su localización más eficaz.

El orden de publicación de los inventarios ha sido el siguiente:

- Inventario de Productos en el *El Mercantil Valenciano*.
- Inventario de Productos en el *Las Provincias*.
- Inventario Ocupaciones y Profesiones Sanitarias en *El Mercantil Valenciano*.
- Inventario Ocupaciones y Profesiones Sanitarias en *Las Provincias*.
- Inventario de Aguas, Baños y Balnearios en *El Mercantil Valenciano*.
- Inventario de Aguas, Baños y Balnearios en *Las Provincias*.

1.- Discos Fé (AC)



GASTRALGIA.
DISCOS FÉ.
EL ÚLTIMO DE LOS DESCUBRIMIENTOS.

Un disco tomado en el momento del dolor, lo hace desaparecer repentinamente.

Un disco tomado después de cada comida, evita el ataque de gastralgia.

San Vicente, 177.—Botica de FÉ.

Figura 1. Primer anuncio.



GASTRALGIA.

Los discos de FE la curan radicalmente.

El crédito que ha adquirido este medicamento garantiza su verdad.

Pedidos por correo.
San Vicente, 177, Botica.

Figura 2. Segundo anuncio.

2.- Emulsión de Scott (AC)

EMULSION
DE
SCOTT
de Aceite Puro de
HIGADO DE BACALAO
con Hipofosfitos de Cal y de Sosa.

ES TAN AGRADABLE AL PALADAR COMO LA LECHE.

Posee todas las virtudes del Aceite Crudo de Hígado de Bacalao, más las de los Hipofosfitos. Nutre y fortifica mucho. Además

Cura la Tisis,
Cura la Escrófula,
Cura la Demacración,
Cura la Debilidad General,
Cura el Reumatismo,
Cura la Tosa y Resfriados,
Cura el Raquitismo en los Niños.

Es recetada por los médicos, es de olor y sabor agradable, de fácil digestión, y la soportan los estómagos más delicados.

De venta en todas las Boticas y Droguerías. SCOTT & BOWNE, Galesburg, N.Y. - N.Y. - N.Y.

Depósito general en España para la venta al por mayor, Sr. VICENTE FRANK & C. - BARCELONA.

Frascos grandes á 2.25 rs uno
Adem pequeños á 1.12 id. id.

Figura 3. Primer anuncio.

EMULSION DE SCOTT
DE ACEITE PURO DE
HÍGADO DE BACALAO
Con Hipofosfitos de Cal y de Sosa.

ES TAN AGRADABLE AL PALADAR COMO LA LECHE.

Posee todas las virtudes del Aceite Crudo de Hígado de Bacalao, más las de los Hipofosfitos. Nutre y fortifica mucho. Además.

CURA LA TISIS. CURA LA ESCRÓFULA. CURA LA DEMACRACION.
CURA LA DEBILIDAD GENERAL. CURA EL REUMATISMO.
CURA LA TOS Y RESFRIADOS. CURA EL RAQUITISMO EN LOS NIÑOS.

Es recetada por los médicos, es de olor y sabor agradable, de fácil digestión, y la soportan los estómagos más delicados.

De venta en todas las Boticas y Droguerías, SCOTT & BOWNE, N. YORK.

Figura 4. Segundo anuncio.

3.-Pildoras Doctor Dehaut (AC)

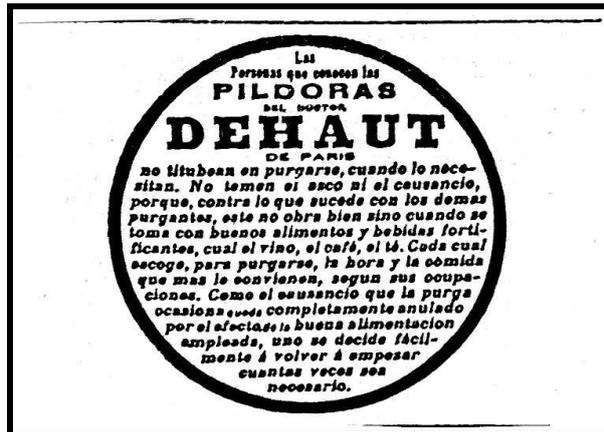


Figura 5. Primer anuncio.

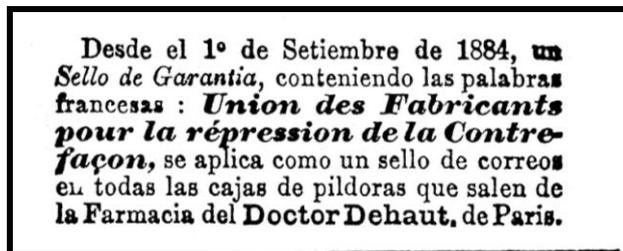


Figura 6. Segundo anuncio.

4.-Enolaturu Zarza Costas



Figura 7. Primer anuncio.

5.- Citrato efervescente al cerio de Milla



EMBARAZO.

Sus VOMITOS INCOERCIBLES, NAUSEAS, mareos, DISPEPSIAS, etc. Se curan con una sola cucharada del CITRATO EFERVESCENTE AL CERIO de MILLA, farmacéutico en Denia.

Dr. POSITAROS —Valencia: Costa y Dr. Climent.—Cabañal, Moralés.—Caragente: Bonora.—Yequera: Simarro —Utiel: Cubells —Alcira: Fontana—Iberique: Fabra.—Gandia: Chelvi.

Figura 8. Primer anuncio.

6.-Vino Tónico-Aromático de Baixauli



VINO TONICO-AROMATICO
DE BAIXAULI.

Infalible contra la inapetencia, dispepsias, gastralgias, clorosis, anemias, enfermedades por pobreza de sangre intermitentes, enfermedades del sistema nervioso, convalecencias, etcétera, etc.

Precio del frasco, 14 reales.

Depósito general: Farmacia y laboratorio químico del Dr. Fuster, sucesor BAIXAULI, Mar, 47, Valencia.

1 AVELLANAS. 1

Figura 9. Primer anuncio.

7.-Caramelos vegetales de Fé (AC)

Anuncio primero, véase texto.

**A
los
enfermos
de**

Constipado ó Tos.

El único remedio infalible para la inmediata curacion de las enfermedades arriba citadas, es el conocido con el nombre de **CARAMELOS VEGETALES**

FÉ

Los legítimos únicamente se venden en los establecimientos siguientes:
Valencia.—Botica de FÉ, calle de San Vicente, 177, esquina á la de las Almas.
Castellon.—Botica de PI-TARCH, calle de Zapateros.

Figura 10. Segundo anuncio.

TOS-CONSTIPADOS.

No se ha inventado remedio más eficaz para la curacion de aquellas dolencias, que los caramelos vegetales de FÉ.

Pedidos por correo.

SAN VICENTE, 177, BÓTICA.

Figura 11. Tercer anuncio.

8.- Grageas esencia de Sándalo de Costas

Grageas de ESENCIA DE SÁNDALO,
bálsamo Copaliba y Cubebas.

Estás grageas se recomiendan por su rápido y seguro resultado para la curacion de las gonorreas y todo flujo blanco.—Frasco 10 rs.
Farmacia de Costas, Sombrerería, 5, Valencia.

Figura 12. Primer Anuncio.

9.- Pomada Anti-Oftálmica del Dr. Fuster

Anuncio, véase el texto.

10.-Pocion Bru

Curacion del garrotillo (Croup).

Pocion Brú: específico de seguros resultados como probados en multitud de casos en la última epidemia-diftérica, como asimismo para evitar la enfermedad.

Farmacia del doctor Quesada, plaza de la Merced 7 (junto al Mercado).

Figura 13. Primer anuncio.

11.-Pastillas Balsámico-Pectorales

**PASTILLAS
BALSAMICO-PECTORALES**

La favorable acogida que estas pastillas tienen desde hace mas de 15 años, demuestra claramente que es el mejor pectoral que se ha preparado para la curacion de las enfermedades del pecho, bronquitis aguda, y especialmente de la tos seca, la espasmódica, la cavernosa, el asma y crup.

Precio de la caja. 6 rs.

Depósito principal en Valencia: farmacia y laboratorio químico del Dr. Fuster, Mar. 47, y Avellanas, 1. Sucesor E. BAIXAULI.

Depositarios: Albacete, Sr. Martinez Garcia; Alberique, D. Magin Font; Alcira, Sr. Estruch; Alcoy, Sr. Alfonso; Alicante, Sr. Selser; Benicarló, Sr. Barrachina Diaz; Castellón, Sr. Ferrer; Denia, Sr. Camarena; Enguera, Sr. Martí; Gandia, Sr. Bonda; Jativa, Sr. Selser; Requena, Sr. Simarro; Sueca, señor Llerandi; Silla, Sr. Gastaldo; Tarragona, Sr. Fontova; Vinarez, señor Esteller.

Figura 14. Primer anuncio.

12.-Aceite Bacalao Yodo-ferruginoso Dr. Pedro Fuster

ACEITE DE BACALAO
Yodo-ferruginoso.
PREPARADO POR EL DOCTOR
D. Pedro Fuster
doctor en las facultades de Ciencias y Farmacia, catedrático numerario de Agricultura y académico de la real y nacional de Medicina de Valencia.

El suministrar este precioso aceite con el yodo y el hierro, ha sido siempre una de las principales aspiraciones de la medicina, pero se ha tropezado con graves dificultades para su elaboración, expendiéndose en el comercio un aceite con el nombre del nuestro, pero que solo es aceite oscuro, sin hierro, por cuyo razon debe exigirse nuestra firma.

Se administra para la curación de la clorosis, principalmente la que es determinada por una caquexia escrofulosa, la leucorrea infantes escrofulosos, exostosis sífilíticas para combatir las enfermedades de la piel, como el lupus, ictisis, avuz, etc. Es un específico contra el empobrecimiento general de la economía, es un germen fecundo de calorización y el principal reconstituyente de los niños endebles y raquíticos.

Precio: Frasco grande, 20 rs: idem pequeño, 8.

Figura 15. Primer anuncio.

13.-Elixir Español

GRAN REMEDIO PARA LA BOCA
ELEXIR ESPAÑOL.

Aprobado por la Academia Médico-Farmacéutica de Barcelona.

El mas calmante y astringente que se conoce: compite con gran ventaja con los mejores dentífricos extranjeros. Calma el dolor de muelas por agudo que sea; fortifica y limpia la dentadura: cura y preserva el escorbuto, el sarro y la fetidez del aliento. De venta en las principales farmacias y perfumerías.

Figura 16. Primer anuncio.

14.- Quinina Dulce (AC)

¡QUININA DULCE!

Sin rival, contra calenturas, para niños y adultos delicados. En Valencia, farmacias de Fabiá y Greus. Va por correo, prospectos gratis. Su autor, Dr. Santoyo, de Linares (Jaén).

Figura 17. Primer anuncio.

¡QUININA DULCE!
FEBRIFUGO INFANTIL SANTOYO.

Sin rival contra calenturas por su eficacia y buen sabor. Tónico y aperitivo excelente, que puede también emplearse con gran ventaja como preservativo de las intermitentes en los países pantanosos.

La prensa médica y muchos profesores distinguidos declaran que LLENA UN GRAN VACIO EN LA TERAPÉUTICA INFANTIL. Aunque su sabor repetitivo (que constituye el mérito principal de este producto) lo recomiende con especialidad para los niños, es igualmente aplicable á los adultos. Su poder curativo resulta siempre muy superior al del sulfato de quinina ordinario.

Hay PAPELES (polvo) de uno y de dos granos que se administran muy bien, disueltos en una cucharadita de leche ó de agua, á los niños más tiernos; y NAPOLITANAS (pastillas) de uno, de dos y de cuatro granos, que solo saben á buen chocolate. En los niños, contra calenturas, basta un grano por año de edad. Los precios son 85, 52 ó 85 céntimos por papel ó pastilla según contengan uno, dos ó cuatro granos de sulfato; y 2, 3 ó 5 pesetas, caja de 6 papeles ó pastillas. Grandes rebajas á los farmacéuticos.

Si no se halla en las boticas, el autor remite á vuelta de correo certificados y sin aumento de precio, los pedidos que se acompañen de su importe, no siendo este inferior á 2 pesetas.

Prospectos gratis, con multitud de dictámenes tan honrosos como respetables.

Como medio, el más eficaz, para acreditar un producto, cuya realidad supera á todo encomio, se han remitido muestras gratuitas por espacio de dos años á cuantos médicos las han pedido. En adelante y con igual objeto, se enviará por 25 céntimos, como muestra (sin certificar), un papel ó pastilla de un grano, á cualquiera que lo solicite desde pueblo en que no haya depósito.

Los pedidos al director Santoyo, en Linares (Jaén).
En Valencia, se halla en las farmacias de los señores Fabiá y Greus.

Figura 18. Segundo anuncio.

Anuncio tercero, véase el texto.

15.- Grajeas Sáez (AC)

Anuncio primero, véase el texto.

GRAJEAS SAEZ.

Único remedio recomendado por los especialistas y usado en los hospitales y clínicas especiales con grande éxito en la curación de toda clase de FLUJOS de la uretra y de la matriz.

CURAN RADICALMENTE LAS

IRRITACIONES y *catarros* de las vías urinarias en pocos días.

BLÉNORRAGIA (*purgación*) por aguda y dolorosa que sea.

GONORREA (*gota militar*) por años y rebelde que sea.

LEUCORREA (*flujo blanco*) que acaba con la salud de las señoras.

ESTRECHECES de la *uretra*, evitando operaciones dolorosas.

ÚLCERAS de la *matriz* sin cauterizaciones ni otras molestias.

INCONTINENCIA de la *orina*, por edad que tenga el paciente.

De venta en las principales farmacias de España. Depósitos en Valencia: farmacias del Dr. Andrés y Fabiá, San Vicente, 22; del doctor Creus, plaza de Santa Catalina, 4; del doctor Aliño, plaza de Cajeros, 6; del Dr. García, plaza de la congregación, 72. Depósito general para toda España, Dr. Saez, Rambla de Canaletas, 5, 1°. Barcelona.

Figura 19. Segundo anuncio.

Flujos

de las vías urinarias. Las acreditadas *Grajeas Saez* curan en pocos días las *Irritaciones*, *purgación*, *Gonorrea* gota militar, *Flujo blanco*, *Estrecheces* de la uretra, *Derrames seminales*, *Incontinencia* de orina y todos los *flujos* de las vías urinarias. Se venden en Valencia a 12 reales frasco, en las siguientes farmacias; De Aliño, plaza de Cajeros, 6; Andrés y Fabiá, San Vicente, 27; García, plaza de la Congregación; y Creus, plaza de Santa Catalina. Al por mayor, Sres. Vicente Ferrer y Compañía y doctor Saez, Barcelona.

Figura 20. Tercer anuncio.

16.- Pastillas Nielk

Anuncio, véase el texto.

17.-Jarabe Laroze

Jarabe Laroze

DE CORTEZAS DE NARANJAS AMARGAS

Desde hace mas de 40 años, el Jarabe Laroze se prescribe con éxito por todos los médicos para la curacion de las gastritis, gastralgias, dolores y retortijones de estómago, estreñimientos rebeldes, para facilitar la digestion y para regularizar todas las funciones del estómago y de los intestinos.

JARABE

al Bromuro de Potasio

DE CORTEZAS DE NARANJAS AMARGAS

Es el remedio mas eficaz para combatir las enfermedades del corazon, la epilepsia, histéria, migraña, baile de S^o Vito, insomnios, convulsiones y tos de los niños durante la dentición; en una palabra, todas las afecciones nerviosas.

Fábrica, Especidones: J.-P. LAROZE & C^o, 2, rue des Lions-St-Paul, à Paris.

DEPÓSITOS: Valencia: Ramon Rives, Esplugués her^o, Capafons, Andrés y Fabia.

EN LAS MISMAS FARMACIAS SE ENCONTRAN:

El Jarabe de corteza de naranja amarga al Ioduro de potasio.
El Jarabe ferruginoso de corteza de naranja y casi amara al Proto-Ioduro de Hierro.
Los Dentíficos Laroze de quina, pelitre y guayaco, Elisir, Polvos el Opista.

Figura 21. Primer anuncio.

18.-Elixir del Dr. Gutler

GRAN CONSERVADOR

DE LA BOCA.

ELIXIR DEL DR. GUTLER (célebre médico alemán).

La desidia en la boca, que así puede apellidarse el abandono de la dentadura, es causa muchas veces de terribles dolores, que solo pueden comprender las personas que los han sufrido: origen siempre de ese aspecto repugnante que ofrecen a la vista de cualquiera medicamento pulcro, unos dientes cubiertos de sarro y ennegrecidos.

El Elixir Gutler, no solo preserva todos esos inconvenientes, si que tambien los corrige, hasta el extremo de hacerlos desaparecer por adelantados que se hallen.

Consiguense con el uso del Elixir Gutler, evitar el dolor de muelas, curar la caries, prevenir las inflamaciones, extinguir la fetidez del aliento, dar frescura a la boca y devolver a los dientes su firmeza y brillo perdido.

Frasco 10 rs. — Véase el prospecto que se da gratis.

Unico punto de venta en Valencia, farmacia de Costas, Sombrereria, 5, frente al campanario de Santa Catalina. — Dénia, Millá.

Figura 22. Primer anuncio

19.- Bálsamo de Luisa

Anuncio, véase el texto.

20.- Agua de Azahar Triple

Anuncio, véase el texto.

21.- Hierro Bravais

Anuncio, véase el texto.

22.- Licor Brea Costas



Figura 23. Primer anuncio.

23.- Cigarrillos Espic



Figura 24. Primer anuncio.

24.- La Perla Anti-Gastrálgica del Dr. Delgado

Anuncio, véase el texto.

25.-Aceite de Hígado de Bacalao de Hogg



Figura 25. Primer anuncio.

26.-Espiradrapo Revulsivo de Tapsia

Anuncio, véase el texto.

27.-Denticina Infalible de Izquierdo

DENTICINA INFALIBLE.

Lo saben todas las madres. Se salvan los niños que sufren de la denticion aun estando en la agonía, cuando usan la DENTICINA de Izquierdo, que calma los dolores, extingue las convulsiones que diezman á los niños, reaparece la baba' que les asfixia y envenena suprimida, brotan fuertes dentaduras, desencanaja á los niños y los robustece, y en fin los salva de la muerte Solo se responde de la del autor, Pontejos, 6. botica, Madrid, á 3 pesetas caja, y por 14 rs. se remite por correo. En Valencia, Costas, Sombrereria, 5, y principales boticas de la capital y region valenciana.

Figura. 26. Primer anuncio.

28.-Agua de Fé (AC)

AGUA DE FE,
*para la curación de toda
clase de dolores,
bien sean reumáticos,
osteóscopos u originados
por antiguas
enfermedades venéreas
ó
sífilíticas.*

**NO MAS
YODURO POTÁSICO.**

Los que hayan usado el
Yoduro de potasio, y em-
pleen ahora el **Agua de Fé**,
notarán bien pronto la supe-
rioridad de la última sobre
aquel antiguo medicamento.

Los accidentes terciarios
de la sífilis, como llagas en la
garganta y otros, desaparecen
con el uso de esa acreditada
agua.

Botica de Fé,
San Vicente, 177, esquina á la
de las Almas

Figura 27. Primer anuncio.

DOLORES REUMATICOS
Y OSTEOSCOPOS.

El agua de FE supera á todos los medi-
camentos conocidos.

Sustituye con grandes ventajas y sin in-
conveniente de ningún género á los prepara-
dos que contienen yoduro de potasio.

Los que usan baños termales deben com-
pletar su curación tomándó el agua de FE.

San Vicente, 177, Botica.

Figura 28. Segundo anuncio.

29.-Solución Coirre



Figura 29. Primer anuncio.

30.-Salva-niños de Torrero



Figura 30. Primer anuncio.

31.-Bizcochos purgantes y vermífugos



Figura 31. Primer anuncio.

32.-Pildoras Blancard

PILDORAS de BLANCARD
CON
Yoduro de Hierro inalterable

NEW-YORK 1853 Aprobadas por la Academia de Medicina de Paris, Adoptadas por el Formulario oficial francés y autorizadas por el Consejo medico de San-Petersburgo. PARIS 1853

Participando de las propiedades del **Yodo** y del **Hierro**, estas Pildoras convienen especialmente en las enfermedades tan variadas que determina el germen escrofuloso (*lunares, obstrucciones y humores frios, etc.*), afecciones contra las cuales son impotentes los simples ferruginosos; en la **Clorosis** (*colores pálidos*), **Leucorrea** (*flores blancas*), la **Amenorrea** (*menstruacion nula ó difícil*), la **Tisis**, la **Sífilis constitucional**, etc. En fin, ofrecen a los prácticos un agente terapéutico de los mas enérgicos para estimular el organismo y modificar las constituciones linfáticas, debiles ó debilitadas.

N.B. — El Yoduro de Hierro impuro ó alterado es un medicamento infiel ó irritante. Como prueba de pureza y autenticidad de las verdaderas Pildoras de **Blancard**, exijase nuestro Sello de plata reactiva, nuestra firma adjunta, y el sello de la *Union de Fabricantes*.

Farmacéutico de Paris, calle Bonaparte, 40
DESCONFIÉSE DE LAS FALSIFICACIONES

Figura 32. Primer anuncio.

33.-Emulsión Quesada

Anuncio, véase el texto.

