

APUNTES HISTÓRICOS ACERCA DE LA PUBLICIDAD FARMACEÚTICA

Antonio Mariscal Trujillo

Académico de número de la Real Academia de San Dionisio
Miembro de número del Centro de Estudios Históricos Jerezanos

Ya en los remotos tiempos de la antigua Grecia existieron unos ciudadanos que, sin ser reconocidos como médicos, hacían publicidad y vendían por las calles substancias, hierbas y otros remedios para curar enfermedades. Así los *migmatópolos* eran vendedores de medicamentos en lugares fijos y los *pharmakópolos* lo hacían de forma itinerante viajando de un mercado a otro. Pero remontémonos a una historia más reciente: los inicios de la edad moderna.

Los primeros que en los siglos XVII y XVIII se dedicaron a la promoción directa de brebajes que casi todo lo curaban, no tenían, como cabe suponer, la menor similitud con los actuales delegados de laboratorios o visitadores médicos. En las actas capitulares de la ciudad de Jerez del 21 de marzo de 1513 figura un visitador de médicos y, en la correspondiente al 14 de febrero de 1641 otro visitador de boticas, éste último llamado Jerónimo de la Puente. Pienso que estos señores no vendían medicinas ni hacían propaganda de

ellas, pues al parecer eran una especie de inspectores del ramo de la salud al servicio del municipio o de la corona.

Sin embargo aquellos pioneros de la publicidad farmacéutica antes citados, no eran otra cosa más que charlatanes. Inventores, elaboradores y vendedores de remedios de dudosa eficacia cuando no nocivos para la salud que, para conseguir venderlos, se valían de su fácil palabra, frente la ignorancia, buena voluntad y deseo de salud de una sociedad castigada por todo tipo de epidemias y enfermedades.

Aunque no es posible saber quién fue el primer charlatán de la historia, en el siglo XVII aparecen los primeros de los que tenemos noticias. Uno de ellos, llamado Cristóforo Contugi, inventa una medicina que sirve para todo y, además, consigue venderla con éxito gracias a su palabrería fácil y convincente. Otro, Hyerónimus Ferrreti elabora en 1642 la famosa «triac», un compuesto de opio y otros ingredientes, de la que consigue obtener buenos beneficios.

Ambos fueron conocidos con el sobrenombre de «orvietanes», por el hecho de que procedían de una pequeña ciudad de la Umbría italiana llamada Orvietos. La historia cita también a otro orvietan llamado Ferrante, quien al igual que los antes citados, elabora y vende su particular triaca. En este caso, una variante inofensiva de la anterior, pero que llega a tener enorme éxito en el París de la época. A partir de ahí, orvietan u orvietano, queda convertido en sinónimo de charlatán, y triaca en droga de éstos. Pero sin lugar a dudas el mayor éxito charlatanero fue el de Moyse Charas, inventor de la denominada “Gran Triaca” o “Triaca Magna”. La fórmula de este invento la componían nada menos que 74 sustancias distintas, poco más o menos todo lo que se conocía por aquel entonces con alguna propiedad curativa. Al llevarlo todo, teóricamente todo lo curaba. Y allá que se lanza por los caminos de media Europa convenciendo a la gente y vendiendo incansable su descubrimiento. Pero nuestro hombre no se conforma con elaborar y comercializar el citado invento, sino que, además, escribe un manual al que bautiza con el nombre de *Tratado de la Triaca*. En el mismo se describían sus maravillosas propiedades contra el envenenamiento de serpientes y otras mordeduras, toda clase de pestes y fiebres, así como lombrices, diarreas, disentería, cólera morbo, cólico miserere, epilepsia, enfermedades del cerebro, vejiga y espermáticas entre otras muchas. Tan milagroso fármaco llegó a figurar en el Codex aunque posteriormente las Academias de Ciencias Médicas lo fueron rechazando como falso.

El *Tratado de la Triaca* de Charas, podría muy bien considerarse como precursora de las actuales monografías o literaturas publicitarias de medicamentos.



Por otro lado y, en lo referente a la publicidad de este ramo insertada en medios de comunicación, no sería hasta mediados del siglo siguiente cuando comienzan a aparecer en Francia los primeros anuncios publicitarios. Fundamentalmente en los periódicos, *Journal d'annonces* y *Journal d'affigues*. Anuncios que se publican por encargo de un tal monsieur Renedort, quien por esta causa puede muy bien ser considerarlo como el pionero de la publicidad farmacéutica moderna.



Botes con píldoras fabricadas en la Farmacia Municipal de Jerez

El siglo XIX se perfila en sus comienzos, al igual que el anterior, con rudimentarias formas de publicidad farmacéutica en algunos medios de comunicación, para ir tomando carta de naturaleza conforme va avanzando el siglo. Es a mediados de éste cuando podemos asistir al nacimiento de la industria farmacéutica tal como hoy la concebimos, siendo pioneras las actuales grandes empresas químicas de Alemania, Suiza, Francia o Estados Unidos, las cuales vendrán a introducir compuestos químicamente puros frente a las fórmulas magistrales elaboradas en las reboticas. Pero la gran revolución farmacológica fue sin duda la elaboración de específicos; sustancias que llegaban al médico como un nuevo arsenal de medios destinados a la cura de sus enfermos. Es el momento de la aparición del mercado de los prime-

ros antitérmicos, analgésicos, analépticos y cardiotónicos. Substancias administradas prioritariamente por vía oral, aunque ya con timidez se comience a usar la vía parenteral o inyectable.

Ahora hagamos un paréntesis para echar una ojeada a la prensa provincial del último tercio del siglo XIX y ver que publicidad encontramos. Los dos periódicos más importantes de la época son el *Guadalete* en Jerez y el *Diario de Cádiz* en la capital. En ellos se pueden leer anuncios como estos:

PÍLDORAS SPIELBERG

Antirreumático avalado por curaciones asombrosas en Francia y Alemania

HOFBLONDINA

Contra las enfermedades nerviosas, debilidad sexual, decaimiento e impotencia. «Capaz de lograr en cualquier gastado individuo,

funciones como las de un joven robusto y sano». O sea, la Viagra de nuestros bisabuelos.

Otro: ENOLATURO PADRÓ

Esta maravilla, regenera y cura la sangre, el herpes, el reuma, la gota y en general todos los padecimientos generados por la pobreza de la sangre y sus malos humores.

Por su parte las píldoras BLANCARD de yoduro de hierro, tratan con total éxito la clorosis la leucorrea, amenorrea, tisis y hasta la sífilis. Ahí es nada.

Pero no terminaba ahí el arsenal terapéutico gastrointestinal existente en las postrimerías del XIX, ya que EL CAR-

BÓN DE BELLOC y EL JARABE LARROZE velaban porque no hubiese dolores, gastralgias, retortijones, digestiones pesadas ni dispepsias y de propina curaban también la disentería. De modo que ríanse Vds. de las modernas famotidinas y omeprazoles. Ahora, eso sí, ambos habían sido aprobados por la Academia Imperial de Medicina de París.

Continuamos hojeando diversos números del *Guadalete*, ahora del año 1887 y vemos que, para las enfermedades secretas, o sea, esas que todos sabemos, se podía disponer de las CÁPSULAS RAQUÍN. Las únicas que no dejan la menor traza de empleo, hedor ni regüeldos.



Botamen y estante del siglo XIX correspondiente a la antigua Farmacia Municipal de Jerez

Claro que si lo que se pretendía era purificar la sangre, combatir los desórdenes del hígado y estómago y de paso curar la disentería las PÍLDORAS y EL UNGÜENTO HOLLOWAY eran específicos infalibles.

Casi todos estos productos presumen de estar avalados por las academias de medicina de París y Londres, cuando no «privilegiados» por S.M. la reina de Inglaterra. Algunos se venden en exclusiva en una sola farmacia o droguería y otros pueden pedirse a su representante en Madrid quien lo enviará a reembolso.

De este modo, podíamos seguir pasando hojas y más hojas de aquellos viejos periódicos como de otras diversas publicaciones que tanto llegaron a abundar en el diecinueve, para seguir hallando otros muchos e interesantes anuncios. Pero creemos que con éstos podemos hacernos una idea de lo que acontecía en este campo publicitario en las postrimerías del siglo, no sin antes, hacer alusión a dos anuncios de alimentación infantil. En el primero la casa

Nestlé ya hacía sus primeros pinitos anunciando su, HARINA LACTEADA HENRI de venta en droguerías y ultramarinos al precio de seis reales el bote. En el otro: la nodriza Isabel de Castro de la calle Encaramada n° 3 de Jerez, serrana por más señas, de 28 años de edad y con leche de dos meses, solicita casa y niño para criar. Posiblemente ningún moderno fabricante de alimentos infantiles podría ofrecer hoy una leche adaptada, maternizada, higienizada mejor que ésta.