34.-Harina Lacteada Nestlé

HARINA LACTEADA H. NESTLE
PROVEEDOR DE LA REAL CASA
15 años de éxito.

21 RECOMPENSA
8 DIPLOMAS DE HONOR
8 MEDALLAS DE ORO

NUMEROSOS CERTIFICADOS
DE LAS PRIMERAS AUTORIDADES
DE LAS MEDICAS.

Marca de fabrica

ALIMENTO COMPLETO PARA LOS NIÑOS DE TIERNA EDAD

Suple la insuficiencia de la leche materna, facilita el dentado, siendo de completa y fácil digestión — se emplea tambien favorablemente en los ADULTOS, como alimento para los MÓLAGOS DEL CADAVER.

A fin de no ser sorprendidos por las numerosas falsificaciones, exijase sobre cada bota la firma del INVENTOR HENRI NESTLÉ Y YVREY (suizos.)
Véndese en todas las buenas farmacias, droguerías y ultramarinos.

Figura 33. Primer anuncio

35.-Polvos Antifistulosos Azorín

NO MAS FISTULAS.

El que haga uso de los polvos antifistulosos Azorín, se convencerá de que sin necesidad de ninguna operacion, desaparecen por completo las Fistulas (Rijas) tanto lagrimales como las del ano, vias urinarias, etc.

Cada bote lleva prospecto para su uso.

De venta en todas las farmacias de España.

Agentes para la venta al por mayor, Sres. Blas Cuesta é hijos, Valencia.

Figura 34. Primer anuncio.

36.-Agua de azahar triple extra de Baeza y Senent(AC)

Agua de azahar triple extra

DE BAEZA Y SENENT.

De venta en las droguerías de la Luna, de la Lonja, del Salvador (plaza del Mercado), la Catalana (esquina á la calle de Carniceros), del Aguila (plaza de San Francisco), perfumería de Puig (Bajada de San Francisco.)

Figura 35. Primer anuncio

AGUA DE AZAHAR TRIPLE EXTRA

DE B. BAEZA,

SUCESOR DE BAEZA Y SENENT.

Es sin género de duda la mejor que hasta hoy se ha presentado, prefiriéndola las personas de buen gusto á todas las que se expenden.

Véndese en elegantes frascos azules de cabida de 750 y 375 gramos (como las de Jurmet) á 6 y 4 reales respectivamente en todas las droguerías, farmacias, ultramarinos y perfumerías. Se admiten los cascos vacios.

Pedidos al por mayor á B. BAEZA,
SAN VICENTE, 217, VALENCIA.

Figura 36. Segundo anuncio

37.-Aguas y polvos dentífricos del Docteur Pierre (AC)



Figura 37. Primer Anuncio.



Figura 38. Segundo anuncio.

38.- Pastillas de Dethan



Figura 39. Primer anuncio.

39.- Pastillas y polvos Paterson



Figura 40. Primer anuncio.

40.-Quina Laroche

Anuncio, veáse el texto.

41.-Cubero-Roure (Químicos)

Anuncio, véase el texto.

42.- Licor y Píldoras Dr. Laville



Figura 41. Primer anuncio.

43.-La Veloutine



Figura 42. Primer anuncio.

44.-Cold Cream americano



Figura 43 .Primer anuncio.

45.-Agua de Azahar de Pablo Journet

AGUA DE AZAHAR TRIPLE DE PABLO JOURNET

De excelentes cualidades para todas las naturalezas propensas á desórdenes en el sistema nervioso. Consultad á las personas que hagan de ella un continuado uso y os convenceréis de sus eficaces resultados. Esta marca es la más solicitada por el público y personas de buen gusto y ello lo prueba los numerosos depósitos que el fabricante tiene establecidos para su venta, á saber:

Almacén-droguería de San Antonio, de Blas Cu-sta é Hijos; Droguería de la Luna, de Hijos de Joaquín Añón; de la Laja, de Pedro Salvador Alegre; de San Juan de Vicente, Aloy Clavero; de la Catalina, de Farell y Piñol; del Salvador, de Pablo Fandos; de García y Uildemolins, calle de Garrigu-s; Ultramarinos de los Alcoyanos, de Manuel Mezquita; de la Mariposa, de Ernesto Reyes; de Santa Catalina, de Rafael Fos; de Gile's Ródenas, calle de las Barcas; de la viuda de Alapont, calle de San Vicente; de Fabian R maguera, plaza de Pellicers; Grao de Valencia, farmacia de Manuel Valente; ultramarinos de Agustín Lagarda y Romany; Teruel farmacia de Pascual Adam; Dévia, farmacia de Mateo Comerma y Eduardo Milla; Castellon de la Plana, farmacia de Manuel Ferrer; Utiel, farmacia de Carlos Benitez.

Figura 44. Primer anuncio.

46.-Hierro Quesada

Hierro Quesada.

La sangre débil ó pobre origina multitud de enfermedades y sostiene ó empeora todas las demás, pues siendo como es la que dá vida á todo el organismo humano, no la mantiene robusto.—El hierro Quesada enriquece y dá fuerzas á la sangre. no produce ninguna trastorno como los demás medicamentos férricos y se toma con la mayor comodidad.—Los niños que tomen hierro aseguran una vida robusta.—En un minucioso análisis químico publicado en todos los periódicos de medicina, queda demostrado que el hierro Quesada es mas rico en medicamento que el de Bravais y todos los demás.

Frasco con cuenta gotas, 8 reales; dura hasta dos meses.

Dr. Quesada, plaza de la Merced, nú n. 7.

Figura 45. Primer anuncio.

47.-Panacea de la tos

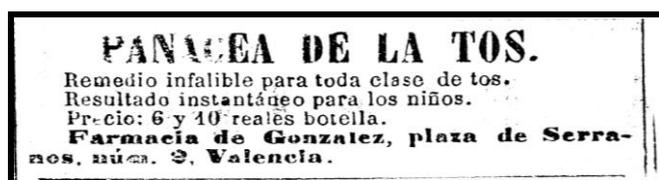


Figura 46. Primer anuncio.

48.-Ungüento y polvos para facilitar el babeo y la dentición



Figura 47. Primer anuncio.

49.-Bizma Balsámica Confortante de Sanchez



Figura 48. Primer anuncio.

50.- Hierro Quevenne

HIERRO QUEVENNE

Cura : Anemia, Colores pálidos, Pérdidas blancas, Pobreza de la Sangre, etc.

Es el hierro en el estado de pureza absoluta ; **MAS ACTIVO** que cualquier otro ferruginoso y mas económico ;
No irrita el estómago cual los hierros líquidos ó solubles ;
No tiene sabor ni accion sobre la dentadura :
Por lo mismo es uno de los raros preparados que han obtenido la

APROBACION de la **ACADEMIA** de **MEDICINA** de **PARIS**

Se vende : 1º al Natural ; 2º en Grageas.

N. — El Verdadero Hierro Quevenne lleva : 1º la Firma de T. A. Quevenne ; 2º una Etiqueta redonda, impresa en letras de 4 colores ; 3º y el Sello de Garantía de la Union de los Fabricantes (Union des Fabricants).

Depósito ; F^{ca} **Em. GENEVOIX**, 14, r. Beaux-Arts, PARIS.

Figura 49. Primer anuncio.

51.- Jarabe contra la tos de Andrés y Fabiá

Anuncio, véase el texto.

52.- Pezoneras Fajarnes

A LAS SEÑORAS EMBARAZADAS
PEZONERAS FAJARNES,

Unico y verdadero específico, que usado dos ó tres meses antes del alumbramiento, evita las grietas y tumores en los pechos y forma facilmente el pezon. Precio, 20 rs. caja en toda Espana.

Depósitos: En Valencia, farmacia de los Sres. Climent, San Vicente, 161, y Costas, calle de la Sombrerería, 5. frente al campanario de Santa Catalina, y Fabiá, calle de San Vicente, frente San Martin.

Tambien se venden en las principales farmacias de Alicante, Cartagena, Granada, Huesca, Madrid, Valladolid y Zaragoza.

Figura 50. Primer anuncio.

53.-Bálsamo del Brasil

Anuncio, véase el texto.

54.- Papier Wlinsi



PAPIER WLINSI Soberano remedio para la rápida curación de las afecciones del pecho, catarrros, mal de garganta, bronquitis, resfriados, reumadizos, de los reumatismos, dolores, lumbagos, etc. Veinte años del mejor éxito atestiguan la eficacia de este poderoso derivativo, recomendado por los primeros médicos de París.

Depósito en todas las farmacias. — Paris, 21, Seine.

Figura 51. Primer anuncio.

55.-Inyección Raquin



INYECCION RAQUIN
AL COPAIBATO DE SOSA

No causa irritación ni dolor y no mancha la ropa blanca. Empleada sola ó concurrentemente con las Cápsulas de Raquin, aprobadas por la Academia de Medicina de París, cura en muy poco tiempo los flujos (purgaciones) mas intensos.

Muy útil tambien como preservativo.

Exijase la Firma de RAQUIN y el Sello oficial (impreso con tinta azul) del Gobierno francés en las etiquetas exteriores.

SE VENDE EN FRASCOS CON O SIN JERINGUITA.

FUMOZE-ALBESPEYRES, 78, Faubourg St-Denis, PARIS
y en todas las Farmacias del Globo.

Figura 52. Primer anuncio.

56.-Polvos Anti-Gastrálgicos de García Zaonero (AC)

Los certificados de los médicos que los han recetado y las cartas de los enfermos curados, que puede ver quien lo desee en esta farmacia, prueban que los dolores del estómago desaparecen en el acto con una sola dosis de los polvos anti-gastrálgicos de García Zaonero, y todas sus afecciones se curan radicalmente con un solo frasco —Farmacia de García Zaonero, calle de San Vicente, 121, frente San Gregorio.

Figura 53. Primer anuncio.

CERTIFICADOS FARMACÉUTICOS

**CURACION RADICAL
DE TODA CLASE DE
AFECCIONES DEL ES-
TÓMAGO CON LOS POL-
VOS ANTI-GASTRAL-
GICOS DE GARCIA ZAO-
NERO.**

PIÑANSE PROSPECTOS

CERTIFICADOS DE ENFERMOS

FARMACIA CALLE SAN VICENTE, 121, FRENTE A SAN GREGORIO

Figura 54. Segundo anuncio.

IMPORTANTE.

Con una sola dosis de los polvos anti-gastrálgicos de García Zaonero desaparecen en el acto toda clase de dolores del estómago, y con un solo frasco se curan radicalmente todas sus afecciones. Así lo acreditan un sinnúmero de certificados, facultativos y de enfermos que acompañan al prospecto, que puede pedir quien lo desee.

Farmacia: Calle de San Vicente, 121, frente a San Gregorio.

Figura 55. Tercer anuncio.

57.- Cápsulas Raquin

Anuncio, véase el texto.

58.-Pasta Pectoral, cigarrillos balsámicos y papeles azoados del Dr. Andreu (AC)

PASTA PECTORAL

del Dr. ANDREU, de Barcelona

Remedio seguro contra toda clase de Tos por fuerte é incontinua que sea.

Clasificación de las virtudes de esta Pasta en las diferentes variedades que presenta aquella enfermedad.

LA TOS ronca y fatigosa, que es síntoma casi siempre de tisis y catarras pulmonares, disminuye muchísimo con este medicamento tomado por completo los accesos violentos de TOS que contribuyen mucho al decaimiento del enfermo.

LA TOS conulina y perlas producidas por un gran resaca de la garganta á veces de carácter herpético, se corrigen al momento con esta PASTA y desaparece luego con el auxilio de un buen expectorante.

LA TOS seca, convulsiva, estreñida muchas veces por sofocación, como sucede á los asmáticos y personal ácidosamente servida por efecto de una gran debilidad se cura esta PASTA Pectoral.

LA TOS serina ó de coque' ncha, que ataca con tanta pertinacia á los niños causándose vómitos, desgas y hasta seputos sangüíneos, se cura con esta PASTA mayormente si se acompaña alguna coexistencia pectoral y anémico.

LA TOS catarral ó de constipado y la llamada vulgarmente de sang' a, ya sea reciente ó crónica, se cura siempre con este precioso medicamento, son numerosísimos los ejemplos de estraciones obsesadas en persona que de muchos años padecían semejante TOS, las insomnias y perlas, que al ser curadas se reproducen de una manera inscribible.

Ha de advertir que muchas veces pulmonares pretenses de una simple TOS ocasionada por un constipado mal curado.

Este gran medicamento es, pues, siempre seguro para curar en unos casos y combatir en otros una enfermedad de cuyos terribles resultados se ven diariamente ejemplos.

ALIVIO Y CURACION DEL ASMA SOFOCACION DE TODA CLASE.

Por los cigarrillos Balsámicos y los papeles azoados

Remedio pronto y seguro que penetra directamente en forma de humo dentro del aparato respiratorio.

Fumando un solo cigarrillo aun en los ataques más fuertes de ASMA se siente al instante un gran alivio. La expectoración se produce más fácilmente, la tos se alivia, el pecho late con más regularidad y el enfermo respira luego libremente.

Estos cigarrillos llevan una boquilla tan cómoda que no ensucia los dedos y se aspira el humo con extraordinaria suavidad, pudiendo fumarlos las señoras y personas más delicadas.

LOS ATAQUES DE ASMA por la noche se calman al instante con los papeles azoados, quevanse uno dentro de la habitación; de modo que el enfermo que se ve privado de descansar, siente luego un agradable bienestar que se convierte en el más apreciable sueño.

Deposito central de estos medicamentos: Farmacia de su autor en Barcelona, y se hallan tambien de venta en las principales farmacias de todas las poblaciones de España y América, así como en Francia, Italia y Portugal.

Figura 56. Primer anuncio.

PASTA PECTORAL
del Dr. ANDREU de Barcelona
Remedio seguro contra toda
clase de tos por fuerte é incómoda que sea.
Clasificación de las virtudes de esta pasta en las diferentes
variedades que presenta aquella enfermedad.

LA TOS ronca y fatigosa, que es sintoma casi siempre de tisis y catarros pulmonares, disminuye muchísimo con este medicamento, rebañando por completo los accesos violentos de TOS que contribuyen mucho al debilitamiento del enfermo.

LA TOS continua y pertinaz producida por un gran cosquilleo en la garganta, á veces de carácter herpético, se corrige al momento con esta PASTA y desaparece luego con el auxilio de un buen depurativo.

LA TOS seca, convulsiva, entrecortada muchas veces por sofocación, como sucede á los asmáticos y personas excesivamente nerviosas por efecto de una gran debilidad, se combate perfectamente con esta Pasta Pectoral.

LA TOS ferina ó de coqueluche, que ataca con tanta pertinacia á los niños, causándoles vómitos, desgana y hasta espútos sanguíneos, se cura con esta PASTA mejormente si se le acompaña algún cocimiento pectoral y analeptico.

LA TOS catarral ó de constipado y la llamada vulgarmente de sangre, ya sea reciente ó crónica, se cura siempre con este precioso medicamento. Son numerosísimos los ejemplos de curaciones obtenidas en personas que de muchos años padecían semejante TOS, tan incómoda y pertinaz, que al menor resfriado se reproducía de una manera insoportable.

Es de advertir que muchas tisis pulmonares provienen de una simple TOS, ocasionada por un constipado mal cuidado.

Este gran medicamento es, pues, siempre seguro para curar en unos casos y combatir en otros una enfermedad de cuyos terribles resultados se ven diariamente ejemplos.

ALIVIO Y CURACIÓN DEL **ASMA** Ó SOFOCACIÓN DE TODA CLASE, POR LOS CIGARRILLOS BALSÁMICOS Y LOS PAPELES AZOADOS.
Remedio pronto y seguro que penetra directamente en forma de humo dentro del aparato respiratorio.

Fumando un solo cigarrillo aun en los ataques mas fuertes de ASMA, se siente al instante un gran alivio. La expectoración se produce mas facilmente, la tos se alivia, el pecho late con mas regularidad y el enfermo respira luego libremente.

Estos cigarrillos llevan una boquilla tan cómoda que no ensucia los dedos y se aspira el humo con extraordinaria suavidad, pudiendo fumarlos las señoras y personas mas delicadas.

Los ataques de ASMA por la noche se calman al insuquemando uno dentro de la habitación; de modo que el enfermo que se ve privado de descansar, siente luego un agradable bienestar que se convierte en el mas susceptible sueño.

Depósito Central de estos medicamentos: Farmacia de su autor en Barcelona, y se hallarán tambien de venta en las principales Farmacias de todas las poblaciones de España y América, así como en Francia, Italia y Portugal.

Figura 57. Segundo anuncio.

PASTA PECTORAL
DEL DOCTOR ANDREU DE BARCELONA.
REMEDIO SEGURO PARA TODOS LOS QUE PADRECEN DE
TOS Catarros, ronqueras, etc., por crónicos que sean. **TOS**
 Facilitando siempre la expectoración.

Este remedio es tan positivo que no hay un caso siquiera que no haya producido felices resultados. A las primeras tomas de esta pasta el enfermo siente ya un gran alivio que le sorprende y anima. Para probar la virtud y eficacia de esta pasta, basta decir que muchos facultativos de España, cuyos nombres estamos autorizados para publicar, han curado la Tos con esta Pasta pectoral, después de haber recurrido á todas las fórmulas más conocidas, por cuya razón la prescriben constantemente á sus enfermos, de los cuales recibimos cada día muestras de verdadera gratitud y aprecio.

Es también el medicamento más cómodo, económico y agradable que se conoce, no molesta en lo más mínimo al enfermo, y su sabor de un dulce, suave y balsámico es siempre apetecido.

MILLARES DE CAJAS que se venden diariamente y un incesante número de pedidos que tenemos de toda España y del extranjero, son también una prueba incontestable de la verdad de un medicamento que es el único seguro y positivo para los efectos á que se le destina.

ALIVIO Y CURACIÓN DEL **ASMA** Ó SOFOCACIÓN DE TODA CLASE
 POR LOS CIGARRILLOS BALSÁMICOS Y LOS PAPELES AZODADOS
 Remedio pronto y seguro que penetra directamente en forma de humo dentro del aparato respiratorio

Fumando un solo cigarrillo, aun en los ataques más fuertes de asma, se siente al instante un gran alivio. La expectoración se produce muy fácilmente, la tos se alivia, el pecho late con más regularidad y el enfermo respira luego libremente.

Estos cigarrillos llevan una boquilla tan cómoda que no ensucia los dedos y se aspira el humo con extraordinaria suavidad, pudiendo fumarlos las señoras y demás personas que no tienen costumbre.

LOS ATAQUES DE ASMA por la noche se calman al instante con los **PAPELES AZODADOS** quemando uno dentro de la habitación; de modo que el enfermo que se ve privado de descansar siente luego un agradable bienestar que se convierte en el más apacible sueño.

DEPÓSITO CENTRAL de estos medicamentos: Farmacias de su autor en Barcelona, y se hallarán también de venta en las principales farmacias de todas las poblaciones de España y América, así como en Inglaterra, Francia, Italia y Portugal.

Figura 58. Tercer anuncio.

59.- Agua Infalible

Para **TENIR EL CABELLO** no se conoce hoy otra preparacion mejor ni mas higiénica que el

Agua infalible.

Tiñe el cabello con tanta naturalidad que se confunde con el de la juventud. Su aplicacion es facil y no mancha.

Frasco de 50 gramos, 2 pesetas; id. de 200 gramos, 5 pesetas.

Farmacia de los Sres. Sanchez, calle de Cuarte, Andres y Fabiá, calle de San Vicente, y Aliño, plaza de Cajeros, Valencia.

Figura 59. Primer anuncio.

60.- Elixir dentifrico de Sanchez



Figura 60. Primer anuncio.

61.-Jarabe de yoduro de hierro inalterable de Sanchez (AC)

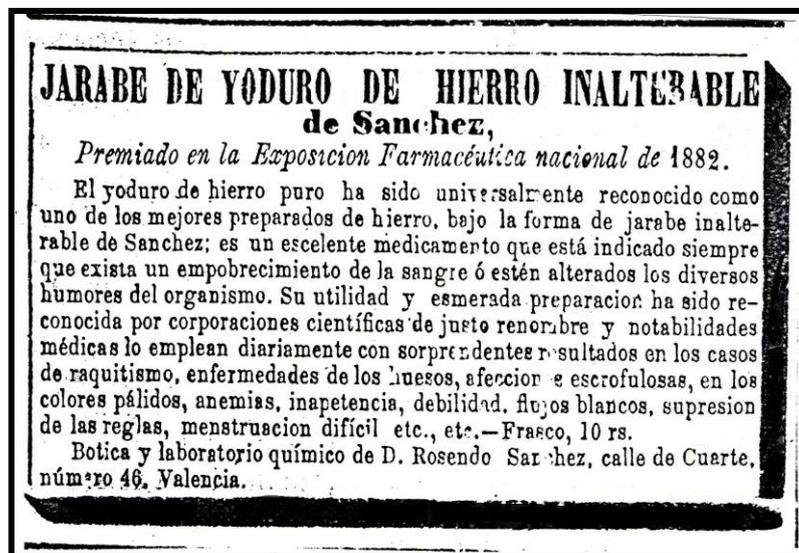


Figura 61. Primer anuncio.