Gran importancia tendría para la terapéutica de la época, las aguas medicinales y los establecimientos balnearios a los que acudían los pacientes en busca de remedio para todo tipo de enfermedades, muy especialmente las dermatológicas, respiratorias y reumáticas. Así el *Tratado completo de las aguas minerales de España* de Pedro María Rubio, nos da un censo a mediados del siglo XIX de 1.187 fuentes medicinales en nuestro país, de las que más de sesenta se encuentran en la provincia de Cádiz.



Entrada principal al Balneario de San Telmo

Acreditado fue y aún sigue siendo el balneario de Fuente Amarga en Chiclana y como no, el elegante balneario de Ntra. Sra. de la Palma y de Real en Cádiz, que siempre atrajo a la más distinguida clientela de toda Andalucía. Por lo que respecta al término de Jerez, tres fueron los balnearios existentes durante la segunda mitad del siglo XIX: *Baños de Gigonza* cercano a San José del Valle, *Rosa Celeste* a la salida de Jerez camino de Cortes, y *San Telmo* en los llanos de la Brea en la carretera que conduce al Portal. De los dos primeros, no hemos hallado ningún folleto publicitario, aunque sí posemos

amplia documentación y localizados diferentes anuncios en la prensa. No ocurre igual con el de San Telmo, el cual se promocionaba con un completo folletín de 23 páginas elaborado en la Imprenta de Ricardo Rojas de Madrid. En dicho folleto, aparte de dar amplia información de su situación, constitución geológica, características, indicaciones terapéuticas, precios etc., nos describe pormenorizadamente sus magníficas y confortables instalaciones tanto balnearias como hoteleras, así como las distracciones que la ciudad puede ofrecer a los clientes durante su estancia en el balneario.



Estantes procedentes de la antigua farmacia de D. Adolfo Luque, actualmente ubicada en el museo de farmacia del Alcázar de Jerezano

El siglo de las novedades terapéuticas

La entrada del siglo XX viene acompañada de grandes descubrimientos que van cambiando el panorama sanitario del mundo occidental. Así el de Robert Koch en Alemania, aislando el bacilo productor del más terrible azote de la humanidad: la tuberculosis; los trabajos de Pasteur en Francia demostrando que los microorganismos son los responsables de las enfermedades infecciosas; los de Paul Ehrlich en Alemania, al utilizar sustancias anti-sépticas unidas a colorantes que, de manera asombrosa, son capaces de destruir al germen sin dañar al organismo; y los de Emil Von Berhing también en Alemania con sus trabajos relativos a las antitoxinas, que le llevarían a la preparación de su antitoxina tetánica, su suero antidiftérico y otros muchos por lo que le sería otorgado el Nobel de medicina, vienen a iniciar una nueva era en el campo de las novedades terapéuticas. De esa forma, las boticas que hasta entonces dispensaban casi en exclusiva sustancias a granel y fórmulas magistrales elaboradas en ellas, disponen ahora de aspirinas, salvarsanes, antitoxinas, quimioterápicos y otros específicos, muchos de los cuales llegarán a ser fabricados en España bajo licencia.

La ciudad de Jerez presume en los albores de este siglo de contar con uno de los más modernos laboratorios de Andalucía, el del farmacéutico Adolfo Luque, montado, según reza la publicidad insertada en la revista de la *federación sanitaria regional andaluza*, con el mayor lujo y las más perfeccionadas técnicas. Entre sus especialidades farmacéuticas se cuentan su

conocido «ANTICARIES», LA TEOBROMINA LUQUE, EL EUFENIL y EL LAUROL.

Y el mejor remedio para «colocarse», queremos decir, para la tos, son las PASTILLAS CRESPO de mentol y cocaína. Ahora eso sí: con agradable sabor a limón, no contiene opio ni ensucia el estómago. Menos mal.