JIRABE DE YODURO DE HIERRO
 INALTERABLE
DE SANCHEZ
*Contra la pobreza de sangre ó alteracion
 de los humores del organismo.*

Premiado en la exposicion farmaceutica nacional de 1883,
 recomendado eficazmente en *La Crónica Médica* y en *El Boletín del Instituto Médico Valenciano*, y aceptado ya por la generalidad de los médicos españoles con preferencia al venido del extranjero por su esmerada preparacion y precio económico.

Frasco, 4 reales.
 Farmacia de Sanchez.—Calle de Cuarte, 43, Valencia.

Figura 62. Segundo anuncio.

62.-Agua de Melisa de los Carmelitas Descalzos

AGUA DE MELISA
 DE LOS CARMELITAS DESCALZOS.

Muy eficaz contra los vértigos, apoplejia, vapores, migraña, histerismo, desmayo, palpitaciones, etc., etc.—Precio, 4 reales frasco.
 Botica y laboratorio químico de Sanchez, calle de Cuarte, Valencia.

Figura 63. Primer anuncio.

63.-Brea Quesada

BREA QUESADA.
Licor de brea concentrado y desulfurado.

El mejor balsámico para combatir las afecciones de pecho y garganta y todo género de irritaciones de las mucosas del organismo.
 Frasco grande 4 reales.
 Farmacia del Dr. Quesada, plaza de la Merced, 7.

Figura 64. Primer anuncio.

64.-Bebida para los niños de Sanchez

BEBIDA PARA LOS NIÑOS,
DE
SANCHEZ.

MEDICINA ESCELENTE QUE FACILITA EL BIBEÓ A LAS CRIATURAS.

Esta bebida inocente y agradable, cura todas las enfermedades procedentes de la dentición y libra con frecuencia de una muerte segura, á muchos niños.

Precio: botella 4. rs: id. pequeña 2 rs.

Único punto de venta: botica de Sanchez, calle de Cuarta Valencia.

Figura 65. Primer anuncio.

65.-Vino de Peptona Pépsica de Chapoteaut

Anuncio, veáse el texto.

66.-Crema Bismuto Andrés y Fabiá

Farmacia frente al caballito de San Martín,
Calle de San Vicente, 23, Valencia.

CREMA DE BISMUTO
DE ANDRES Y FABIÁ,

FARMACÉUTICO PREMIADO POR EL COLEGIO DE LA FACULTAD DE MADRID.

Este remedio de fácil administración y cuyo sabor no es desagradable, posee la virtud de hacer desaparecer rápidamente:

- Las diarreas simples.
- Las diarreas con estrias sanguinolentas.
- Las diarreas de sangre ó enterorragias.
- Las diarreas que preceden al cólera.
- Las diarreas de los niños en sus diferentes manifestaciones.
- La enterocolitis ó desarrollo de gases en el estómago.

Empléase también para fortalecer los estómagos que á consecuencia de haber sufrido el cólera, no desempeñan sus funciones con regularidad.

Se vende esta medicina en elegantes botes esmerilados para que se conservacion ses indefinida.

Farmacia frente al caballito de San Martín, Valencia.

Figura 66. Primer anuncio.

67.- Pasta pectoral milagrosa del Dr. Serrano

Anuncio, véase el texto.

68.- Jarabe de Cortezas de Naranjas Amargas y Jarabe de Cortezas de Naranjas Amargas con Bromuro Potasio puro

Anuncio, véase el texto.

69.-Zarza-Sanchez



ZARZA-SANCHEZ
VERDADERA ESENCIA DE ZARZAPARRILLA.
PODEROSO REGENERADOR DE LA SANGRE

Es cada día mayor la aceptación y el crédito que adquiere esta esmerada preparación. Por sí solo constituye el refresco más agradable de cuantos se emplean para atemperar la sangre, y el depurativo más conveniente y eficaz para destruir ligeros vicios humerales. Basta para esto mezclar una cucharada de la esencia en un vaso de agua pura ó azucarada.—Frasco de 4 onzas, 4 rs.—Id. de 12 onzas, 10 rs

Botica y laboratorio químico de D. Rosendo Sanchez,
calle de Cuarte núm 46, Valencia.

Figura 67. Primer Anuncio.

70.- Tópico Ígneo de Sanchez



TÓPICO ÍGNEO de SANCHEZ
MEDICAMENTO EPISPÁSTICO Y RESOLUTIVO PARA CABALLERÍAS.

Ocho años de constante y seguro éxito. Acreditados veterinarios de dentro y fuera de esta capital lo vienen usando hace años con admirables y sorprendentes resultados.

Sustituye ventajosamente al fuego, á la untura fuerte y á cuantos linimentos se emplean con este objeto.

Precio: 8 rs. frasco; Id. pequeño, 5.

Único depósito: Botica de Sanchez, calle de Cuarte, núm. 45, Valencia.

Figura 68. Primer anuncio.

71.-Jarabe de Quina y Hierro de Grimault

Anuncio, véase el texto.

72.-Varios jarabes

Anuncio, véase el texto.

73.-Pildoras antileucorreicas de Sanchez



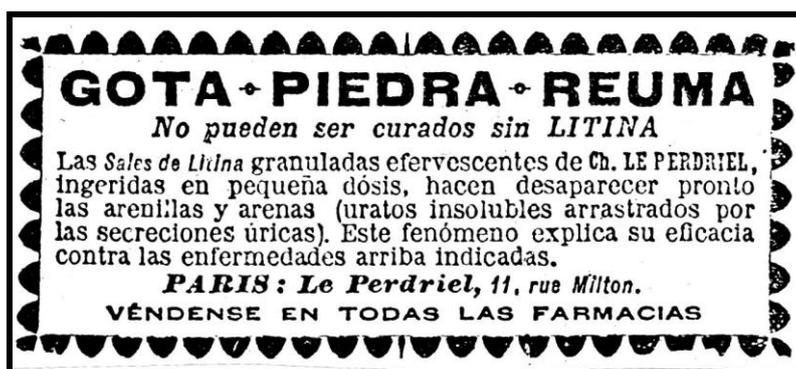
**PILDORAS ANTILEUCORREICAS
DE SANCHEZ.**

Estas pildoras tónico-balsámicas son eficacísimas para la curación de las FLORES BLANCAS, FLUJOS BLANCOS Ó CATARRO DE LA VAGINA. Su acción es tan eficaz y segura cuanto mas antigua es la enfermedad y mas debilitada está la paciente. CAJA, 12 Rs.

Botica de Sanchez, calle de Cuarte, 46, Valencia.

Figura 69. Primer anuncio.

74.-Sales de Litina de Ch. Le Perdriel



GOTA • PIEDRA • REUMA

No pueden ser curados sin LITINA

Las Sales de Litina granuladas efervescentes de Ch. LE PERDRIEL, ingeridas en pequeña dosis, hacen desaparecer pronto las arenillas y arenas (uratos insolubles arrastrados por las secreciones úricas). Este fenómeno explica su eficacia contra las enfermedades arriba indicadas.

PARIS: Le Perdriel, 11, rue Milton.

VÉNDENSE EN TODAS LAS FARMACIAS

Figura 70. Primer anuncio.

75.-Pildoras restauradoras Dr. Formiguera

EL MEJOR RECONSTITUYENTE

PILDORAS RESTAURADORAS

PREPARADAS POR EL
DR. FORMIGUERA

Para la pronta curacion de la palidez, inapetencia, esterilidad, dificultad de supresion y demás desarreglos de las menstruacion, y en general las enfermedades que dependen del empobrecimiento de sangre. Medicamento indispensable á las personas aquejadas de dolencias crónicas del estómago, para facilitar el desarrollo de las jóvenes y fortificar los temperamentos débiles y linfáticos.

Depósito general: **G. Formiguera y C.**, Tallers 22, Barcelona.

Figura 71. Primer anuncio.

76.-Sándalo de Midy

SÁNDALO DE MIDY

Farmacéutico de 1ª Clase en Paris

Estas cápsulas cortan los flujos en 48 horas, suprimiendo el Copalba, la Cubeba y las Inyecciones.

Depósito en las principales Farmacias

Figura 72. Primer anuncio.

77.-Fosfato de hierro de Leras



Figura.73. Primer anuncio.

78.- Cigarrillos Indios

Anuncio, véase el texto.

79.- Quinina de Pelletier o de las 3 marcas

Anuncio, véase el texto.

80.-Jarabe de Rábano Iodado Grimault



Figura 74. Primer anuncio.

81.- Emulsión Costas

Anuncio, véase el texto.

82.- Elixir Estomacal de Mariazell

Anuncio, véase el texto.

83.- Bizcochos Purgantes

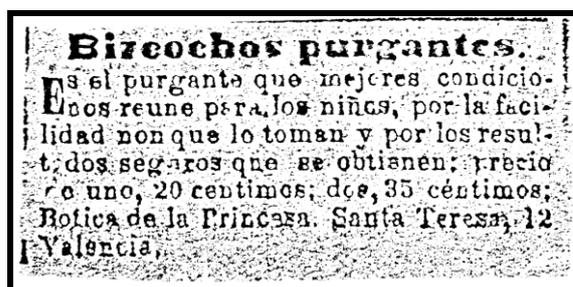


Figura 75. Primer anuncio

84.- Papel de Albespeyres (AC)

PAPÉL DE ALBESPEYRES

El único empleado en los hospitales militares de Francia.

Contra las Enfermedades crónicas, como enfermedades del cerebro, parálisis, enfermedades nerviosas, asma, catarros, enfermedades de las criaturas y de los ancianos, enfermedades de la edad crítica,

Ningún Remedio es tan eficaz como un Vejigatorio en el brazo,

de la dimensión de un peso fuerte, mantenido con el verdadero Papel de Albespeyres.

NUMEROSAS IMITACIONES. — Se evitarán no aceptando sino las cajitas de papel que llevan la Firma Fumouze-Albespeyres y el Sello de la Unión de los Fabricantes.

FUMOUCÉ-ALBESPEYRES, 78, Faubourg St-Denis, PARIS
y en todas las Farmacias del globo.

Figura 76. Primera anuncio.

PAPÉL DE ALBESPEYRES

Las personas que llevan

UN VEJIGATORIO EN EL BRAZO

han de dejar de lado los antiguos modos de curarlo, y emplear exclusivamente el verdadero Papel de Albespeyres, único preparado que produce una supuración regular, graduada, sin hedor ni dolor, y comunica al vejigatorio fijo.

Una incomparable eficacia

CONTRA LAS ENFERMEDADES CRÓNICAS.

Hay Papel de cuatro fuerzas correspondientes á los n.º 1, (débil), 1, 2 y 3.

NUMEROSAS IMITACIONES. — Se evitarán no aceptando mas que las cajitas de Papel que llevan la Firma Fumouze-Albespeyres y el Sello de la Unión de los Fabricantes.

FUMOUCÉ-ALBESPEYRES, 78, Faubourg St-Denis, PARIS
y en todas las Farmacias del globo.

Figura 77. Segundo anuncio.

87.- Capsulas Thevenot

Anuncio, véase el texto.

88.- Bombones de Goma, Brea y Bálsamo de Tolú



Figura 80. Primer anuncio.

89.-Jarabe Hipofosfito de Cal de Grimault



Figura 81. Primer anuncio.

90.-Vejigatorio de Albespeyres

VEJIGATORIO DE ALBESPEYRES

El único admitido en los Hospitales Militares.

El *Vejigatorio de Albespeyres* es el remedio más heroico que puede ser recetado por los médicos contra bronquitis, fluxiones de pecho, pleuresias, afecciones del corazón, meningitis, nevralgias, reumatismos, fiebre tifoidea, etc.

Como existen numerosas imitaciones, es preciso tener buen cuidado de pedir el verdadero *Vejigatorio de Albespeyres* y asegurarse de que cada cuadrado de 5 centímetros lleva la firma de *Albespeyres* en el fondo verde.

FUMOUGE-ALBESPEYRES, 78, Faubourg St-Denis, PARIS
y en todas las Farmacias del globo.

Figura 82. Primer anuncio.

91.- Jarabe de Pagliano Legítimo.

Anuncio, véase el texto.

92.-Vino y jarabe de Dusart

VINO Y JARABE DE DUSART
de Lactofosfato de Cal

Las experiencias de los más acreditados médicos del mundo entero han demostrado que el lactofosfato de cal en el estado soluble, tal como existe en el *Vino* y el *Jarabe de Dusart*, es en todos los periodos de la vida, el reconstituyente por excelencia del cuerpo humano.

En las mujeres embarazadas facilita el desarrollo del feto y basta tan menudo para evitar los vómitos y demás accidentes que acompañan al embarazo. Si se le administra á las nodrizas, enriquece su leche y ya no hay que temer para la criatura, ni cólicos ni diarreas: la lactación se verifica fácilmente sin dolores ni convulsiones. Más tarde cuando el niño está pálido, linfático, cuando sus carnes están flojas, y que se le presentan glándulas al rededor del cuello, se encuentra en el lactofosfato de cal un remedio que es siempre eficaz.

Su acción reparadora y reconstituyente no es menos segura en las personas mayores cuando están anémicas ó padecen de malas digestiones, así como en las que están debilitadas por la edad el trabajo ó los excesos.

Su uso es de gran precio para los tísicos pues causa la cicatrización de los tubérculos del pulmon y sostiene las fuerzas del enfermo, favoreciendo su alimentación.

En resumen el *Jarabe* y el *Vino de Dusart* estimulan el apetito, establecen la nutrición de un modo completo y aseguran la formación regular de los huesos, de los músculos y de la sangre.

DEPÓSITO EN LAS PRINCIPALES FARMACIAS Y DROGUERIAS
Paris. Casa GRIMAULT y C^{ia}, 8, rue Vivienne.

Figura 83. Primer anuncio.

93.- Pomada Kloguez

POMADA DE KLOQUEZ,
CONTRA LOS SABAÑONES.

Resultados positivos por mas de diez años, nos autoriza para asegurar, que si al aparecer el sabañon se le frota con dicha pomada, desaparece á las veinte y cuatro horas; si el sabañon está muy desarrollado, tarda algo mas, pero á los tres dias ha desaparecido.

Nota. 2 reales.

Véndese: Farmacia de Santiago Querol, Salvador, 12.

Figura 84. Primer anuncio.

94.- Peptona Defresne

Anuncio, véase el texto.

95.-El Alimento del Pueblo

! YA LLEGÓ !

LA SEGUNDA REMESA DE LA ESQUISITA SOPA TITULADA
EL ALIMENTO DEL PUEBLO

Además de las marcas A y D ya conocidas del público, se han recibido las marcas B y C, cuya riqueza en principios plásticos es más elevada que la de las anteriores; se venden en paquetes de 125 gramos para 5 platos á 0'50 pesetas uno.

También se han recibido las marcas T y G con *Extracto de carne de ternera* en paquetes de 150 gramos á 0'45 pesetas uno.

Los ilustres profesores:
Dr. Rodolfo Flaquer,
Dr. Remigio Fresemus,
Dr. Gustavo Jager,
Dr. Llor,

recomiendan el uso diario de cualquiera de estas marcas á las personas de vida sedentaria, sobre las que pese un gran trabajo intelectual, pues por su riqueza en principios plásticos y ácido fosfórico constituyen un poderoso reconstituyente para dichas personas.

Las personas débiles y los niños también encontrarán en estas marcas un alimento agradable, eminentemente nutritivo y de muy fácil digestión.

Nota. Las personas que deseen preparar el «Alimento del pueblo» con caldo, pueden hacerlo con las marcas T y G.

Se vende en las principales tiendas de especias y ultramarinos.

Depósito general, plaza del Mercado, 17.

Depositarios: Barcelona, Sociedad Farmacéutica Española.—Málaga, Dr. J. L. Lacave.—Palma de Mallorca, Sres. Hijos de Rafael Pomar.—Castellón, D. Joaquín Catalán.—Tortosa, D. Pedro Pastor.—Gandia, D. Antonio Buada.

Figura 85. Primer anuncio.

96.-Balsamo Anti-Reumático de Fullola

**BALSAMO ANTI-REUMATICO
DE FULLOLA.**

Es el mejor medicamento para la curacion de los dolores reumaticos y en general de toda clase.
MAS DE CIEZ AÑOS DE VIDA POR SU BUENA REPUTACION.

Depósito en Valencia: Farmacias del Sr. Garcia Zaonero y Quintero

Figura 86. Primer anuncio.

97.-Zahnerina de García Zaonero

**La salvacion de los niños
en el período de la denticion,
Zahnerina.**

De seguros resultados para los niños durante el terrible período de la denticion.

Caja de 24 tomas, 14 rs.
Farmacia de D. José García Royo,
plaza de la Congregacion, 72.

Figura 87. Primer anuncio.

98.- Polvos Anti-Asmáticos de Gastaldo

Anuncio, véase el texto.

99.-Benzoato de Sosa

**DIFTERIA, CRUP Ó GARROTILLO
BENZOATO DE SOSA**

Producto químico y poderoso antiséptico, recomendado por la ciencia y mandado emplear por Real Orden de 23 de Setiembre para destruir el germen de tan terrible azote. Su uso no ofrece el más leve peligro. No debe faltar en las escuelas y establecimientos donde se reúnan niños. Las madres deben apresurarse á usarle en sus casas para preservar á sus pequeños del contagio.

Se elabora y espnde en paquetes de 100 gramos á 10 reales paquete en la Farmacia de B. BAEZA, San Vicente, 217, Valencia.

Descuentos al por mayor.

Figura 88. Primer anuncio.

100.-Balsamo Dabay

Anuncio, véase el texto.

101.-Específico Dr. Abad

Véase el anuncio «Sin medicina interior» en la cuarta plana.

Figura 89. Primer anuncio.

SIN TOMAR MEDICINAS INTERIORMENTE
se curan las *Térzanas, Cuarantás, Días* y demás calenturas intermitentes, usando al exterior el específico del Dr. Abad, que evita las *recadas y repugnancia* *irritaciones* que ocasionan otras medicinas. Se remite certificado por el correo por 24 rs. Diríjase al Dr. Abad.
Pacífico, 13, Madrid.

Figura 90. Segundo anuncio.

102.- Pastillas Dr. Andreu

Anuncio, véase el texto.

103.-Regenerador Lácteo Dr. Fernandez

A LAS MADRES.
Haciendo uso del **REGENERADOR LÁCTEO** del Dr. Fernandez, además de asegurar mucha leche y de buenas condiciones, observarán sus maravillosos efectos como gran tónico del organismo, consiguiendo de este modo criarse á vuestros hijos. De venta en todas las farmacias de España, y al por mayor, almacén droguería de San Antonio, — Valencia.

Figura 91. Primer anuncio.

104.- Panacea de los niños

PANACEA DE LOS NIÑOS.

En 24 horas cura las indigestiones (enfits), diarreas, calenturitas, babeo, accidentes convulsivos y lombrices.

Frasco: 6 reales.

Farmacia de Gonzalez, plaza de Serranos núm. 2, Valencia.

Figura 92. Primer anuncio

105.-Contra-Eruptivo de Andrés y Fabiá



LA PALLOLA Y LA FIGOTA

Se curan en breves horas
con el
CONTRA-ERUPTIVO DE ANDRÉS Y FABIA,

FARMACÉUTICO PREMIADO POR EL COLEGIO DE LA FACULTAD DE MADRID

PRECIO DEL FRASCO: PARA LA PALLOLA, 12 REALES; PARA LA FIGOTA, 30 REALES.

Gr. n número de Médicos afamados acreditan su eficacia, por repetidas experiencias, y entre ellos figuran los profesores Sres. Perce de, Ripollés, García, Carcoller, Francoal, María, Sans, Serra, Nacho, A. Llaná, Rojas, Valls, Botassa, Sans de Audino, Martínez, etc., etc.

Testimonio del Sr. Ferrand:

«Sr. D. Andrés y Fabiá,

D. Rufino Ferrando, médico cirujano y director de los trabajos anatómicos del Hospital general de Valencia. Certifico que siendo pocos y de poco valor los remedios que le cito e indico para la curación del Sarampión, Rosa y Escarlatina, y encontrando comprometida la vida de un hijo de mi familia a la par que la de un hijo del señor cónsul de Italia en esta ciudad, aun cuando con alguna desconfianza, ordené se le administrara el remedio que el farmacéutico Sr. Andrés y Fabiá ha descubierto hace poco tiempo para curar estas enfermedades, y ha titulado Contra-eruptivo con su nombre.

No es fácil, sin verlo, poder apreciar la acción tan rápida que ejerce sobre el organismo infectado del Sarampión, pues me atrevo a asegurar que media hora después de administrado el citado remedio, la enfermedad empieza a declinar, y en pocas horas el enfermo se encuentra libre completamente del peligro que le amenaza y sin consecuencias de ningún género.

Estos dos casos, por cierto muy notables, que a mi indico, me obligaron a repetir los ensayos en más de veinte casos, sin que en ninguno de ellos (doños bien) se haya de menoscabar la excelente virtud del Contra-eruptivo de Andrés y Fabiá, que sin duda está llamado a salvar de una muerte casi a muchos miles de criaturas: no por dicho Sr. Andrés y Fabiá, sino por los inmensos beneficios que su medicina va a prestar a la humanidad, hago públicas mis experiencias.

Valencia 8 de Enero de 1892.—Licenciado, Rufino Ferrando.

NOTA MUY IMPORTANTE.—Si al estado del enfermo, por complicaciones inesperadas, requiriera el uso de otras medicinas, nada importará que se le dé al mismo tiempo el CONTRA-ERUPTIVO de Andrés y Fabiá, porque su acción va directa y exclusivamente a destruir la causa productora del Sarampión (Pallola), Viruela (Figota), Rosa y Escarlatina.

Depósito en Valencia, Farmacia de su autor, frente al caballete de San Martín, y en todas las principales de la provincia.

Figura 93. Primer anuncio.

106.- Fumigatorio y pulverización Makencie

DIFTERIA CRUP.

Fumigatorio y Pulverización MAKENCIE

Creemos hacer un bien á la humanidad dando á conocer y poniendo al alcance de todos los ojos principales elementos con que el autor, sabido conocido en el mundo médico, y considerado como el primer especialista de las enfermedades del aparato respiratorio, combate siempre con ventaja la DIFTERIA, cuyo solo nombre aterra.

De hoy mas, siguiendo fielmente las prescripciones consignadas en los prospectos que acompañan á cada frasco, no derramarán tantas lágrimas las madres desoladas que veían morir á sus tiernos y queridos hijos en medio de la agonia mas terrible; pues con los experimentados remedios que ofrecemos al público, puede prevenirse siempre tal dolencia; y si excepcionalmente se presenta, queda reducida á la categoría de una enfermedad común.

Únicos depósitos: } En Valencia: Costas, **Sombrerería 5** —Botica.
} En Barcelona: Andreu, **Rambla de las Flores 4**,

Figura 94. Primer anuncio.

107.- Pastillas de la Ermita

TOS.

Desaparece con las pastillas de la Ermita. Farmacia de D. José García Rojo, plaza de la Congregación, 72.

Figura 95. Primer anuncio.

108.-Papel del pobre hombre

DOLORES.

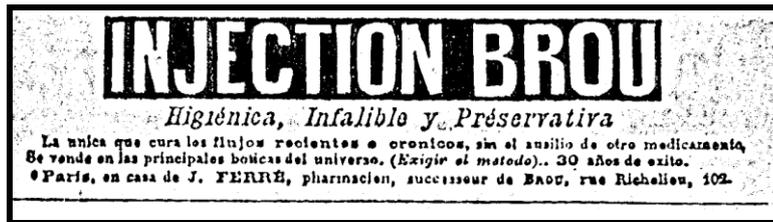
Desaparecen con el PAPEL DEL POBRE HOMBRE; Farmacia de don José García Rojo, plaza Congregación, núm. 72.

Figura 96. Primer anuncio.

109.- Sabañones

Anuncio, véase el texto.

110.-Injection Brou



INJECTION BROU
Higiénica, Infalible y Preservativa
La única que cura los flujos recientes e crónicos, sin el auxilio de otro medicamento.
Se vende en las principales boticas del universo. (Exigir el método). 30 años de éxito.
Paris, en casa de J. FERRÉ, pharmacien, successeur de BAUC, rue Richelieu, 102.

Figura 97. Primer anuncio.

111. -Polvos Santaballa



POLVOS SANTABALLA
Ultimo descubrimiento de las Ciencias Médicas.
Comprobados estos polvos vegetales por la curacion de muchos miles de personas en los paises de América, que son inofensivos y curan todas las fiebres intermitentes, palúdicas y tercianas, infartos del hígado y bazo sin que dañen al enfermo ni produzcan en el estómago los estragos que la quinina, su autor los recomienda no solo á los enfermos que pueden curarse por 5 pesetas, sino que tambien á los médicos, para que estudien este nuevo procedimiento en favor de la humanidad y de su propio crédito.
Depósito en la Farmacia del DOCTOR BONALD
17-GORGUERA-17
en donde se dan prospectos y se despachan pedidos por correo á provincias

Figura 98. Primer anuncio.

112.- Inyección Grimault al matico



INYECCION DE GRIMAULT Y C^{IA}
AL
MÁTICO
Exclusivamente preparada con las hojas del **Matico del Peru**, ha adquirido esta inyeccion en algunos años una reputacion universal. Cura en poco tiempo los flujos los más tenaces.
Depósito en Paris,
GRIMAULT y C^{IA}, 8, Rue Vivienne
Cada frasco lleva la marca de fábrica, la firma GRIMAULT y C^{IA} y el sello del gobierno francés

Figura 99. Primer anuncio.

113.- Rob Boyveau Laffeteur y Rob Boyveau Laffeteur de Yoduro Potasio.

Anuncio, véase el texto.

114.-Pildoras suizas del Farmaceutico Rich. Brandt (AC)

<p>CONTRA : Flatulencias, Acidias del Estómago, Hemor- roidas, Constipacion, Enfermedades del hi- gado y de la Bilia, Sangre viciada, Afluencia de Sangre, hácia la cabeza y el pecho.</p>		<p>PRINCIPIOS ELEMENTALES: Extractos de yerbas suizas medicinales; Más eficaces y más baratas que todas las Aguas minerales; Fáciles de tomar; Acción dulce.</p>
<p>Preparadas exactamente según la prescripción médica.</p>		<p>Empleadas con ventaja por los enfermos de todas edades</p>
<p><small>Las Farmacias siguientes envian gratuitamente, mediante pedido, el prospecto que contiene además numerosos certi- ficados de médicos acreditados sobre los buenos efectos de este remedio. Pódrse expresamente las PILDORAS SUIZAS DEL FARMACEUTICO RICH. BRANDT, que no son verdaderas sino estan en cajas metálicas conteniendo 40 pildoras á 6 reales y en cajas más pequeñas, para prueba, que contienen 16 pildoras á 3 reales. Cada caja de las verdaderas PILDORAS SUIZAS debe llevar la etiqueta en supra representando la Cruz blanca sobre sobre fondo rojo, y la firma del fabricante. Depósito general para España y sus Colonias : Farmacia de MORENO MIQUEL, Arenal, 2, Madrid DEPÓSITOS EN TODAS LAS PRINCIPALES FARMACIAS DE ESPAÑA Y ULTRAMAR</small></p>		

Figura 100. Primer anuncio.

	<p>Segun los elogios unánimes de un crecido número de médicos distinguidos de Suiza, Austria y Alemania, así como por las memorias de diversos periódicos médicos, las Pildoras Suizas, preparadas por el Farmaceutico Rich. Brandt, en Schaffhouse (Suiza), constituyen un remedio real y reconocido, que obra sin dolor y es de muy módico pre- cio; merece recomendarse á todo el mundo en los casos en que se trata de provocar, una evacuacion sin irritacion, disipar la bilis y las mucosidades, purificar la sangre, restituir, reconstituir y fortificar el aparato digestivo, á causa de la feliz compo- sicion de ellas, en la que no entra ninguna sustancia nociva al cuerpo humano. Se suplica se pidan expresamente las Pildoras Suizas del Farmaceutico, Richard Brandt, que no son verdaderas sino estan en cajas metálicas conteniendo 40 pildoras á 6 reales y en cajas más pequeñas, para prueba, que contienen 16 pildoras á 3 reales. Cada Caja de las Verdaderas Pildoras Suizas debe llevar la etiqueta en supra representando la Cruz blanca suiza sobre fondo rojo, y la firma del fabricante. Las Farmacias siguientes envian gratuitamente, mediante pedido, el prospecto que contiene además numerosos certi- ficados sobre los buenos efectos de este remedio.</p>
<p>Depósito general para España y sus Colonias : Farmacia de MORENO MIQUEL, Arenal, 2, Madrid DEPÓSITOS EN TODAS LAS PRINCIPALES FARMACIAS DE ESPAÑA Y ULTRAMAR</p>	

Figura 101. Segundo anuncio.

115.-Jarabe de Lactofosfato de cal Dr. Quesada

LAS MADRES Y LOS NIÑOS

en la época de la lactancia deben tomar el **jarabe de lacto fosfato de cal del Dr. Quesada, fórmula Dusart**, para aumentar y enriquecer la leche y fortalecer los tejidos, asegurando de este modo en los pequeños una vida robusta.

Es también de gran eficacia para toda persona débil.

Dr. Quesada, plaza de la Merced, núm. 7.

Figura 102. Primer anuncio.

116.-Jarabe hipofosfitos de cal y sosa Dr. Quesada

AFECCIONES DE PECHO.

Jarabes de hipofosfitos de cal y sosa, del Dr. Quesada, fórmula Hurchil. Específicos para combatir las mas graves y rebeldes enfermedades del pecho.

Dr. Quesada, plaza de la Merced, núm. 7

Espectáculos.

Figura 103. Primer anuncio.

117.- Gabinete Médico Norte-Americano(AC)

GABINETE MEDICO NORTE-AMERICANO, MONTERA, 33, 1.º, MADRID.

IMPORTANTE. El representante UNICO Y EXCLUSIVO DEPOSITARIO de estos Especificos lo es el Director del Gabinete Médico Norte-Americano, MONTERA, 33, 1.º, en MADRID, el que contestará de palabra ó por escrito, siempre gratuitamente, cuantas consultas ó preguntas se le hagan para el mejor uso y conveniente aplicación de estos medicamentos. Remitirá prospectos en español á quien los pida y enviará los medicamentos á vuelta de correo y debidamente certificados, manifiándole su valor en libranzas del giro mútuo, letra ó sellos de franqueo. Pueden por lo tanto remitirse los medicamentos á todos los pueblos del mundo.

VIGORIZADOR VITAL DE LAS NATURALEZAS GASTADAS EN AMBOS SEXOS. Impotencia, esterilidad, espermatorrea, debilidad gástrica, pérdida de esperma en sueños ó en vigilia, debilidad, padecimientos del estómago, de los nervios, pecho, hígado, bazo, jaquecas, estreñimiento, vómitos, insomnio, pérdida memoria, ideas tristes, hipocouñria, dando por TÉRMINO reblandecimiento muscular, imbecilidad, locura, extenuacion, suicidio ó muerte. Para curar de verdad úlese prospecto del SPANA THOMPSON, que se da y envia gratis. Frasco, 20 Psetas. — Medicacion para 45 dias. — Hasta un solo frasco.

NO MAS SORDOS Sordera, Dificultad, Ruidos, Flujo y todas las enfermedades de los oidos, se curan con el CONTRASORDERA THOMPSON. Caja, 4 ptas.

NERVIOS Curacion radical de todas las enfermedades nerviosas y del CORAZON con el NERVINO THOMPSON. Frasco, 25 pesetas.

HERPES SIFILIS, REUMA, VENEREO, ESCROFULA, y todos los HUMORES que infeccionan la sangre, se curan sin que vuelvan á reproducirse con la PARACIA THOMPSON. Frasco, 20 pesetas.

ÚLCERAS CANGREJOSAS, ESCROFULOSAS, ETC. y por malignas que sean, se curan radicalmente con el BALSAO THOMPSON. Calma en el acto los más agudos dolores, detiene la infeccion y cicatriza. Pox. 50 rs.

ESTRECHECES URETRALES, DILATACION CÓMODA Y SEGURA. — MAL DE PIEDRA, Cálculo, arenilla, expulsion rápida. Úterro vagina, próstata, incontinencia y retención de orina, flujo de la uretra, vagina y matriz, males secretos. El GILAN THOMPSON, grato específico Americano, es el eficaz curativo sin sondar ni operar, de todas las enfermedades de las vias urinarias y matriz. Superior á todas las aguas minerales. Frasco, 6 pesetas. — Este medicamento es muy recomendado por todos los médicos Especialistas de España y América.

Véndense también en las acreditadas farmacias y droguerías del mundo. — Cuidado con las falsificaciones de expendedores sin conciencia. — En caso de duda pregunten al Director.

Figura 104. Primer anuncio.

120.- Vino Aroud con Quina

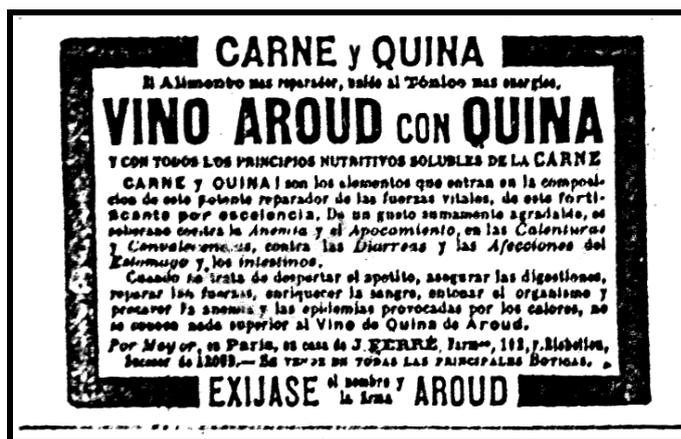


Figura 107. Primer anuncio.

ADDENDA

Anuncios de clasificación dudosa o interesantes para formarse otra opinión. Son por ejemplo los Chocolates, que hemos desechado pese a ser un alimento que mejora la salud, los vinos ¿? y otros licores.

A-1.- Tintura Warluk

Anuncio, véase el texto.

A-2.- Anis La Honradez

Anuncio, véase el texto.

A-3.- Vino de Verano (AC)

Anuncio. véase el texto.

Inventario de Productos en *Las Provincias*

1.-Píldoras y Ungüento Holloway (AC)

Anuncio, véase el texto.

2.-Enolaturu Zarza Costas (AC)

Anuncio, véase el texto.

3.-Píldoras Doctor Dehaut (AC)

Anuncio, véase el texto.

4.- Emulsión de Scott (AC)

Anuncio, véase en el texto.

5.-Zarza-Costas

Anuncio, véase en el texto.

6.-Nueva Kemnisa

DOLORS DE MUELAS
NUEVA KEMNISA
DOMENECH

TOPICO DENTARIO INFALIBLE

UNGO DOL CALMA LOS DOLORS DE MUELAS

LA NUEVA KEMNISA calma en el acto el dolor por fuerte que sea; evita la cáries, el escorbuto, los sarros y mal gusto de boca; hace desaparecer la congestión de la encía, principio siempre de flemonos dolorosos; dá consistencia y flexibilidad á las encías, asegurando los dientes en sus alveolos; deja fresca la boca, comunica grato olor al aire espirado, y es completamente inofensivo su uso, pues no quema ni destruye el esmalte dentario.

A cada frasco acompañan pinzas y algodón preparado para su aplicación.

Precio: 10 reales frasco.

De venta en todas las boticas. —Depósitos: Madrid, M. García, Tetúan, 15.—Barcelona, Hijos de Vidal y Rivas y Sociedad Farmacéutica Española. —Valladolid, Domenech. —Valencia, Viudado Rivas, Mercado, 40, Andrés y Pabía, San Vicente, 22.

Figura 108. Primer anuncio.

7.-Pocion Bru

CURACION DEL GARROTILLO.
(**CROUP.**)

POCIÓN BRU: específico de seguros resultados comprobados en multitud de casos en la última *epidemia diftérica*, como asimismo para evitar la enfermedad.
Farmacia del Dr. Quesada, plaza de la Merced, 7, junto al Mercado).

Figura 109. Primer anuncio.

8.- Emulsión Angulo

EMULSIÓN ANGULO.

Acete puro de bigudo barbaeo con hipofosfitos, la mas agradable, eficaz y barata, recetada por todos los médicos, lo mismo en invierno que en verano, para curar la tisis, escrófulas, raquitismo, rinitis, rinitis y debilidad general. Es tolerada por los estómagos mas delicados, no causa diarrea y es tomada con avidéz por los niños.

Un título de un farmacéutico español garantiza esta preparación, revelando al público ser tributario al charlatanismo extranjero. Se vende, á 10 rs. frasco, en la farmacia de D. José Andrés y Fabiá. Depositarios para la venta al por mayor, Mrs. Blas Cuesta e Hijos, almacén-droguería de San Antonio

Figura 110. Primer anuncio.

9.- Elixir Español

GRAN REMEDIO PARA LA BOCA.
ELIXIR ESPAÑOL.

APROBADO POR LA ACADEMIA MÉDICO-FARMACÉUTICA DE BARCELONA.

El mas calmante y estringente que se conoce; compite con gran ventaja con los mejores dentífricos extranjeros. Calma el dolor de muelas por agudo que sea; fortifica y limpia la dantadura; cura y preserva el escorbuto, el sarro y la faldiez del aliento. De venta en las principales farmacias y perfumerías.

Figura 111. Primer anuncio.

10.-Callicida Escrivá

Anuncio, véase el texto.

11.- Jarabe Laroze

Anuncio, véase el texto.

12.- Grajeas Saez (AC)

**GRAJEAS
SAEZ.**

Unico remedio recomendado por los especialistas y usado en los hospitales y clinicas especiales con grande éxito en la curación de toda clase de **FLUJOS**, de la uretra y de la matriz.

CURAN RADICALMENTE LAS

IRRITACIONES y *catarros* de las vias urinarias en pocos dias.

BLNORRAGIA (*purgación*), por aguda y dolorosa que sea

GONORREA (*gota militar*), por años y rebelde que se sufra.

LEUCORREA (*flujo blanco*), que acaba con la salud de las señoras.

ESTRECHECES de la uretra, evitando operaciones dolorosas.

ULCERAS de la matriz, sin cauterizaciones ni otras molestias.

INCONTINENCIA de la orina, por edad que se tenga.

De venta en las principales farmacias de España. En Valencia: farmacias del Dr. Andrés y Fabiá, San Vicente, 22; del Dr. Creus, plaza Santa Catalina, 4; del doctor Aliño, plaza Cajeros, 8; del Dr. Garcia, plaza de la Congregación, 72; del Dr. Rives, Mercado, 40; en el Grao, del Dr. Valiente, Mayor, 52. Depósito general para toda España, Dr. Saez, Rambla de Canaletas, 5, 1.ª, Barcelona.—Precio: frasco con cien grajeas, 10 rs.

Figura 112. Primer anuncio.

FLUJOS de las vias urinarias Las acreditadas **GRAJEAS SAEZ** curan en pocos dias las *irritaciones, purgaciones, gonorrea, gota militar, flujo blanco, estrecheces de la uretra, derrames seminales, incontinencia* de orina y todos los *añjos de las vias urinarias*. Se venden en valencia, a 12 reales frasco, en las siguientes farmacias: De Aliño, plaza de Cajeros, 8; Andrés y Fabiá, San Vicente, 27; Garcia, plaza de la Congregación, y Creus, plaza de Santa Catalina. Al por mayor, Sres. Vicente Ferrer y Compañía, y Dr. Saez, Barcelona.

Figura 113. Segundo anuncio.

13.-Pastillas Nielk

ENFERMEDADES DE LA BOCA.
PASTILLAS NIELK
DE CLORATO DE POTASA COMPRIMIDAS,
EFICACES CONTRA LAS
Anginas, Crup, Ronquera, Fetidez del aliento é inflamacion de la garganta

Las **PASTILLAS NIELK** calman la irritación producida por el excesivo uso del tabaco, y son indispensables á las personas que hacen sufrir á su garganta un trabajo fatigoso, especialmente los oradores y cantantes.

SE VENDEN EN TODAS LAS FARMACIAS.

Para evitar imitaciones y falsificaciones, exijase en las cajas el sello de la **Sociedad Farmacéutica Española**, impreso en tinta roja.

Figura 114. Primer anuncio.

14.-Salva Niños de Torrero (AC)

Anuncio, véase el texto.

15.- Grageas del Dr. Bouchut

Anuncio, véase el texto.

16.- Agua azahar, triple, garantizada

A 2 y 3 rs. botella el

Agua azahar, triple, garantizada.

Facilita la digestion admirablemente, y previene las enfermedades de estómago. Es anti-ostérica y anti-nerviosa.

Farmacia de Costas, calle de la Sombrerería, 5, frente al campanario de Santa Catalina.

Figura 115. Primer anuncio.

FLOR DE NARANJO.

Se compra agria y dulce en la farmacia de Costas, calle de la Sombrerería, núm. 5, Valencia. S. 14

Figura 116. Segundo anuncio.

17.-Cigarrillos Espic

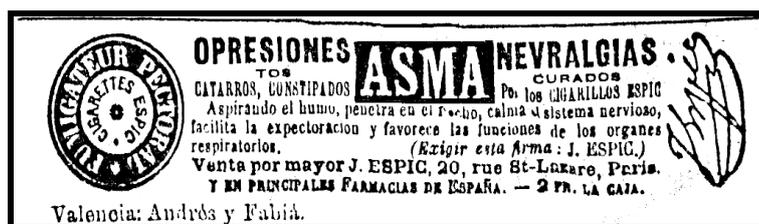


Figura 117. Primer anuncio.

18.- Licor del Polo Orive (AC)

Anuncio, véase el texto.

19.- Hierro Bravais (AC)

Anuncio, véase el texto.

20.- Licor Brea Costas



Figura 118. Primer anuncio.

21.-Agua de Canadá



Figura 119. Primer anuncio.

22.- Hierro Quesada

HIERRO QUESADA.

La sangre débil ó pobre origina multitud de enfermedades y sostiene y empeora todas las demás, pues siendo la que dá vida á todo el organismo humano, no le mantiene robusto.—El *Hierro Quesada* enriquece y dá fuerzas á la sangre, no produce ningún trastorno, como los demás medicamentos férricos, y se toma con la mayor comodidad.—Los niños que tomen Hierro aseguran una vida robusta.

Frasco con cuenta-gotas, 8 rs : dura hasta dos meses.
Doctor Quesada, plaza de la Merced, 7.

Figura 120. Primer anuncio.

23.-Caldo Cibils (AC)

Anuncio, véase el texto.