Y ahora veamos cómo se promocionaba en aquellos tiempos el famoso Licor del Polo. Una esquila de mediano tamaño contenía estas «convincientes» razones de compra: “*Si todas las enfermedades se pudiesen evitar como las de la boca, se eternizaría la humanidad. EL LICOR DEL POLO, es a la dentadura lo que la vacuna es a la viruela, luego el que sufre de la boca es un abandonado, un sucio y un suicida*”.

En la década siguiente, en el número extraordinario que la revista de la *Federación Sanitaria Andaluza*, editada con motivo de la reunión de esta sociedad en Jerez en septiembre de 1920, encontramos también encartes publicitarios de dos importantes empresas de ortopedia que aún siguen operando en España: las casas PRIM y HARTMANN que anuncian ya, junto con sus algodones, gasas y vendajes esterilizados; brazos y piernas artificiales, mobiliario clínico, instrumental médico, material de laboratorio y algo tan novedoso como los aparatos de Rayos X y electro medicinales

Bienvenido Mister Marshall

Demos a continuación un salto en el tiempo hasta llegar a mediados de la década de los cincuenta del pasado siglo XX.

Laboratorios LUKOL, S. A.

EL doctor D. Adolfo de Luque, alto prestigio de la ciencia química, cuyo rostro venerable preside esta página, comenzó hace cuarenta años sus trabajos de laboratorio lanzando el *Agua de Abisinia*, para teñido del cabello, y el *Anticaries dental*, cuyos productos lograron rápido éxito, habiendo cristalizado, al fin, en una industria potente e interesantísima, con el nombre de Laboratorios LUKOL, a cuyo frente figura el creador de ellos, doctor D. Manuel Luque, digno sucesor de su progenitor.

Los salones, donde un ejército de señoritas prepara el etiquetaje y envueltas de los preparados, son dignos de visitarse, y de los de más fama es el jerez-quina LA ENFERMERA, único vino de esta clase preparado en laboratorio farmacéutico, y al que la clase médica de España y el extranjero rinde su confianza. Y como fortalecedor, se destaca el jerez LUKOL, vino viejo a base de yohimbina, que es una maravilla tónica.

En purgantes triunfa el LUKOSAL (antes Citrosal), cuyo frasco no falta en ninguna casa de familia, y el AZUCAR DE PLATANO, tan agradable e inofensivo que lo adoptan en todas las edades.

Al salir de los laboratorios tuvimos la mirada en la vitrina de exposición, y más que productos medicinales parecían, por la esmerada y admirable presentación, sugestivas frivolidades, confituras o licores de placer. El jerez ANTI-PALUDICO, el jerez ANTI-DIABETICO, el jerez-quina CARNE-HIERRO, jarabe de MANZANA, etc., etc., cuyos envases inducían a consumir. Y en verdad que el adoptar el vino de Jerez como base de todo tónico o medicamento febrífugo lo estimamos el mayor de los aciertos, ya que sin el refuerzo de la ciencia médica, cuando se toma con método, es el más eficaz vigorizador de la sangre y del espíritu.

Anuncio de finales del siglo XIX en Diario del Guadalete

Coincidiendo con la llegada a nuestro país de esa bebida americana gaseada de color oscuro que llegará en poco tiempo a formar parte de la vida de los españoles como es la *coca cola*, llega también desde América con extraordinario alarde de medios publicitarios y al son de un tango

hasta entonces desconocido, «*El escondite de Hernando*», un remedio para aliviar los síntomas del resfriado que hará furor entre las madres y vendrá a sustituir refriegas, parches, vapores de hojas de eucaliptus y supositorios balsámicos. Nos estamos refiriendo al famoso VICKS VAPORUB. En

esta ocasión la radio, el más poderoso medio de comunicación de la época, se llena de cuñas publicitarias que pregonan las excelencias de este bálsamo en sus programas de mayor audiencia. Y es que “se frota y basta”.