24.- Píldoras de Blancard

PILDORAS de BLANCARD
CON
Yoduro de Hierro inalterable

NEW-YORK Aprobadas por la Academia de Medicina de Paris. PARIS
Adoptadas por el Formulario oficial francés y autorizadas por el Consejo medical de San Petersburgo.

Participando de las propiedades del **Iodo** y del **Hierro**, estas Píldoras convienen especialmente en las enfermedades tan variadas que determina el germen escrofuloso (*tumores, obstrucciones y humores fríos*, etc.), afecciones contra las cuales son impotentes los simples ferruginosos; en la **Clorosis** (*colores pálidos*), **Leucorrea** (*flor blanca*), la **Amenorrea** (*menstruacion nula ó difícil*), la **Tisis**, la **Sífilis constitucional**, etc. En fin, ofrecen a los prácticos un agente terapéutico de los tipos energicos para estimular el organismo y modificar las constituciones hipofásicas, debiles ó debilitadas.

N. B. — El Ioduro de hierro impuro ó alterado es un medicamento infiel é irritante. Como prueba de pureza y autenticidad de las verdaderas **Píldoras de Blancard**, exájlase nuestro sello de plata reactiva, nuestra firma adjunta y el sello de la *Unión de Fabricantes*.

Blancard

Farmacéutico de Paris, calle Bonaparte, 40
DESCONFIESE DE LAS FALSIFICACIONES

Figura 121. Primer anuncio.

25.-Licor y las Píldoras del Dr. Laville

GOTA y REUMATISMOS
CURACION cierta por el **LICOR y LAS PILDORAS DEL D^r Laville**
Estos Medicamentos son los únicos Autógenos analizados y aprobados por el D^r OSSIAN HENRY Jefe de manipulaciones químicas de la Academia de Medicina de Paris.
El **LICOR** se toma durante los ataques, para curarlos.
Las **PILDORAS** se toman durante el estado crónico para impedir nuevos ataques y alcanzar la curacion completa.
Para evitar toda falsificacion, exijase el Bello del Gobierno Frances y la firma
Venta por mayor : COMAR, Farmac, 28, calle Saint-Claude, en PARIS.
DEPOSITOS EN TODAS LAS PRINCIPALES FARMACIAS

Laville
D. M. S.
de la Facultad de Paris

Figura 122. Primer anuncio.

26.- Emulsión Quesada (AC)

EMULSIÓN QUESADA
de aceite de hígado bacalao con hipofosfitos de cal y sosa y pirofosfato hierro.
Frasco de mayor tamaño que el de Scott, 10 rs.
Como se prepara semanalmente, no hay temor que se eche á perder la Emulsión
DR QUESADA, PLAZA DE LA MERCED, 7.

Figura123. Primer anuncio.

EMULSIÓN QUESADA
de aceite de hígado bacalao con hipofosfitos de cal y sosa y pirofosfato hierro.
Frasco de mayor tamaño que el de Scott, 10 rs.
El mejor remedio para combatir todas las afecciones del pecho y las ocasionadas por debilidad ó decaimiento de fuerzas, por contener los principales reconstituyentes y ser agraoable su uso.
DR QUESADA, PLAZA DE LA MERCED, 7.

Figura 124. Segundo anuncio.

27.- Aceite de hígado de bacalao de Chevrier Paris



Figura 125. Primer anuncio.

28.- Pildoras anfebrifugas del Dr. Ramo y Licenciado Obon

Anuncio, véase el texto.

29.- Papel Rigollot

Anuncio, véase el texto.

30.- Jarabe contra la tos de Andrés y Fabiá

LOS PEDIDOS VENTAJOSAMENTE
D. J. ANDRÉS Y FABIÁ FARM. VALENCIA

DE ANDRÉS Y FABIÁ
JABABE
CONTRA LA
TOS,
SEA CUALQUERA EL
CARACTER QUE ÉSTA
PRESENTE.

PRECIO 6 REALES FRASCO

CALLE DE SAN VICENTE 22.

Farmacia frente al cabalito de San Martín, Valencia.

Este jarabe, cuyo extraordinario mérito se manifiesta mejor que de todos modos, por el consumo exorbitante que en poco tiempo ha alcanzado, se ha hecho merecedor á que muchos facultativos hayan fijado su atención en sus efectos, por lo seguros y por lo rápidos, pues en la mayoría de los casos solo un frasco es bastante para corregir prontamente

LA TOS ronca, que tanto fatiga al enfermo, y cuya expectoración suele ser difícil.

LA TOS ferina ó de Coqueluche que tan peligrosa suele ser para los niños de tierna edad.

LA TOS seca y convulsiva, propia de los que padecen afecciones asmáticas, y que tanto interesa al sistema nervioso, por la dificultad de la respiración durante el acceso.

LA TOS efecto de catarro ó constipado, que con tanta facilidad toma el caracter crónico, y finalmente, todas las clases de tos, ya tenga su causa en la laringe, ya en los bronquios, ya en los pulmones.

PRECIO DEL FRASCO, 6 RS

Figura 126. Primer anuncio.

31.-Jarabe de Ioduro de Hierro inalterable de Sanchez

JARABE DE IODURO DE HIERRO INALTERABLE DE SANCHEZ,
contra la pobreza de sangre ó alteración de los humores del organismo.

FRASCO 10 RS

Botica de D. Rosendo Sanchez, calle de Cuarto, Valencia.

Figura 127. Primer anuncio.

32.-Emulsión Costas (AC)

Anuncio, véase el texto.

33.-Pectoral Costas

TOS, CATARRO, ASMA.

Se curan con el PECTORAL DE COSTAS.—Resultados instantáneos.—
Frasco 6 rs.
Farmacia de Costas, Sombrereria, 5, bajo el campanario de Santa Catalina.

Figura 128. Primer anuncio.

34.- Agua de melisa de los carmelitas descalzos

Anuncio, véase el texto.

35.- Agua y Polvos Dentífricos del Docteur Pierre (AC)



Figura 129. Primer anuncio.



Figura 130. Segundo anuncio.

36.-Pastillas y Polvos Paterson



Figura 131. Primer anuncio.

37.- Pastillas de Dethan



Figura 132. Primer anuncio.

38.-Extracto de carne Liebig

Anuncio, véase el texto.

39.- La Veloutine



Figura 133. Primer anuncio.

40.- Carne cruda en polvo- Cubero Roure (AC)

Anuncio, véase el texto.

41.-Agua de Azahar Triple de Pablo Fournet

AGUA DE AZAHAR TRIPLE
DE PABLO JOURNET.

De excelentes cualidades para todas las naturalezas propensas á desórdenes en el sistema nervioso. Consultad á las personas que hagan de ella un continuado uso y os convencereis de sus eficaces resultados. Esta marca es la más solicitada por el público y personas de buen gusto y ello lo prueba los numerosos depósitos que el fabricante tiene establecido para su venta, á saber:

Almacén-droguería de San Antonio, de Blas Cuatrecasas é Hijos; Droguería de la Luna, de Hijos de Joaquín Añón; de la Laja, de Pedro Salvador Alegre; de San Juan de Vicente, Aloy Clavero; de la Catalina, de Farell y Piñol; del Salvador, de Pablo Fandos; de García y Uildemolins, calle de Garrigués; Ultramarinos de los Alcoyanos, de Manuel Mezquita; de la Mariposa, de Ernesto Reyes; de Santa Catalina, de Rafael Fos; de Gileas Ródenas, calle de las Barcas; de la viuda de Alapont, calle de San Vicente de Fabian R. Maguera, plaza de Pellicers; Grao de Valencia, farmacia de Manuel Valente; ultramarinos de Agustín Lagarda y Romany; Teruel farmacia de Pascual Adam; Déria, farmacia de Mateo Comerma y Eduardo Milla; Castellón de la Plana, farmacia de Manuel Ferrer; Utiel, farmacia de Carlos Benítez.

Figura 134. Primer anuncio.

42.-Harina Lacteada H. Nestlé

HARINA LACTEADA H. NESTLÉ,
PROVEEDOR DE LA REAL CASA.
25 años de éxito.

21 RECOMPENSAS.
8 DIPLOMAS DE HONOR,
8 MEDALLAS DE ORO.



NUMEROSOS
CERTIFICADOS
de las primeras
AUTORIDADES MÉDICAS.

Marca de fábrica.

Alimento completo para los niños de tierna edad.

Suple la insuficiencia de la leche materna; facilita el destete, siendo de completa y fácil digestión.
Se emplea también favorablemente en los ADULTOS, como alimento para los ESTOMAGOS DELICADOS.
A fin de no ser sorprendidos por las numerosas falsificaciones, exíjase sobre cada bote la firma del inventor Henri Nestlé, Vevey (Suiza).
Véndese en todas las buenas farmacias, droguerías y ultramarinos.

Figura.135. Primer anuncio.

43.-Vino Bugeaud (AC)

Anuncio, véase el texto.

44.- Hierro de Quevenne



Aprobado por la Academia de Medicina de París

HIERRO DE QUEVENNE

CURA :
ANEMIA, COLORES Pálidos, POBREZA de la SANGRE, etc.

*Hierro en estado puro,
Mas activo que los demas ferruginosos
No irrita el estómago
cual los hierros líquidos ó solubles;
Sin sabor
ni acción sobre la dentadura.*

Véndese : 1º en POLVO ; 2º en GRAJEAS.
Téngase con las Falsificaciones.
DEPÓSITO
Feta Em. GENEVOIX, 14 r. des Beaux-Arts, PARIS

Figura 136. Primer anuncio.

45-Crema bismuto Andrés y Fabiá



FARMACIA FRENTE AL CABALLITO DE SAN MARTIN,
CALLE DE SAN VICENTE, 22, VALENCIA.

Crema de bismuto de ANDRÉS y FABIA,

farmacéutico premiado por el colegio de la facultad de Madrid.

Este remedio de fácil administración, y cuyo sabor no es desagradable, posee la virtud de hacer desaparecer rápidamente:

- Las diarreas simples.
- Las diarreas con estrias sanguinolentas.
- Las diarreas de sangre ó enterorragias.
- Las diarreas que preceden al cólera.
- Las diarreas de los niños en sus diferentes manifestaciones
- La enterocolitis ó desarrollo de gases en el estómago.

Empléase también para fortalecer los estómagos que, á consecuencia de haber sufrido el cólera, no desempeñan sus funciones con regularidad.

Se vende esta medicina en elegantes botes esmerilados, para que su conservación sea indefinida.

FARMACIA FRENTE AL CABALLITO DE SAN MARTIN, VALENCIA.

Figura 137. Primer anuncio.

46.- Vino Peptona Catillon



Figura 138. Primer anuncio.

47.-Contra-Eruptivo Andrés y Fabiá (AC)

Anuncio, véase el texto.

48.- Glóbulos Secretan

Anuncio, véase el texto

49.-Brea Quesada



Figura 139. Primer anuncio.

50.-Papier Wlinsi



PAPIER WLINSI Soberano remedio para la rápida curación de las Afecciones del pecho, Catarros, Mal de garganta, Bronquitis, Resfriados, Rematizos de los Reumatismos, Dolores, Lumbagos, etc. 20 años del mejor éxito atestiguan la eficacia de este poderoso derivativo, recomendado por los primeros médicos de París.

Depósito en todas las farmacias.—París, 31, rue de Seine.

Figura 140. Primer anuncio.

51.- Solución Cases

Anuncio, véase el texto.

52.-Sales de Litina de Ch. Le Perdriel

Anuncio, véase el texto.

53.-Aceite de Hígado de Bacalao de Hogg



HOGG, farmacéutico, Rue Castiglione, 2, en PARIS

ACEITE de HIGADO de BACALAO de HOGG

Sin el olor ni sabor de los Aceites de Hígado de Bacalao ordinarios.

Este Aceite, extraído de los hígados frescos de bacalao recientemente pescados, es natural y absolutamente puro; lo pueden digerir los estómagos más delicados: su acción es segura contra las Enfermedades del Pecho, Tisis, Bronquitis, Costipados, Tos crónica, Delgadez de los Niños, etc.

Exigir el nombre de HOGG y además la certificación de M. LE-SUEUR, Jefe de los trabajos químicos de la Facultad de Medicina de París, que deberá hallarse sobre la etiqueta de cada frasco triangular. El aceite de HOGG se halla en las principales farmacias.

ADVERTENCIA: — Exigir en el rótulo el sello azul del Estado Francés.

Figura 141. Primer anuncio.

54.-Papel del pobre hombre (AC)

Anuncio, véase el texto.

55.-Enosótero (AC)

ENOSÓTERO

para conservar y mejorar toda clase de vinos,
artículo de primera necesidad para los vinicultores y comerciantes al por mayor y al detall. Higiénico y admitido en todos los mercados del mundo.

El vino con Enosótero tiene más estima, se conserva siempre, y puede ser transportado por mar y por tierra sin cuidado.

El Enosótero es el único específico que merece el nombre de "conservador de los vinos." Obra en pequeña cantidad, es de fácil empleo, mejora toda clase de vinos, es económico, inofensivo, y puede emplearse en todo tiempo.—La utilidad del Enosótero ha sido reconocida por todos los consumidores y por la prensa. Por esto su uso se ha generalizado por todas partes.—Para convencerse de la eficacia y bondad del Enosótero, basta poner vino del más flojo ó vino con agua en dos botellas, añadir á una de ellas el conservador á razón de medio gramo escaso por litro y dejar las botellas destapadas ó algo vacías. El vino de la botella que no tiene Enosótero pronto se vuelve agrio, mientras el otro, en lugar de agriarse, gana mucho en calidad.

Para evitar engaño, no debe admitirse ningún bote que no proceda de los Unicos representantes en España: Sres. Alomar y Uriach, calle Moncada, 20 Barcelona.—Depósito en Valencia: Blas Cuesta é hijos.

Figura 142. Primer anuncio.

ENOSÓTERO

para conservar y mejorar los vinos.

El Enosótero es el único específico que merece el nombre de "Conservador de los vinos." Obra en pequeña cantidad, es de fácil empleo, mejora toda clase de vinos, es económico, inofensivo, y puede emplearse en todo tiempo.

La utilidad del Enosótero ha sido reconocida por todos los consumidores y por la prensa. Por esto su uso se ha generalizado por todas partes.

Para convencerse de la eficacia y bondad del Enosótero, basta poner vino del más flojo ó vino con agua en dos botellas, añadir á una de ellas el conservador, á razón de medio gramo escaso por litro, y dejar las botellas destapadas ó algo vacías. El vino de la botella que no tiene Enosótero, pronto se vuelve agrio, mientras el otro, en lugar de agriarse, gana mucho en calidad.

Para evitar engaño, no debe admitirse ningún bote que no proceda de los Unicos representantes en España: Sres. Alomar y Uriach, calle de Moncada, núm. 20.—Barcelona.

DEPÓSITO EN VALENCIA: BLAS CUESTA É HIJOS.

Figura 143. Segundo anuncio.

BIBLIOGRAFIA.

GUIA DEL VINICULTOR, Datos y consejos para la buena elaboración de los vinos, por Federico Benessat. Barcelona.—Esta obrita es muy interesante para los cosecheros de vinos, porque les explica de un modo muy claro lo que deben hacer. Su autor es director del gabinete enológico de Barcelona.

Actualmente, á pesar de ser la vid el principal ramo de la riqueza agrícola de nuestra nación, pues que su producto anual no baja de mil millones de pesetas, nos encontramos tan atrasados en punto á elaboración de buenos tipos de vinos, que necesitamos del comercio francés, que se apodera de nuestras excelentes clases, y medra, fuera y se acredita á costa y en detrimento nuestro. Por esta razón consideramos excepcional importancia á cuantos libros tienden á la instrucción de nuestros cosecheros, para que destierren las malas prácticas hoy usadas, y las sustituyan con los procedimientos que la ciencia y la experiencia acreditan como más perfectos.

Hemos visto con gusto que el Sr. Benessat funda sus consejos en las enseñanzas de la química.

La recomendación que el autor hace del *Enosótero* para la conservación y mejora de los vinos nos prueba la utilidad del indicado conservador.

El Sr. Benessat ha hecho con su libro, un verdadero servicio á los vinicultores, y nosotros, á la vez que agradecemos al Sr. Benessat su atención, en favor de los intereses de aquellos, les recomendamos la adquisición de este importante libro, que con objeto de que puedan alcanzarlo hasta los vinicultores más pobres, se vende al económico precio de 2 pesetas en la librería del Sr. Suarez, Jacometrezo, Madrid; en las de los señores Verdaguer y Puig, de Barcelona, y en las principales de España.

Figura 144. Tercer anuncio.

56.-Pildoras de Arabia

<p style="text-align: center;">GRAN REMEDIO</p> <p>para combatir las enfermedades del estómago ó intestinos, base y origen de otras muchas dolencias. Un sinnúmero de enfermos que no pudieron conseguir resultado con remedio alguno, han curado con las maravillosas</p> <p style="text-align: center;">PILDORAS DE ARABIA, cuya benéfica acción está comprobada con 12 años de éxito feliz. Caja, 6 rs. Farmacia de Costas, calle de la Sombrería, núm. 5, Valencia.</p>

Figura 145. Primer anuncio.

57.-Vino de Carne de Vaca y Hierro del Dr. Quesada

<p style="text-align: center;">Vino de Carne de Vaca y Hierro DEL DR. QUESADA.</p> <p>Este alimento, nutritivo, vigorizante y estimulante es muchas veces recetado con gran beneficio en los casos en que ni carne de vaca, vino ó hierro, pueden ser tolerados separadamente ó en cualquier otra forma. Ha sido considerado de un valor especial como alimento regenerador para los convalecientes. Precio de igual cabida que el del extranjero, que se vende á 20 rs., 12 rs. Farmacia y jarabrería de la Trinidad, del Dr. Quesada, plaza de la Mercad, núm. 7, Valencia.</p>
--

Figura 146. Primer anuncio.

58.-Sedlits Granular de Costas

Anuncio, véase el texto.

60.-Pomada Anti-Oftálmica del Dr. Fuster

OJOS.
POMADA ANTI-OFTALMICA
DEL DR. FUSTER.

Esta pomada hace bastantes años se espande en mi farmacia con el nombre de pomada de la Viuda; su beneficioso empleo es conocido en todo el reino de Valencia para combatir las oftalmias parpebrales crónicas, queratitis vasculares, manchas de la córnea, ulceraciones intercaliares, en las erupciones herpéticas y en todas las inflamaciones de los párpados.

Tambien se aplica con gran éxito en fricciones para combatir las herpes en cualquier parte del cuerpo.

Precio: caja, un real.—Docena de cajas, 10 rs.

Farmacia y laboratorio químico, calle del Mar, 47, y Avellenas, 1.

En el mismo establecimiento hay un surtido completo de toda clase de bragueros, suspensorios, pesarios y damas objetos de goma.

Figura 149. Primer anuncio.

61.- Jarabe Pagliano legítimo (AC)

Jarabe de Pagliano legítimo.

Se ha recibido una gran cantidad de legitima procedencia, pudiendo responder de su exacta y verdadera preparación.

Este jarabe, *laxante-*deparativo**, ha sido objeto de muchas falsificaciones de ineficaces y aún perjudiciales efectos.

Farmacia del Dr. Quesada, plaza de la Merced, n. 7.

Figura 150. Primer anuncio.

Jarabe Pagliano.
Declaración.

La casa Girolamo Pagliano, establecida en Florencia en 1833 por el difunto Prof. Girolamo Pagliano, padre de los infrascriptos é inventor del purativo que lleva su nombre, ahora todavía en Florencia, 12 Via Pandolfi, no tiene sucursales en ninguna parte.

Ernesto Pagliano, que falleció en Nápoles el 16 de abril de 1888, era, como se jactaba, é sucesor de nuestro lastimado padre; jamás ha conocido el secreto del jarabe; tanto menos los que continúan bajo su nombre en Nápoles.

Alberto Pagliano, difunto G. (Giuseppe) no tiene ninguna relación con nuestra familia, y no debe interpretarse al difunto Girolamo, como querían haberlo creer.

Gino Pagliano (Giovanni) ha vendido su nombre á un especulador que se suscribe G. Pagliano, y fabrica cualquier jarabe. El tampoco tiene ninguna relación con nosotros.

Se servirá al público desconfiar de los opúsculos que un tal Guetteau ha publicado bajo el nombre de Girolamo Pagliano, á motivo de dar crédito un depósito de falsificación en París 32, rue Saint Paul.

Con protestar desde ahora contra el abuso del nombre de una casa honorablemente conocida desde medio siglo, reservándose el derecho de acudir á los tribunales, los infrascriptos repiten que no tienen ningún depósito y agente representante en España.

Y en fin, para encontrar el verdadero Jarabe Pagliano inventado por el difunto Prof. Girolamo Pagliano, es preciso dirigir cartas y valos á Marie et Pietro Pagliano del difunto Girolamo Girolamo, 12, Via Pandolfi Florencia.

Figura 151. Segundo anuncio.

62.- Jarabes diferentes Dr. Quesada

EL MEJOR REFRESCO

se consigue con cualquiera de los jarabes abajo indicados, elaborados en frío y con azúcar pilón, condiciones especiales para evitar la descomposición.

La mejor garantía de la exactitud en su preparación, es el creciente consumo durante los 16 años que cuenta esta jarabería de la Trinidad.