Ahora, que para el catarro y la gripe quítense todos los inventos americanos, porque al lado del gaditano ACETAMÓN CANO que, además, no ataca al corazón, poco o nada tienen que hacer. Ya que dicho producto dio fé durante muchos años de ese dicho popular que reza: «el catarro con el jarro». El mentado producto aportaba una inteligente y magistral fórmula cuyos ingredientes eran nada más ni nada menos que, una suspensión de ácido acetil salicílico (la popular aspirina) en coñac. Mientras, el vino quina LA ENFERMERA del laboratorio Lukol, vencía la inapetencia de niños y ancianos con una pegadiza canción que Radio Jerez y Radio Cádiz se encargaban de lanzar al aire junto con el slogan de

«callicida infalible» aplicado al también jerezano BALSAMO ORIENTAL. Y como esto de la publicidad farmacéutica radiada parece ser daba buenos resultados, el laboratorio del Dr. Bascuñana radicado en Cádiz aprovecha para bombardearnos, entre novela y novela de la SER, con las excelencias de su JARABE POLIBALSÁMICO remedio infalible para calmar la tos. Tampoco faltaban cuñas publicitarias de la popular TABLETA OKAL y del CALMANTE VITAMINADO, productos que rápidamente se introducen y convierten en artículo de uso imprescindible y, por tanto, siempre presente en cada uno de los hogares españoles. Lo mismo ocurre con el famoso tónico reconstituyente CEREGUMIL fabricado en Málaga, el cual traspasa nuestras fronteras siendo exportado de forma masiva a Portugal, donde era muy apreciado para su administración a niños, ancianos y personas convalecientes.

Y así llegamos a la década de los sesenta en la que vamos a finalizar nuestro recorrido histórico por el curioso mundo de la publicidad farmacéutica. El arranque de dicha década va a marcar la modernización de la industria farmacéutica nacional, en muchos casos sobre la base de acuerdos con potentes multinacionales del sector. Productos surgidos de la investigación europea y americana empiezan a llegar a las farmacias fabricados o envasados en España con licencia. Modernos edificios e instalaciones fabriles se van levantando en Madrid y Barcelona para albergar a esta nueva industria del medicamento, la cual va abasteciendo el mercado

con las novedades terapéuticas surgidas de la pujante investigación exterior. Hormonas, corticoides, diuréticos, vitaminas, vacunas, antidiabéticos, antibióticos, psicofármacos, antiinflamatorios y todo un extenso arsenal terapéutico se encuentra ahora a disposición del médico, y gracias al Seguro Obligatorio de Enfermedad, llegan de forma gratuita a un gran porcentaje de la población española asalariada.

Los nuevos tiempos hacen su entrada con ímpetu, y en el sector publicitario farmacéutico comienzan a aparecer extrañas palabras como: “*Product Manager*”, “*Manager Care*”, o “*Marketing Manager*”. Y también, al igual que en tantas otras actividades empresariales, las palabras “*leasing, fax, modem, brick, close-up, market target, super target, budget, work-shop, training, rol play*” y decenas de palabras más, todas provenientes del entorno anglosajón. Pero en fin, esto sería tema para otro trabajo mucho más extenso.

Miembro fundador y ex vicepresidente de la Asociación Profesional de Visitadores Médicos de la provincia de Cádiz, Miembro del Centro de Estudios Históricos Jerezanos y Académico numerario de esta Real Academia de San Dionisio.

Bibliografía

- Historia de la Farmacia*. David L. Cowen y William H. Hefand. Ed. Doyma, Barcelona 1990
- La Beneficencia en España*. Fernández Iglesias, F. Imp. Minerva, Madrid 1876.
- Historia del Medicamento*. Gracia Guillén y cols. Ed. Doyma, Barcelona 1983
- Memoria de las aguas sulfúricas de Rosa Celeste*. Grondona Domingo. Jerez 1862.
- Medicina y sociedad en el Jerez del último tercio del siglo XIX*. Doña Nieves F. Conferencia pronunciada el 15/12/1987 en el Palacio de la Diputación de Cádiz.
- Historia de la Medicina*. Laín Entralgo P. Ed., Salvat, Barcelona 1982
- La Sanidad Jerezana, 1800 - 1975*. Mariscal Trujillo A. Eje Editorial, Jerez 2001.
- Jerez 1800, Epidemia de fiebre amarilla en Jerez*. Rodríguez Carrión, J. Centro de Estudios Históricos Jerezanos, Jerez 1983.

Otras fuentes:

- Diario El Guadalete
- Diario ABC
- Diario de Cádiz
- Revista de la Federación Sanitaria Andaluza
- Jerez Médico
- Revista del Ateneo Jerezano
- La Ilustración Española y Americana