Envasados en elegantes frascos de ocho onzas, á los precios siguientes:

Sin casco		Sin casco	
De acónito.	3 rs.	De horchata al-	
De agraz.	2 "	mendras.	3 rs.
De achicorias.	2 "	De idem idem con	
De azahar.	2 "	limón.	3 "
De cidra.	2 "	De id. arroz.	3 "
De cinco raíces.	2 "	De id. chufas.	3 "
De goma.	2 "	De id. membrillo.	2 "
De granada.	2 "	De naranja.	2 "
De zarzaparrilla.	2 "	De id. amarga.	3 "

Botica y jarabería de la Trinidad, del Dr. Quesada, plaza de la Merced, n. 7, Valencia.

Figura 152. Primer anuncio.

63.-Elixir Dentífrico de los RR.PP. Benedictinos (AC)

Anuncio, véase el texto.

64.- Elixir del Dr. Gutler

Anuncio, véase el texto.

65.-Capsulas Raquin



Figura 153. Primer anuncio.

66.-Inyección Raquin

Anuncio, véase el texto.

67.- Píldoras Restauradoras Dr. Formiguera

Anuncio, véase el texto.

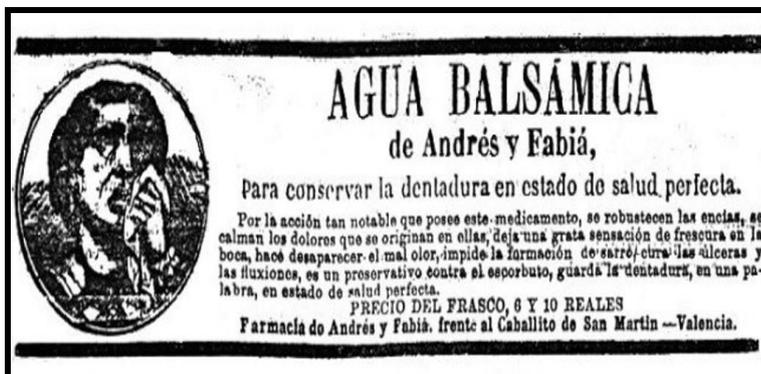
68.-Crema Simon

Anuncio, véase el texto.

69.-Esencia de Zarzaparrilla concentrada de Andrés y Fabiá

Anuncio, véase el texto.

70.- Agua Balsámica de Andrés y Fabiá



AGUA BALSÁMICA
de Andrés y Fabiá,
Para conservar la dentadura en estado de salud perfecta.
Por la acción tan notable que posee este medicamento, se robustecen las encías, se calman los dolores que se originan en ellas, deja una grata sensación de frescura en la boca, hace desaparecer el mal olor, impide la formación de sarro, cura las úlceras y las fluxiones, es un preservativo contra el escurru, guarda la dentadura, en una palabra, en estado de salud perfecta.
PRECIO DEL FRASCO, 6 Y 10 REALES
Farmacia de Andrés y Fabiá. frente al Caballito de San Martín --Valencia.

Figura 154. Primer anuncio.

71.- Magnesia Doble de Andrés y Fabiá



MAGNESIA DOBLE,
efervescente ó aérea,
DE D. J. ANDRÉS Y FABIÁ.
Sirve este poderoso medicamento para combatir todas las enfermedades que residen en el estómago, y también las que reconocen por causa una mala digestión, ó la alteración de los jugos digestivos, como son: Indigestiones, irritaciones y acideces de estómagos, vómitos, migraña, flatos, cólicos, náuseas, ictericia, estreñimiento, afecciones biliosas y nerviosas del estómago, inapetencia, etc. Sirve también para las almorranas, fistulas, obstrucciones de la uretra y mal de piedra. --Precio del frasco, 10 rs. Farmacia frente al Caballito de San Martín.--Valencia.

Figura 155. Primer anuncio.

72.-Zahnerina

Anuncio véase el texto.

73.- Tintura Alemana



Figura 156. Primer anuncio.

74.- Depilatorio de D.J. Andrés y Fabiá

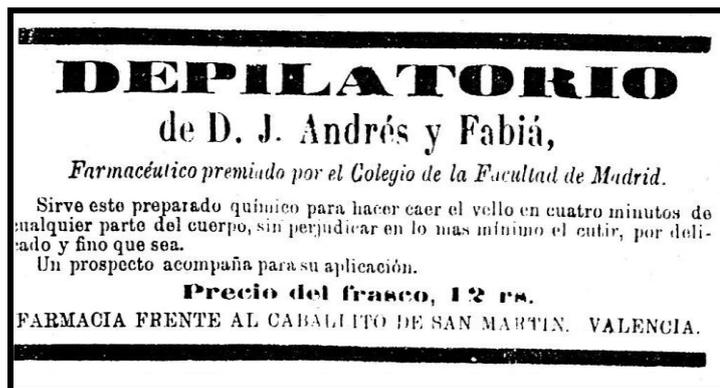


Figura157. Primer anuncio.

75.-Bombones de goma, brea, y bálsamo de Tolú.

Anuncio, véase el texto.

76.-Pastillas Pectorales y Calmantes del Dr. Marqués

Anuncio, véase el texto.

77.-Papel higiénico para el retrete

Anuncio, véase el texto.

78.- Cigarrillos Indios de Grimault y Cía.

ASMA
Aliviada y curada por medio de los
CIGARRILLOS INDIOS
de GRIMAULT y Cía, Paris

Este nuevo medicamento es de una aplicación excelente para combatir las afecciones de las vías respiratorias. Basta aspirar el humo de los *Cigarrillos Indios* para hacer desaparecer por completo los más violentos accesos

de Asma,	la Tos nerviosa,
la Ronquera,	la Extinción de la voz,
el Insomnio,	las Neuralgias de la faz,

y combatir la Tisis laringea.

Cada estuche lleva la marca de fábrica, la firma GRIMAULT y Cía y el sello del gobierno francés.

DEPÓSITO EN LAS PRINCIPALES BOTICAS Y DROGUERÍAS

Figura 158. Primer anuncio.

79.-Vino y Jarabe de Dusart

Anuncio, véase el texto.

80.- Jarabe de Quina y Hierro de Grimault y Cía.

Anuncio, véase el texto.

81.- Elixir Digestivo de Pepsina de Grimault y Cía

ELIXIR DIGESTIVO DE PEPSINA
De GRIMAULT y Cía, Paris

La Pepsina posee la propiedad de reemplazar en el estómago el jugo gástrico que le falta y que debe efectuar la digestión de los alimentos. Empleada en forma de Elixir cura ó evita :

las Malas digestiones,	los Eructos de gas,
las Náuseas,	las Gastritis,
la Jaqueca,	las Gastralgias,
los Calambres de estómago,	las Hinchazones del estómago,
las Enfermedades del hígado,	

Hace cesar los vómitos de las señoras encinta, fortifica a los ancianos y a los convalecientes, facilitando sus digestiones y su nutrición.

Cada frasco lleva la marca de fábrica, la firma GRIMAULT y Cía y el sello del gobierno francés

En Paris, 8, Rue Vivienne
Y EN LAS PRINCIPALES FARMACIAS Y DROGUERÍAS

Figura 159. Primer anuncio.

82.- Jarabe de Savia de Pino Marítimo de Lagasse

JARABE DE SÁVIA DE PINO MARÍTIMO
de LAGASSE, Farmacéutico en Burdeos.

Las personas débiles del pecho, las que padecen de

Hipo, Bronquitis, Catarros, Ronqueras,
Tos, Asma, Resfriados, Extinción de la Voz

pueden estar seguras de encontrar un alivio rápido y una cura completa con el empleo de los principios balsámicos del pino marítimo concentrados en el Jarabe y en la Pasta de savia de pino marítimo de Lagasse, que son muy superiores á las cápsulas de breá.

AL PÚBLICO: *Habiendo motivado el éxito brillante de las preparaciones de Lagasse, un crecido número de falsificaciones, prevenimos á los enfermos que el Jarabe de Lagasse, el solo eficaz lleva en cada frasco la marca de fábrica, la firma GRIMAULT y Cia y el sello del gobierno francés.*

Deposito en Paris: Casa GRIMAULT y Cia, 8, Rue Vivienne
Y EN LAS PRINCIPALES FARMACIAS Y DROGUERÍAS.

Figura 160. Primer anuncio.

83.- Vino de Peptona Pépsica de Chapoteaut

Vino de Peptona Pépsica de Chapoteaut
Farmacéutico de 1ª Clase, en Paris

Nutrir los enfermos y los convalecientes sin fatiga del estómago, tal es el problema resuelto por este delicioso alimento; cada copa de Burdeos contiene, en efecto, diez gramos de carne de vaca completamente digerida, asimilable y despojada de las partes insolubles indigestibles.

Obra como reparador en todas las afecciones del estómago, del hígado, de los intestinos, las digestiones penosas, el asqueo de los alimentos, la anemia, la extenuacion causada por los tumores, las afecciones cancerosas, la disenteria, la calentura, el diábetes, y en todos los casos en que impera la necesidad de nutrir al enfermo, al tísico, de sostener sus fuerzas con un alimento reconstituyente que en vano se buscaria en la carne cruda, en los extractos y jugos de carne ó en los caldos concentrados. El VINO de CHAPOTEAUT es el nutritivo por excelencia de los ancianos y de los niños, así como tambien de las nodrizas para enriquecer el caudal de su leche.

Depósito en Paris, 8, RUE VIVIENNE y en las principales Farmacias y Droguerías.

Figura 161. Primer anuncio.

84.-Hierro Leras

Anuncio, véase el texto.

85.- Sándalo de Midy

Anuncio, véase el texto.

86.- Tintura Veneciana

Anuncio, véase el texto.

87.-Pomada Kloguer

Anuncio, véase el texto.

88.- Capsulas Thevenot (AC)

Anuncio, véase el texto.

89.- Jarabe Hipofosfito de Cal de Grimault y C^a



Figura 162. Primer anuncio.

90.-Quinina de Pelletier

Quinina de Pelletier
ó de las 3 Marcas

Adoptada por todos los médicos en razón de su pureza y eficacia contra las **Jaquecas**, las **Neuralgias**, los **Accesos febriles**, las **Fiebres intermitentes** y palúdicas, la **Gota**, el **Reumatismo**, los **Sudores nocturnos**. Cada cápsula, del grosor de un guisante lleva el nombre de **PELLETIER**, obra más pronto que las píldoras y grageas, y se traga más fácilmente que las obleas medicamentosas.

Depósito en **PARIS, 8, rue Vivienne**
y en las principales Farmacias de España.

Figura 163. Primer anuncio.

91.-Jarabe Rábano Iodado de Grimault y Cía.

JARABE DE RÁBANO IODADO
De GRIMAULT y Cía, Farmacéuticos en Paris

Desde hace veinte años este medicamento dá los resultados más notables en las enfermedades de la infancia, reemplazando de una manera muy ventajosa el aceite de hígado de bacalao el jarabe antiescorbútico y el yoduro de hierro.

Es un remedio soberano contra los **Infartos é Inflamaciones de las glándulas del cuello**, el **usagro** y todas las erupciones de la piel, de la cabeza y de la cara; excita el apetito, tonifica los tejidos, combate la palidez y la flojedad de las carnes y devuelve á los niños el vigor y la vivacidad naturales. Es un admirable medicamento contra las **costras de leche**, y un excelente depurativo.

IMPORTANTE: Los admirables efectos de este medicamento, consagrando su aceptación, han provocado numerosas falsificaciones é imitaciones sin valor alguno. Para obtener el legítimo y eficaz Jarabe de Rábano Iodado, exíjase en cada frasco la marca de fábrica, la firma **GRIMAULT y Cía** además grabada en el vidrio y el sello azul del gobierno francés.

Depósito en las principales Farmacias y Droguerías.

Figura 164. Primer anuncio.

92.-Pastillas Dr. Andreu

Anuncio, véase el texto

93.-Papel de Albespeyres (AC)

**PAPÉL
DE ALBESPEYRES**

Las personas que llevan
UN VEJIGATORIO EN EL BRAZO
han de dejar de lado los antiguos modos de curarlo, y emplear exclusiva-
mente el verdadero **Papel de Albespeyres**, único preparado que
produce una supuración regular, graduada, sin hedor ni dolor, y
comunica al vejigatorio fijo,
Una incomparable eficacia
CONTRA LAS ENFERMEDADES CRÓNICAS.
Hay Papel de cuatro fuerzas correspondientes á los n.º 1 (débil), 1, 2 y 3.
NUMEROSAS IMITACIONES. — Se evitarán no aceptando mas
que las cajitas de Papel que llevan la *Firma Fumouze-Albespeyres*
y el *Sello de la Union de los Fabricantes.*

FUMOUCZE-ALBESPEYRES, 78, Faubourg St-Denis, PARIS
y en todas las Farmacias del globo.

Figura 165. Primer anuncio.

**PAPÉL
DE ALBESPEYRES**

El único empleado en los hospitales militares de Francia.

Contra las Enfermedades crónicas, como **enfermedades del cerebro,**
parálisis, enfermedades nerviosas, asma, catarros, enfermedades
de las criaturas y de los ancianos, enfermedades de la edad crítica,

Ningun Remedio es tan eficaz como un Vejigatorio en el brazo,
de la dimension de un peso fuerte, mantenido con el verdadero
Papel de Albespeyres.

NUMEROSAS IMITACIONES. — Se evitarán no aceptando sino
las cajitas de papel que llevan la *Firma Fumouze-Albespeyres* y el
Sello de la Union de los Fabricantes.

FUMOUCZE-ALBESPEYRES, 78, Faub^g St-Denis, PARIS
y en todas las Farmacias del globo.

Figura 166. Segundo anuncio.

94.- Vejigatorio de Albespeyres



**VEJIGATORIO
DE ALBESPEYRES**

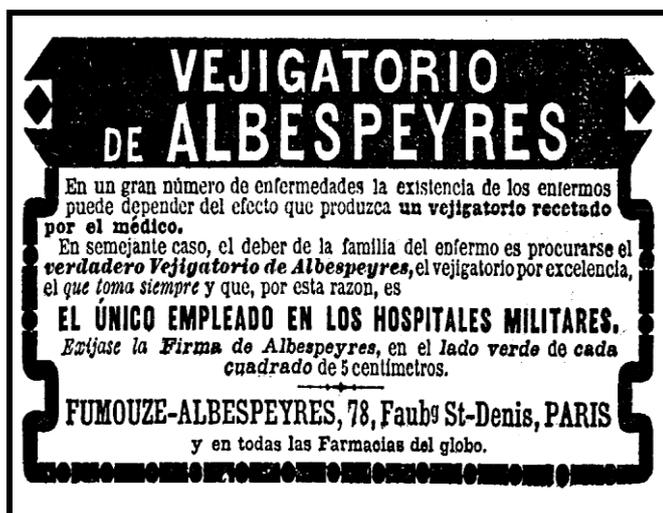
El único admitido en los Hospitales Militares.

El *Vejigatorio de Albespeyres* es el remedio más herbíco que puede ser recetado por los médicos contra bronquitis, fuxiones de pecho, pleuresías, afecciones del corazón, meningitis, nevralgias, reumatismos, fiebre tifoiden, etc.

Como existen numerosas imitaciones, es preciso tener buen cuidado de pedir el verdadero *Vejigatorio de Albespeyres* y asegurarse de que cada cuadrado de 5 centímetros lleva la firma de *Albespeyres* en el lado verde.

FUMOZE-ALBESPEYRES, 78, Faubourg St-Denis, PARIS
y en todas las Farmacias del globo.

Figura 167. Primer anuncio.



**VEJIGATORIO
DE ALBESPEYRES**

En un gran número de enfermedades la existencia de los enfermos puede depender del efecto que produzca un **vejigatorio recetado por el médico.**

En semejante caso, el deber de la familia del enfermo es procurarse el **verdadero Vejigatorio de Albespeyres**, el vejigatorio por excelencia, el que toma siempre y que, por esta razón, es

EL ÚNICO EMPLEADO EN LOS HOSPITALES MILITARES.

Exíjase la *Firma de Albespeyres*, en el lado verde de cada cuadrado de 5 centímetros.

FUMOZE-ALBESPEYRES, 78, Faub St-Denis, PARIS
y en todas las Farmacias del globo.

Figura 168. Segundo anuncio.

95.- Jarabe de digital de Labélonye

JARABÉ DE DIGITAL DE LABÉLONYE
Empleado con gran éxito desde hace ya mas de treinta años por los Facultativos de todas las Naciones contra las diversas afecciones del corazón, contra la Hidropesía, las Bronquitis nerviosas, el Garrotillo, el Asma y contra todos los desórdenes de la circulación.

GRAGEAS DE GÉLIS Y CONTÉ
DE LACTATO DE HIERRO

Aprobadas por la *Academia de Medicina de Paris*, que en dos ocasiones diferentes, a veinte años de intervalo la una de la otra, ha hecho constar su superioridad decidida sobre todos los demás ferruginosos conocidos, así como su eficacia probada contra las enfermedades que reconocen por causa el empobrecimiento de la sangre.

ERGOTINA Y GRAGEAS DE ERCOTINA
de **BONJEAN**
(Premiadas con una Medalla de Oro por la Sociedad Farmacéutica de Paris)

La solución de *Ergotina de Bonjean* constituye uno de los mejores hemostáticos que se conocen. Las *Grageas de Ergotina de Bonjean* se emplean para facilitar los alumbramientos y cortar las hemorragias de todo género.

Deposito general: Farmacia de LABÉLONYE, calle de Aboukir, n° 99, en Paris
Y EN LAS PRINCIPALES FARMACIAS DE TODAS CIUDADES

Figura 169. Primer anuncio.

96.-Infalibles Específicos

Anuncio, véase en el texto.

97.-Licor de Brea Alomar

LICOR DE BREA ALOMAR

Ha sido tanta la aceptación que ha tenido por los médicos, que podemos decir es el que mas se receta en España y América para combatir las afecciones de la garganta y de los bronquios, bronquitis, catarros pulmonares y catarros de la vejiga, dolores de la garganta, enfermedades de la piel, flujos reciedtes ó crónicos de la úretra (blenorragia), flujos de la vagina, flujos del conducto auditivo, granos, herpes, irritaciones del pecho, laringitis aguda y crónica, picazonas, prurigo vulvar, resfriados, sarna, sarpullido, tos robolde, tisis pulmonar, úlceras sencillas y de mal caracter, etc.

DE VENTA EN TODAS LAS FARMACIAS,
Depósito central, **ALOMAR Y URUACH**, almacén de drogas,
CALLE MONCADA, 20, BARCELONA.

Figura 170. Primer anuncio.

98.- Pectoral Balsámico Alomar (AC)

Anuncio. véase en el texto.

99.-Purgante Andres y Fabiá

C. de S. VICENTE 22 - VALENCIA.

UNA SOLA VEZ
QUE SE PRUEBE
el Purgante de Andrés y Fabiá.

¿La vez gaseosa, refrescante y tónica, es mas que suficiente para desochar todos los demás purgantes, por muy en boga que se encuentren hoy. Tal es su gratísimo sabor, sus rápidos efectos, la suavidad con que los produce y la economía con que se le obtiene, pues una sola caja con seis purgantes, cuesta solo seis reales en toda España.

Condiciones especiales que reúne: Con este purgante se puede charstuar á cualquiera presentándosele como un refresco.—Le sirve hasta de distracción al mismo enfermo al propiárselo cuando le necesita.—Se conserva indefinidamente.—Lo pueden tomar hasta los niños de pecho.—A las señoritas jóvenes las es extremadamente útil, por la preparación de hierro que lleva.—Puede tomarse á cualquier hora del día, día, etc., poseyendo además la propiedad de ser el **ANTIDOTO HOMERÓICO** de las enfermedades biliosas, de tal manera, que los enfermos del estómago, cuyo principal síntoma sea el vómito, están persuadidos de que con el uso de la primera caja se les regularizará en sus funciones, por muchos años que trascurrieran alteradas.

Es el Purgante que ha hecho olvidar á la tan renombrada purga de *Citrato de Magnesio*, es la especialidad, en una palabra, que como simple purgante y como remedio heroico para las enfermedades del estómago, tiene conquistada ya su fama.

Testimonio de D. Antonio Jordán:
"La Yera 18 de mayo de 1892.—Sr. D. José Andrés y Fabiá, Valencia.
Mi querido amigo: Tenga V. la bondad de remitir con el dador el "Purgante de su nombre para el dolor de estómago", pues por condneto de mi amigo D. Joaquín Rosell, que me trajo una caja, recibí la salud que tres años há habia perdido, produciendo un buen efecto, que á la tercera toma desapareció y me parece, que he vuelto á la edad de 80 años; y encontrándose un cuñado mio en el mismo estado, me encarga la primera su medicina. El mismo portador lo entregará á V. su valor, el que me mandará V. á decir para ponerlo en conocimiento de algunos que me lo han preguntado y desean saberlo.
Le doy las mas expresivas gracias por el gran beneficio que con su medicamento he conseguido, y cuento al mismo tiempo con un verdadero amigo que desea servirlo.—Antonio Jordán.

Figura 171. Primer anuncio.

100.- Gabinete Médico Norte-Americano(AC)

Anuncio, véase el texto.

101.- Grajeas depurativas del Dr. Gibert(AC)

**LAS ÚNICAS VERDADERAS
GRAJEAS
DEPURATIVAS
IODURADAS
DEL D^R GIBERT**

Miembro de la Academia de Medicina
y Primer Médico del Hospital de S. Luis, en París.
CURAN CON SEGURIDAD Y RADICALMENTE
REUMATISMOS CRÓNICOS.
ENFERMEDADES CUTÁNEAS las más INVETERADAS
EMPEINES, ESCRÓFULAS,
ÚLCERAS, VICIOS DE LA SANGRE
y todos los accidentes derivados de las
Enfermedades contagiosas (sífilíticas) re-
cientes ó antiguas que hayan sido re-
beldes á todo otro tratamiento.

Estas GRAJEAS encierran exactamente todos los prin-
cipios activos del ÚNICO VERDADERO JARABE DE PURA-
TIVO IODURADO del doctor GIBERT.

En razón de su reducido volúmen, son de un empleo
extremadamente cómodo y agradable.

Las contiones de las falsificaciones y exi-
jase, sobre la cubierta sellada, que haya
impreso con tinta azul el sello del Gobi-
erno francés y además las firmas de los
inventores.

Gibert del Boutigny
D. G.

Paris, F^{ta} BOUTIGNY, DESLAURIERS S^{te}, 2 F. Polssonnière.
En venta en todas las Farmacias y Droguerías del Universo.

Figura 172 . Primer anuncio.

Exítase en el sobre

DEPÓSITOS

GRAJEAS DEPURATIVAS

Resulta de los Experimentos hechos en los Hospitales de PARIS, LONDRES, etc., que las GRAJEAS DEPURATIVAS del D^R GIBERT Aprobadas por la Academia de Medicina de París constituyen el mejor, el más activo y el más económico de los depurativos conocidos.— Convienen á todas las edades y á todos los temperamentos de las personas de ambos sexos.— Descansa de las Falsificaciones.

FARMACIAS

Paris, F^{ta} BOUTIGNY, DESLAURIERS S^{te}, 2 F. Polssonnière.

El sello azul

D^R GIBERT

EM TODAS LAS

FRANCÉS

Y DROGUERIAS

DEL GOBIERNO

Figura 173 . Segundo anuncio.

AVISO IMPORTANTE

Gentes de mala fé venden bajo el nombre de Grajeas ó de Jarabe segun la fórmula del D^r Gibert ó de Gibert y Boutigny, unas falsificaciones ó imitaciones mas ó ménos inactivas ó dañinas.

Solo garantizamos las verdaderas Grajeas y el verdadero Jarabe Depurativos Iodurados del D^r Gibert, cuya etiqueta lleva las firmas (impresas con tinta encarnada) del D^r Gibert y de Boutigny, farmacéutico, y además el sello (impreso con tinta azul) del Gobierno francés. Su precio único en Paris es de 5 francos.

Para responder á los deseos de un gran número de personas, hemos logrado encerrar en unas Grajeas de un volumen insignificante todos los principios activos de nuestro Jarabe.

DOS GRAJEAS REPRESENTAN
UNA CUCHARADA GRANDE DE JARABE

Tomadas en mitad ó al final de las comidas, las Grajeas Depurativas Ioduradas del D^r Gibert tienen sobre el Jarabe la gran ventaja de ser de un empleo sumamente sencillo y fácil y constituyen así el mejor y mas agradable, el mas activo y el mas económico de todos los depurativos conocidos.

*Se hallan en todas las buenas Farmacias
y Droguerías.*

Figura 174 . Tercer anuncio.

102.-Bálsamo Dabay

Véase el anuncio REUMA de la 4.^a plana.

REUMA,

Parálisis, Gota, Relajación de cápsulas, Dolores nerviosos y de costado. Los alivia en el acto y cura el Bálsamo Dabay. Se remite por correo, con la instrucción, por 20 rs. Dirigirse al Dr. Abad, especialista, Pacífico, 18, Madrid.

Figura 175 . Primer anuncio y Entradilla.

103.-Jarabe Emenagogo de Raciborski

Anuncio, véase el texto.

104.- Quinina Dulce (AC)

Anuncio. Véase el texto.

105.- Pildoras de Brandreth

PILDORAS DE BRANDRETH.

El mejor purgante conocido hasta el día.

Estas pildoras son un tónico purgativo vegetal absolutamente inofensivo en todas circunstancias. No hacen daño jamás, ni á la mas debil mujer ni al mas tierno niño. Una caja es un estuche de medicina suficiente para toda una familia. Supóngase que se tiene diarrea, la naturaleza está haciendo un grande esfuerzo para desprenderse de alguna materia irritante que ha penetrado en el estómago ó en los intestinos. Una dosis de PILDORAS DE BRANDRETH remueve aquella materia y la enfermedad queda curada. En los casos de constipación, una buena dosis de las PILDORAS DE BRANDRETH seguida de una sola pildora todas las noches por ocho dias ó dos semanas, hacen que la máquina humana trabaje con la regularidad del reloj. En los casos de resfriados graves, cuando los poros de la piel se cierran, y el sudor cae en la sangre, envenenando la fuente de la vida y llenando la nariz, la garganta y los pulmones de sofocante mucosidad, siete PILDORAS BRANDRETH, tomadas al acostarse con el estómago desocupado, restablecerán el sudor, cortando el resfriado y expeliendo todas las secreciones acuosas que deberían haber pasado á través de la piel. La difteria, que es una enfermedad del amíala y de las mas peligrosas, se cura casi inmediatamente con una ó dos dosis de las PILDORAS BRANDRETH, ayudadas de una gárgara de agua de cal. El reumatismo, cuya causa es el exceso de ácido y alcalinos en el sistema, no necesita mas que las PILDORAS BRANDRETH y algunos sudores para curarse completamente.

DE VENTA EN TODAS LAS FARMACIAS,

*Depósito central, ALOMAR Y URIACH, almacén de drogas,
CALLE MONCADA, 20, BARCELONA.*

Figura 176. Primer anuncio.

106.- Papel y Cigarrillos Gicquel (AC)

Medalla de Oro - Diploma de Honor

ASMA

Opresion, Catarro, Enfisema pulmonar
Tos nerviosa, Afeciones de las Vias respiratorias

Para el inmediato alivio de esas diversas afecciones,
para su cura, nada supera el

PAPEL y los CIGARROS de GICQUEL

Farmacéutico de 1ª Clase, en PARIS

El Papel y los Cigarros Gicquel, calman instantáneamente los mas violentos accesos de **ASMA**. El uso regular de estas preparaciones, aleja los accesos y hasta impide completamente su vuelta.

El Papel y los Cigarros Gicquel, son recomendados por todas las celebridades médicas: Doctores PIDOUX, COURTY, BEHNER, CAZENAVE, MARTEL, etc., Miembros de la Academia, Profesores, Médicos principales de los Hospitales, etc.

Bronquitis **COSTIPADOS** Coqueluche

El **Jarabe y Pasta de Gicquel**

SON LOS PECTORALES MAS EFICACES PARA CURAR RAPIDAMENTE

Costipados, Tos, Bronquitis agudas ó crónicas, Catarro pulmonar, Gripe, Tos convulsiva, Rouquera, Tos nerviosa y causada de los tísicos, etc.

VENDENSE en todas principales **FARMACIAS**
En Valencia, D. J. Garcia, plaza de la Congregacion, 72.

Figura 177. Primer anuncio.

ASMA

OPRESION, CATARRO, TOS NERVIOSA, Alivio inmediato y cura con el

PAPEL y los CIGARROS de GICQUEL

Farmacéutico de 1ª Clase, 4, rue Dalaroché, Paris. - Recomendados por todas las notabilidades médicas. Se venden en todas las principales Farmacias. Exigir el nombre GICQUEL.

Figura 178. Segundo anuncio.

107. Pastillas Geraudel.

Anuncio, véase el texto.

108.-Bálsamo de Brasil

DOLOR DE MUELAS.

Se quita instantánea y radicalmente con el **Bálsamo del Brasil**, que no quema ni estropea la boca y dentadura.

Doctor **QUESADA**, plaza de la Merced, 7.

Figura 179 . Primer anuncio.

109.- Polvos Antigastrálgicos de Garcia Zaonero

Anuncio, véase el texto

110.- Fumigatorio y Pulverización Makencie

DIFTERIA (CRUP).
Fumigatorio y Pulverización MAKENCIE.

Creemos hacer un bien á la humanidad dando á conocer, y poniendo al alcance de todos, los dos principales elementos con que el autor, sobrado conocido del mundo médico, y considerado como el primer especialista de las enfermedades del aparato respiratorio, combate siempre con ventaja la *difteria*, cuyo solo nombre aterra.

De hoy mas, siguiendo fielmente las prescripciones consignadas en los prospectos que acompañan á cada frasco, no derramarán tantas lágrimas las madres desoladas, que velan morir á sus tiernos y queridos hijos en medio de la agonía mas terrible, pues con los experimentados remedios que ofrecemos al público, puede prevenirse siempre tal dolencia, y si por escepción se presenta, queda reducida á la categoría de una enfermedad común.

Único depósito en Valencia, farmacia de Costas, Sombrerería, 5.

Figura 180. Primer anuncio.

111.- Específico del Dr. Abad

Anuncio, véase el texto.

112.- Papel Mostaza Alomar

PAPEL MOSTAZA ALOMAR
PARA SINAPISMOS.

Este preparado evita los inconvenientes del empleo de la harina de mostaza en cataplasma, produciendo el mismo ó casi mayor efecto sin molestar al paciente, por la gran suavidad de su aplicación, pues basta sumergir por un minuto una hoja de esta sinapsino en agua fría, y aplicarlo mojado sobre la piel, sujetándolo con una venda ó pañuelo.

El papel mostaza conserva indefinidamente sus propiedades, mediante que se tenga la precaución de guardarlo siempre en paraje seco, pues que la humedad, elemento que sirve para su reacción, puede alterarlo.

Para los niños y personas delicadas puede graduarse la acción del sinapsino, interponiendo entre este y la piel dos ó tres hojas de papel chupón ó de seda mojado; en caso de no tener á mano dicho papel, puede remplazarse con un lienzo viejo.

DE VENTA EN TODAS LAS FARMACIAS,
Depósito central, ALOMAR Y URIACH, almacén de drogas,
CALLE MONCADA, 20, BARCELONA.

Figura 181. Primer anuncio.

113.- Alimento del pueblo

¡YA LLEGÓ!

la segunda remesa de la esquisita sopa titulada
EL ALIMENTO DEL PUEBLO.

Además de las marcas A y D, ya conocidas del público, se han recibido las marcas B y C, cuya riqueza en principios plásticos es más elevada que la de las marcas anteriores; se venden en paquetes de 125 gramos, para cinco platos de sopa, á 0,30 pta. uno.

También se han recibido las marcas F y G, con *Extracto de carne de ternera*, en paquetes de 150 gramos, á 0,45 pta. uno.

Los ilustres profesores **Dr. Rodolfo Wagner—Dr. Remigio Fresenius—Dr. Gustavo Fager y—Dr. Hirt**—recomiendan el uso diario de estas marcas á las personas de vida sedentaria, sobre las que pesa un gran trabajo intelectual, pues por su riqueza en principios plásticos y ácido fosfórico, constituyen un poderoso reconstituyente para dichas personas.

Las personas débiles y los niños también encontrarán en estas marcas un alimento agradable, eminentemente nutritivo y de muy fácil digestión.

Nota. Las personas que deseen preparar el ALIMENTO DEL PUEBLO con caldo, pueden hacerlo con las marcas F y G.

Se halla de venta en las principales tiendas de especias y ultramarinos,

Depósito general, plaza del Mercado, 17, Valencia.

Depositarios: Barcelona, Sociedad Farmacéutica Española.—Málaga, don J. L. Lacave.—Palma de Mallorca, Sres. Hijos de Rafael Pomar.—Castellón, D. Joaquín Catalán.—Tortosa, D. Pedro Pastor.—Gandia, D. Antonio Buada.

Figura 182. Primer anuncio.

Como verán nuestros lectores en el anuncio inserto en la 4.ª plana, ha llegado la segunda remesa de la esquisita sopa tan justamente titulada el **Alimento del Pueblo**. En esta remesa ha llegado las marcas B, C, F y G, todavía no conocidas del público, las que hemos tenido ocasión de probar, y como no podía menos de suceder, dada la alta reputación de que gozan los productos de la casa Schorle, resultan de un gusto sumamente esquisito. Pero sobre lo que principalmente llamamos la atención de nuestros lectores, es sobre la

eminencias químicas y médicas por las que ha sido recomendado este nuevo producto; y un alimento que ha merecido los honores de la recomendación por los famosos Wagner, Fresenius, Fager, Hirt y otros, no puede menos de producir brillantes resultados en cuantas personas lo usen á diario.

Figura 183. Segundo anuncio.

114.- Regenerador Lacteo Dr. Fernandez

A LAS MADRES.

Muchas tenemos que no pueden criar á sus hijos por no tener bastante cantidad de leche ó por no ser tan buena como se desearía, pues haciendo uso del **Regenerador Lacteo del Dr. Fernandez**, conseguirán mucha cantidad y buena calidad. De venta en todas las farmacias de España, y al por mayor, almacén-droguería de San Antonio, Valencia. 2-R

Figura 184. Primer anuncio.

115.-Tubos y capsulas de Terebento del Dr. Costas

ASMA.

Nuevo tratamiento por los *Tubos y cápsulas de Terebento*, del Dr. Costas.
Farmacia de Costas, Sombrerería, 5, Valencia.

Figura 185. Primer anuncio.

116.- Emplastos Porosos de Allcock

EMPLASTOS POROSOS DE ALLCOCK

Pocos elogios requiere, pues se recomiendan por sí mismos, y sus grandes méritos los han hecho, no solo la palabra casera, sino también el remedio del hogar. Entran en su composición las mas preciosas gomas del Oriente, y no se economizan ni esfuerzos ni gastos para manufacturarlos. Sus propios méritos únicamente les han abierto paso, realizando curaciones admirables, como medicamento de uso externo. Mas de 50 millones de personas los han usado desde que se dieron á conocer en 1847, demostrando siempre que dan la mayor vitalidad á los nervios, y haciendo curaciones notables en casos de parálisis del costado, la espalda y las muñecas. Son eficaces contra la hinchazón de las venas y quebraduras, y si se aplican debajo de un braguero, se encontrará que curan y confortan.

DE VENTA EN TODAS LAS FARMACIAS,
Depósito central, **ALONSO Y URIACH**, almacén de drogas,
CALLE MONCADA, 20, BARCELONA.

Figura 186. Primer anuncio.

117.-Solución Alomar de Clorhidro-Fosfato de Cal

SOLUCIÓN ALOMAR
DE
CLORHIDRO-FOSFATO DE CAL.

El uso del fosfato de cal en la curación de las gravísimas enfermedades del aparato respiratorio, del sistema huesoso, y las muy comunes en nuestros días de los centros nerviosos (médula espinal), data de muchísimo tiempo; y lejos de haber disminuido, va haciéndose cada vez mas general, prueba evdente de que no se trata de uno de estos específicos que se hallan en boga por poco tiempo, hasta que se descubre su ineeficacia, sino de un medicamento importante, cuyas virtudes curativas pone de manifiesto la práctica, según así lo reconocen las corporaciones académicas y todos los facultativos modernos.

APLICACIONES DE LA SOLUCION ALOMAR:
Tuberculosis pulmonar (tisis), lesiones de la nutrición (debilidades generales), escrófulas, raquitismo, clorosis (naturalezas enfermizas y delicadas), enfermedades de los huesos (afecciones de los centros nerviosos, principalmente de la médula espinal, etc., etc.

DE VENTA EN TODAS LAS FARMACIAS,
Depósito central, ALOMAR Y URIACH, almacén de drogas,
CALLE MONCADA, 20, BARCELONA.

Figura 187. Primer anuncio.

118.- Jarabe de rábano yodado Alomar

JARABE DE RABANO YODADO
ALOMAR,
(Preparado en frío y concentrado en el vacío.)

Las diversas indicaciones que cumple, la facilidad con que se tolera, aún cuando haya eretismo de las vias digestivas, constituyen sus principales virtudes. Preconizado por acreditados facultativos que han tenido ocasión de ensayarlo en repetidas veces, aventaja en determinadas dolencias á otros preparados yodados y al aceite de hígado de bacalao blanco. Con su uso pueden combatirse eficazmente cuantas manifestaciones patológicas deriven del escrofulismo y denotan una deficiencia en la vitalidad de los elementos orgánicos.

DE VENTA EN TODAS LAS FARMACIAS,
Depósito central, ALOMAR Y URIACH, almacén de drogas,
CALLE MONCADA, 20, BARCELONA.

Figura 188. Primer anuncio.

119.-Jarabe de Quina ferruginoso Alomar

Anuncio, véase el texto.

120.-Peptonoide de Carnrick

Anuncio, véase el texto.

121.-Pastillas de Varias Clases

Anuncio, véase el texto.

122.-Aceite Peptonizado de Aceite Hígado Bacalao con leche de Carnrick

**ACEITE PEPTONIZADO
DE HIGADO DE BACALAO CON LECHE
DE CARNRICK.**

Universal y eficazmente recomendado por todo el Cuerpo Médico como el mejor remedio para la tos, constipación, bronquitis, escrófula, aniquilamiento, tisis, debilidad general, cerebros agitados por excesivo trabajo.
Produce un aumento inmediato de carnes y fuerzas.
Puede tomarse cuando no se tolera ninguna otra forma de Aceite de Hígado de Bacalao.
Contiene preparaciones casi iguales del mejor Aceite de Hígado de Bacalao de Noruega y de leche fresca concentrada, ambos peptonizados (digeridos).
La leche peptonizada distrae el olor y el sabor desagradables del aceite, y hace éste dulce como crema, muy grato al paladar y sumamente nutritivo.
Inestimable para niños, y tolerable por las personas más delicadas, no causando eructos ni molestia alguna.
Un ensayo saciará á cualquiera del gran mérito de esta nueva y singular preparación.
Sus propiedades reconstituyentes ó nutritivas son cinco veces mayores que las del aceite puro ó de cualquiera otra emulsion; de consiguiente, es mucho más barato.
Estando digeridos tanto el aceite como la leche, el todo se asimila, mientras que del Aceite de Hígado de Bacalao y otras emulsiones, como no están digeridos, tan sólo se aprovecha una pequeña proporción. La Emulsion de Carnrick es la más perfecta que jamás se ha hecho, y la única compuesta de Aceite de Hígado de Bacalao y de leche digeridos.
Analizada y recomendada por los más eminentes Profesores de Europa.
También fabrican los autores esta preparación combinada con Hipofosfitos de Cal y Sosa. Prospectos gratis.

DE VENTA EN TODAS LAS FARMACIAS.
POR MAYOR SOCIEDAD FARMACÉUTICA ESPAÑOLA, BARCELONA.
THE MALTINE MANUFACTURING COMPANY, LIMITED, LONDRES.

Figura 189. Primer anuncio

123.-Vino Quesada con coca de Perú

Anuncio, véase el texto.

124.-Microbicida abortivo

Anuncio, véase el texto.

125.- Alimento soluble de Carnrick

**IMPORTANTE
A LAS MADRES Y NODRIZAS.**

Alimento Soluble de Carnrick para niños, ancianos y enfermos: es el Alimento más nutritivo para las Criaturas, agradable y de fácil digestión que jamás se ha elaborado, conteniendo 50 % de los sólidos de la leche (digerida), y 50 % del mejor trigo, convertido éste en forma soluble.
Es el alimento más perfecto y que más se aproxima á la Leche materna.
No tiene rival para engordar, vigorar los músculos y huesos, y para aumentar las fuerzas vitales, tan necesarias á la salud.
Se recomienda especialmente contra la Extenuación, Diarrea y Cólera infantil, y cuando la digestión es defectuosa, así como para el destete de criaturas.
Los niños alimentados con productos hechos de leche sola muy á menudo crecen débiles y adeloran de atrofia de los huesos, y cuando les ataca alguna enfermedad propia de la infancia no pueden resistirla con la fuerza necesaria.
"EL ALIMENTO SOLUBLE DE CARNRICK" es incomparable para enfermos y ancianos (que no pueden digerir alimentos farináceos), pues contiene gran cantidad de principios albuminoides nutritivos y de fácil digestión; aumenta así tanto las carnes como los huesos, y restableciendo las fuerzas vitales.
Su uso es extremadamente cómodo, estando en forma de polvo y conservándose indefinidamente. Se prepara inmediatamente hirviéndolo y agitándolo durante tres minutos.

DE VENTA EN TODAS LAS BOTICAS.
POR MAYOR SOCIEDAD FARMACÉUTICA ESPAÑOLA, BARCELONA.
THE MALTINE MANUFACTURING COMPANY, LIMITED, LONDRES.

Figura 190. Primer anuncio

130.-Injection Brou

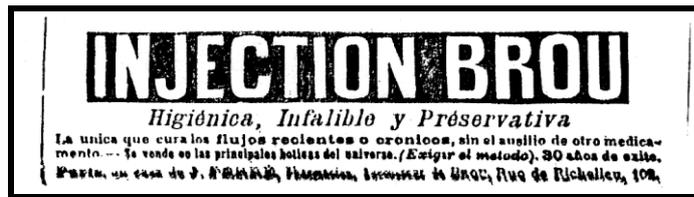


Figura 194. Primer anuncio.

131.- Polvos Antigastrálgicos de Romeo



Figura 195. Primer anuncio.

132.-Pastillas de la Ermita

Anuncio, véase el texto.

133.-Rob Boyveau Laffeteur

Anuncio, véase el texto.

134.-Vino Ferruginoso Aroud

Anuncio, véase el texto.

135.-Vino Aroud con Quina



Figura 196. Primer anuncio

1.- Nodrizas (AC)

Anuncio, véase el texto.

2.-Dentista Benito Zafón

Anuncio, véase el texto.

3.-Optico Lubat (AC)

Anuncio, véase el texto.

4.-Ortopedia Dr. Fuster

BRAGUEROS.

En la acreditada farmacia del doctor Fuster se venden los ANATOMICOS, justamente recomendados para los que tienen las relajaciones sumamente bajas. Los de ANQUEZA MINIMURLEK; estos han sido premiados por los gobiernos de España y Francia, recomendados por el cuerpo de Planidad militar francés, pues como carecen de muelle; además son elásticas, permiten todo género de movimientos sin incomodar al paciente. Son muy recomendables para los marinos, corredores y para los que se dedican a artes en que es preciso estar en continuo movimiento.

Los CILIK son especiales para las hernias que necesitan variar la inclinación de la pala.

Los IMPERMEABLES; estos son a propósito para las pequeñas relajaciones; también se recomiendan especialmente para las señoras, por la flexibilidad de muelle y lo poco que incomodan.

Los de CREMALLERA carecen de tantos movimientos como los de arriba, siendo en cambio más económicas.

ELÁSTICOS DE GOMA con pelete de viento, sumamente cómodos para las señoras, niños y para tomar el baño, pues se se alivian por la acción de la humedad.

A demás los hay ordinarios. Son: entrefinos, de goma sencilla, doble y un pompante y de todas clases. Tanto para hombres como para niños y adultos.

Los precios son: 14, 16, 19, 24, 26, 30, 32, 40, 45, 60, 80, 100 y 120 reales, según la clase y situación.

Farmacia y laboratorio químico del Dr. D. Pedro Fuster, sucesor D. SAUXAULI, calle del Mar, 47. Avilanes, 1, Valencia.

Figura 197. Primer anuncio.

5.- Doctor Pierre (A)

Anuncio, véase el texto.

6.-Dentista Antonio Vilar Ridaura



Figura 198. Primer anuncio.

7.-Consultorio Homeopático de Ramón Fortuny (AC)

Anuncio, véase el texto.

8.- Centro de Vacunación Animal

Anuncio, véase el texto.

9.-Venta Mayor B. Baeza

Anuncio, véase el texto.

10.-Ortopedia B. Baeza (AC)

Anuncio, véase el texto.

11.-Traspaso de Farmacias (AC)

Anuncio, véase el texto.

12.-Optico F. Raffi

Anuncio, véase el texto.

13.-Farmacia y Laboratorio Químico Dr. Fuster

Anuncio, véase el texto.

14.-Ortopedia Oliete e Hijo (AC)

Anuncio, véase el texto.

15.- Consulta especial de enfermedades de los niños

Anuncio, véase el texto.

16.-Consultorio Medico-Homeopático

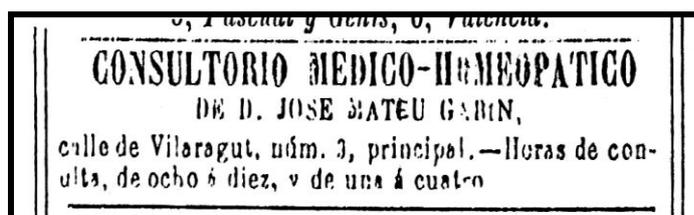


Figura 199. Primer anuncio.

17.-Farmacia

Anuncio, véase el texto.

18.-Practicante de Farmacia



Figura 200. Primer anuncio.

19.- Botica

Anuncio, véase el texto.

20.- Estómago e Impotencia



Estómago e Impotencia
CURACION RADICAL.
Por rebeldes ó inveteradas que sean sus diversas afecciones, ceden en breve tiempo por tratamientos especiales en la clínica de la calle de Lauria, núm. 1, pral.

Figura 201. Primer anuncio.

21.- Botica en venta



Botica en venta.
A corta distancia de esta capital se desea vender una con buenas condiciones, de que informarán en la farmacia de Rives. Mercado, 40.

Figura 202. Primer anuncio.

22.- Ortopedia Española



ORTOPEDIA ESPAÑOLA.
Acaba de llegar, procedente de su casa de Madrid, el célebre profesor y fundador de la Ortopedia mecánica, el Sr. Cort y Martí, que viene para dar á conocer á los señores médicos su obra de casos prácticos, única en España.
Los enfermos que deseen consultarle durante su permanencia en esta capital, podrán pasar, desde las doce á las cuatro de la tarde, fonda del Universo, calle de S.ª Vicente, núm. 84, cuarto núm. 1.
CURAS ORTOPEDICAS.
Con los aparatos mecánicos de fuerza lenta y gradual, inventados por el Sr. Cort y Martí, se corrigen y se curan las deformidades del cuerpo humano.
Con los herniarios ó bragueros mecánicos de dicho Sr. Cort, se curan radicalmente las hernias ó quebraduras, con un método muy sencillo, sin parches ni medicinas.
El ortopédico Sr. Cort, desean'o demostrar que su ortopedia mecánica es una verdad, no tiene inconveniente en presentarse á todos los centros científicos de medicina y cirugía, y delante de todos los señores profesores del mundo, hacer ver prácticamente cómo funciona su ortopedia aplicada al cuerpo humano.
Los señores médicos que deseen ver los aparatos mecánicos del Sr. Cort, su autor, tendrá gran satisfacción en demostrarlos prácticamente.

Figura 203. Primer anuncio.

23.-Enfermero

Enfermero.
Se necesita una persona de confianza y de experiencia como enfermero, para asistir á un jóven y á quien se gratificará bien: darán razon plaza de las Moscas, núm. 4, piso 2.º

Figura 204. Primer anuncio.

24.- Establecimiento de Aeroterapia Atmiatrica y Electroterapia

Establecimiento Aereoterapia Atmiatrica
Y ELEGTROTERAPIA,
FUNDADO EN 1881.
Tratamiento especial de las enfermedades del pecho y nerviosas.
Inhalaciones de azoe, con las que pueden los enfermos seguir durante el invierno el tratamiento de Panticosa y Ueberuaga Inhalaciones de oxígeno, de aire comprimido y enrarecido, etc,etc. Pulverizaciones y atmósferas artificiales de todas clases.
Tratamiento eléctrico para las afecciones nerviosas.
Juristas, 16, de once á tres.

Figura 205. Primer anuncio.

25.- Farmacia

Anuncio, véase el texto.

26.- Practicante de farmacia

Practicante de farmacia.
Uno con muy buenos informes, desea Ucolocacion dentro ó fuera de la capital: razon en la administracion de este periódico.

Figura 206. Primer anuncio.

27.-Traspaso

Anuncio, véase el texto.

28.- Herniario

Anuncio, véase el texto.

29.-A los farmacéuticos

Anuncio, véase el texto.

30.- Practicante de farmacia



Figura 207. Primer anuncio.

31.-Casa-Pensión para estudiantes de derecho y medicina



Figura 208. Primer anuncio.

32.-Cura de la Sordera

Anuncio, véase el texto.

33.-Dentista

Denti-ta,
D. Fabian Costa se ha trasladado á la
calle de San Vicente, 164.

Figura 209 . Primer anuncio.

34.-Practicante de farmacia

Anuncio, véase el texto.

35.-Aviso a los señores profesores de Medicina y Cirugía

AVISO
á los señores profesores
de Medicina y Cirugía.

El dia 23 de los corrientes, á las cuatro de la tarde, dará principio en la calle de Colon, núm. 41. principal, la almoneda de varios instrumentos técnicos propios para operaciones de medicina y cirugía con sus correspondientes microscopios, de la propiedad del Dr. D. Guillermo Jelly.

Dicha almoneda está á cargo del corredor Carreres, quien informará sobre el particular.

Figura 210. Primer anuncio.

36.Traspaso

Traspaso

Por defuncion del veterinario D. Salvador Muñoz y Pláus, se traspasa el establecimiento que tenia situado en esta ciudad, calle de Eusánz, núm. 11.

Los señores profesores que deséen adquirirlo, tratarán de las condiciones en que ha de llevarse á efecto el contrato con su hermano D. Mariano. habtante en la misma casa.

Figura 211. Primer anuncio.

37.- Practicante



Figura 212. Primer anuncio.

38.- Dosimetria

Anuncio, véase el texto.

39.- Mamantona

Anuncio, véase el texto.

ADDENDA

1.- Castrador o capador

Anuncio, véase el texto.

1.- Nodrizas (AC)

Anuncio, véase el texto.

2.-Dentista Bassa

Anuncio, véase el texto.

3.-Dentista Antonio Vilar Ridaura



Figura 214. Primer anuncio.

4.-Practicante

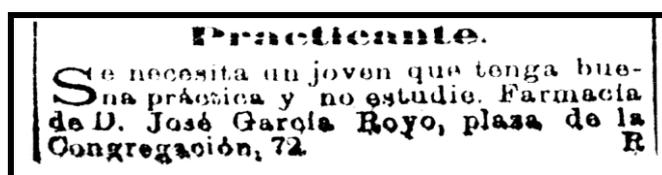


Figura 215. Primer anuncio.

5.-Optico Lubat(AC



CRISTAL DE ROCA DEL BRASIL
J. LUBAT
OPTICO.
Calle de Zaragoza 36.
VALENCIA

ANTEOJOS
en verdadero cristal de
Roca del Brasil.

Alambiques y Ebuliómetros de Sallerón, Ebulioscopos de Amagat, id. de Malligand y probetas para el análisis de vinos. Timbres eléctricos, y accesorios, para el uso doméstico.

JUAN LUBAT, OPTICO.
calle de Zaragoza, núms. 34 y 36, Valencia.

Figura 216. Primer anuncio.



CRISTAL DE ROCA DEL BRASIL
J. LUBAT
OPTICO.
Calle de Zaragoza 36.
VALENCIA

LENTES Y GAFAS
DE ORO,
CON CRISTALES
DE ROCA.
J. LUBAT, óptico,
calle de Zaragoza, 36.

Figura 217. Cuarto anuncio.



LENTES Y GAFAS
DE ORO,
CON CRISTALES
DE ROCA.
J. LUBAT, óptico,
calle de Zaragoza, 24.

Figura 218. Quinto anuncio.

GRAN SURTIDO DE APARATOS
PARA EL ANALISIS DE LOS VINOS.

Graduadores de varias clases para el mosto. Alambiques y Ebuliómetro de Sallerón. Ebulióscofos de Malligand, Amagat y otros. Licómetros. Oenobarómetros para pesar el extracto seco y una infinidad de otros aparatos.

J. LUBAT, óptico, calle de Zaragoza, 24, antes 36,
VALENCIA.

Figura 219. Sexto anuncio.

GRAN SURTIDO  **DE APARATOS**

PARA EL ANALISIS DE LOS VINOS.

Graduadores de varias clases para el mosto. Alambiques y Ebuliómetro de Sallerón. Ebulióscofos de Malligand, Amagat y otros. Licómetros. Oenobarómetros para pesar el extracto seco y una infinidad de otros aparatos.

J. LUBAT, óptico, calle de Zaragoza, 24, antes 36,
VALENCIA.

Figura 220. Séptimo anuncio.

GRAN SURTIDO EN ANTEOJOS DE CRISTAL DE ROCA DEL BRASIL

ÓPTICO
JUAN LUBAT.

Gran surtido en anteojos de cristal de roca del Brasil; montados en oro, plata, concha, níquel y acero.
Campanillas eléctricas y cuadros indicadores con todos los accesorios para su instalación.
Graduadores para toda clase de líquidos, y especialidad en aparatos para el análisis de los vinos.
Variado surtido en gemelos para teatro, estícher de matemáticas y otros.

JUAN LUBAT óptico, C. Zaragoza, 24, Valencia.

Figura 221. Octavo anuncio.

6.- Herniario

Anuncio, véase el texto.

7.-Optico F. Raffi



Figura 222. Primer anuncio.

8.- Farmacéutico Comes (AC)

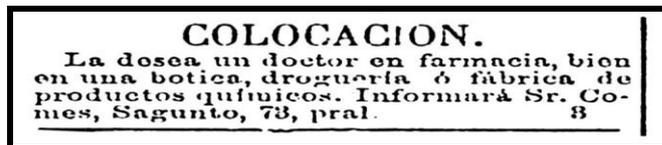


Figura 223. Primer anuncio.



Figura 224. Segundo anuncio.

9.- Centro de Vacunación Animal (AC)

Anuncio, véase el texto.

10.- Doctor Pierre (AC)

Anuncio, véase el texto.

11.- Establecimiento de Aeroterapia Atmiatrica y Electroterapia

Anuncio, véase el texto.

12.- La inoculación Preventiva -Libro

Anuncio, véase el texto.

13.- Oculista transeúnte

Anuncio, véase el texto.

14.- Botica

BOTICA.

Por estar dedicado á la fabricación de productos químicos y no poderla atender su dueño, se vende en esta ciudad la acreditada farmacia de Baeza, situada en uno de los mejores sitios de la capital, ya por ser barrio populoso, como por ser la calle de San Vicente, extramuros, donde está situada, paso de carretera y del ferro-carril de Cuenca. En los cuatro años que hace está establecida, ha despachado el año que menos 84,000 rs.

Dirigirse á su propietario D. Buena-ventura Baeza, fábrica de productos químicos, Paiporta. 101R

Figura 225. Primer anuncio.

15.-Consultorio Médico-Homeopático

CONSULTORIO MÉDICO HOMEOPÁTICO
de D. José Mateu Garín,
calle de Vilaragut, núm. 3, principal.
Horas de consulta: de ocho á diez y de una á cuatro.

Figura 226. Primer anuncio.

16.- Estómago y Herpetismo



Figura 227. Primer anuncio.

17.- Ortopedia Española

Anuncio, véase el texto.

18.- Doctor Manuel Candela

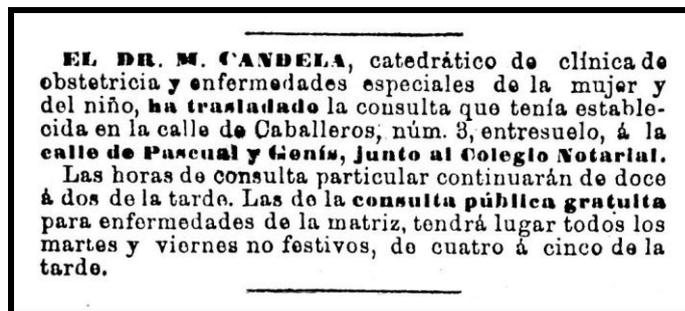


Figura 228. Primer anuncio.

19.-Ortopedia Oliete e Hijo (AC)

Anuncio, véase el texto.

20.-Traspaso



Figura 229. Primer anuncio.

21.-Mme Antoine et fils (AC)

Anuncio, véase el texto

22.- Farmacia

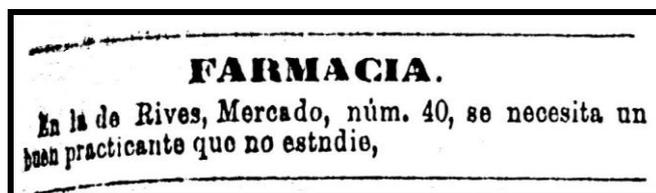


Figura 230. Primer anuncio.

23.-Enfermero

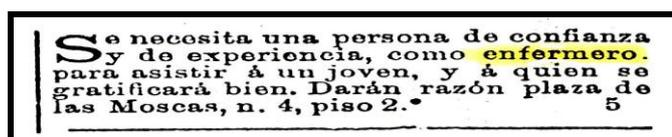


Figura 231. Primer anuncio.

24.- Practicante

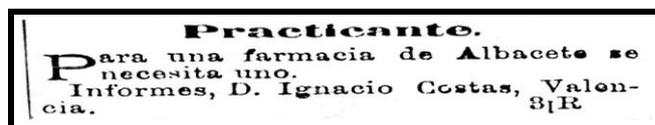


Figura 232. Primer anuncio.

25.-Traspaso Veterinaria

Anuncio, véase el texto.

26.- Médico



Figura 233. Primer anuncio.

27.-Farmacéutico

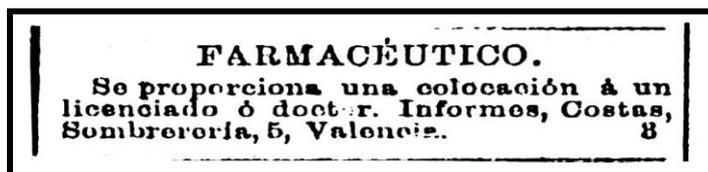


Figura 234. Primer anuncio.

28.-Casa-Pension para estudiantes de derecho y medicina

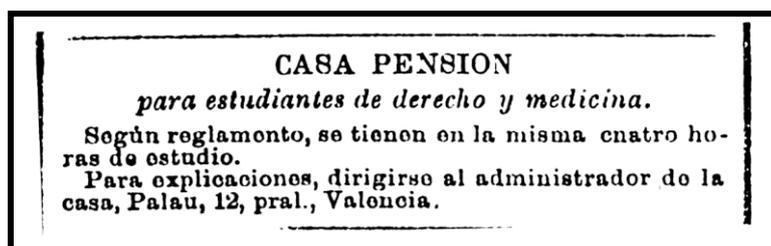


Figura 235. Primer anuncio.

29.-Practicante de farmacia



Figura 236. Primer anuncio.

30.-Aviso a los señores profesores de Medicina y Cirugía

Anuncio, véase el texto.

31.-D. Emilio Clausolles

Anuncio, véase el texto.

32.-Dentista

Anuncio, véase el texto.

33.-Partos y Enfermedades de la mujer

Anuncio, véase el texto.

34.-D. Manuel Zuriaga

El lunes último llegó á esta capital, procedente de París, D. Manuel Zuriaga, el que viene de terminar sus estudios prácticos sobre las enfermedades de la piel y la sífilis.

Figura 237. Primer anuncio.

35.-Cura de la Sordera



CURA DE LA SORDERA

Los **TIMPANOS ARTIFICIALES**, con privilegio de invención, de **NICHOLSON**, curan ó alivian la **Sordera** cualquiera que sea su origen. — *Se han hecho curas sumamente notables.* — Envíense 25 centimos y se recibirá franco, un librito de 80 páginas adornado con laminas conteniendo las interesantes descripciones de los ensayos practicados para la cura de la **Sordera** y al mismo tiempo cartas comprobantes de Doctores, Abogados, Editores y de otros personajes eminentes que han sido curados por medio de estos **TIMPANOS** y los recomiendan eficazmente.

Dirigirse á J.-H. NICHOLSON, 4, rue Drouot, PARIS

Figura 238. Primer anuncio.

36.- Venta Yegua. Pedro Gil

Anuncio, véase el texto.

37.- Venta Caballo. Pedro Epila.

Anuncio, véase el texto.

1.-La Virgen de la Estrella (AC)

Anuncio, véase el texto.

2.- Baños de Fuente Podrida

Anuncio, véase el texto.

3.-Baños de Chulilla (AC)

Anuncio, véase el texto.

4.- Agua mineral VICTORIA (AC)

Anuncio, véase el texto.

5.- Baños del Turia

Anuncio, véase el texto.

6.-Agua Sulfurosa (AC)

Anuncio, véase el texto.

7.- Baños de Nuestra Señora del Carmen

Anuncio, véase el texto.

8.-Balneario Valenciano

Anuncio, véase el texto.

9.-Baños de Benimarfull

Anuncio, véase el texto.

10.- Baños de Santa Ana

Anuncio, véase el texto.

11.- Baños públicos de San Rafael

Anuncio, véase el texto.

12.-Aguas Minero-Medicinales

Anuncio, véase el texto.

1.-Baños de Fuente-Calda del Conde de Cervellón (AC)

Anuncio, véase el texto.

2.- Baños del Turia

Anuncio, véase el texto.

3.-Baños de Chulilla (AC)

Anuncio, véase el texto.

4.- Baños de Fuente Podrida

Anuncio, véase el texto.

5.-Agua la Margarita de Loeches (AC)

Anuncio, véase el texto.

6.-Baños de Gaviria (AC)

Anuncio, véase el texto.

7.- Agua mineral VICTORIA (AC)

Anuncio, véase el texto.

8.- Agua la Bourboule

Anuncio, véase el texto.

9.-La Virgen de la Estrella (AC)

Anuncio, véase el texto.

10.- Baños de Nuestra Señora del Carmen

Anuncio, véase el texto.

11.-Agua Sulfurosa (AC)

Anuncio, véase el texto.

12.-Baños de Benimarfull

Anuncio, véase el texto.

13.- Baños de Archena (AC)

Anuncio, véase el texto.

14.- Baños de Santa Ana

Anuncio, véase el texto.

15.-Balneario Valenciano



Figura 239. Primer anuncio.

16.-Baños de Diana

Anuncio, véase el texto.

17.- Masía nueva Simon

Anuncio, véase el texto.

18.- La Puda de Monserrat

Anuncio, véase el texto.

19.- Agua de Cardó



Figura 240 . Primer anuncio.

20.- Las Termas (AC)

Anuncio, véase el texto.

21.- Baños del Almirante



Figura 241. Primer anuncio.

22.- Baños públicos del Hospital Provincial

Anuncio, véase el texto.