

El asma a través de los anuncios publicados en el diario *El Eco de Cartagena* en 1895

Huertas Amorós AJ.¹*Sanid. mil.* 2009; 65 (2): 104-106

RESUMEN

Introducción: El objetivo del trabajo fue estudiar los conocimientos que transmitían sobre el asma bronquial los anuncios publicados en *El Eco de Cartagena* en 1895. **Material y Métodos:** Se seleccionaron todos los anuncios editados en *El Eco de Cartagena* en 1895 donde se anunciaban remedios para el asma y se analizaron las variables siguientes: frecuencia y secuencia de aparición, principio activo, vía de administración, uso en otras patologías, nacionalidad, lugar de venta y precio. **Resultados:** Se incluyeron 208 anuncios, donde se publicaban 12 remedios para el asma distribuidos en 8 textos, con una frecuencia y secuencia de aparición muy variable. Sólo 5 preparados indicaban su composición, 4 se administraban inhalados, 6 se prescribían también en otras patologías, 5 eran españoles, 7 se vendían en farmacias y 5 hacían referencia al precio. **Conclusiones:** El concepto de asma que transmiten estos anuncios está desfasado, lo que explica que muchos preparados se utilicen también en otras patologías. Con frecuencia los remedios para el asma se administraban mediante inhalaciones, un concepto vigente. La información contenida en los anuncios puede contribuir a la percepción que tiene la sociedad de una época sobre una enfermedad concreta.

PALABRAS CLAVE: Anuncios sanitarios, asma bronquial, Cartagena, 1895.

Asthma seen through the published advertisements on 1895 at the *El Eco de Cartagena* newspaper

ABSTRACT:

Introduction: This study wants to transmit the knowledge acquired by reading advertisements about asthma, published by *El Eco de Cartagena* on 1895, as a main objective. **Methods:** The advertisements concerning to asthma cures, edited by *El Eco de Cartagena* on 1895, were selected, analysing these variables: frequency and sequence of appearing, active principle, delivering tract, use in other pathologies, nationality, store place and cost. **Results:** 208 ads were included, where 12 cures for asthma were advertised, arranged in 8 texts, with a very variable frequency and sequence of appearance. Only 5 products indicated their composition, 4 of them were delivered by inhalation, 6 were prescribed in other pathologies, 5 were Spanish, 7 were sold in pharmacies and 5 of them referred their costs. **Conclusions:** The concept of asthma, passed on by these ads, is outdated, and this explains why many of these products were used in other pathologies too. Frequently, cures for asthma were delivered by inhalations, a valid concept today. The information contained in the ads may contribute to evaluate the perception that society has, in an analysed time, about a determined disease.

INTRODUCCIÓN

A finales del siglo XIX ya habían sido enunciados algunos de los principales conceptos que hoy caracterizan y definen al asma bronquial: inflamación de la vía aérea, obstrucción e hiperreactividad bronquial¹. Al tiempo que se producían estos avances en el conocimiento de la fisiopatología de la enfermedad, Charles Blackley, médico inglés, estableció en 1873 una relación causal entre la exposición al polen y la aparición de síntomas respiratorios, definiendo una entidad nosológica que denominó «fiebre del heno»². Hallazgo que habría que enmarcar dentro de la mentalidad etiopatogénica de la época, que produjo grandes hitos científicos como el descubrimiento de los microbios causantes de las enfermedades infecciosas y el desarrollo de sueros y vacunas para combatirlos.

Estas nuevas teorías sobre las causas y los mecanismos responsables del asma bronquial se difundieron y popularizaron prontamente, como pone de manifiesto la presencia en la prensa periódica no especializada de anuncios, como el publicado, en 1899, en *El Eco de Cartagena*, donde para hacer propaganda de los *polvos de Louis Legras*, un remedio terapéutico para tratar lo que entonces se definía como el asma de verano³, se hacía una descripción detallada de la enfermedad en la que se plasmaban todos estos avances en el conocimiento del asma.

Paralelamente, hacia mediados del XIX, procedentes en su mayoría de Francia, irrumpieron en el mercado español las denominadas especialidades farmacéuticas, es decir, una serie de medicamentos elaborados de forma industrial que se presentaban envasados y registrados con una denominación particular⁴. Para promocionarlas comenzaron a insertarse en los periódicos anuncios donde se hacía propaganda de estos nuevos productos industriales, con el consiguiente malestar de médicos y farmacéuticos que vieron en ellos una competencia desleal y una amenaza para el desarrollo futuro de su profesión⁵.

El objetivo del estudio fue hacer una aproximación a los conocimientos que sobre el asma bronquial y su tratamiento podía tener la sociedad cartagenera de finales del XIX, haciendo para ello un análisis de los anuncios insertados en 1895 en las páginas del periódico *El Eco de Cartagena*, principal diario de la ciudad en esa época.

MATERIAL Y MÉTODOS

En el curso de una investigación sobre los anuncios de interés sanitario publicados en *El Eco de Cartagena* en 1895, se seleccionaron todos aquellos textos en los que se publicaban remedios para tratar el asma. Para ello se procedió, en primer lugar, a hacer una lectura detallada de los todos los ejemplares del periódico editados en dicho año, cuya colección completa se conserva en la biblioteca de San Isidoro, propiedad de la Caja de Ahorros del Mediterráneo, sita en Cartagena.

De cada texto donde se hacía referencia a algún remedio para el asma se abrió una ficha individualizada donde se recogieron los siguientes variables para su ulterior análisis: principio activo, vía de administración, su utilidad en otras patologías, nacionalidad del fabricante.

¹ Médico Adjunto. Sección de Alergología. Hospital Universitario Santa María del Rosell. Cartagena. Tcol. Médico (en excedencia).

Dirección para correspondencia: Ángel Julio Huertas Amorós. Sección de Alergología. Hospital Santa María del Rosell. Carretera de Tentegorra s/n. 30290 Cartagena. Teléfono: 960327400 (Alergia).

Recibido: 18 de noviembre de 2008

Aceptado: 5 de marzo de 2009

El asma a través de los anuncios publicados en el diario *El Eco de Cartagena* en 1895

Tabla I. *Productos para tratar el asma anunciados en El Eco de Cartagena en 1895: principios activos, vía de administración y utilidad en otras patologías*

Productos	Principio activo	Forma administración	Otras Patologías
ANDREU, Cigarrillos antiasmáticos del Dr.	No consta	Inhalada	No
ANDREU, Cigarrillos balsámicos del Dr.	No consta	Inhalada	No
ANDREU, Papeles azoados	Azoe	Inhalada	No
CLIN, Cápsulas del Dr.	Bromuro de alcanfor	Oral	Enf. nerviosas
ESPIC, Cigarrillos	No consta	Inhalada	Tos. catarros
ESPIC, Polvos	No consta	Oral	No
GUYOT, Cápsulas	Agua de brea	Oral	Tos. catarros
GUYOT, Licor concentrado	Agua de brea	Oral	Catarros
KLEIN, Gotas calmantes	No	Oral	No
KLEIN, Licor antiasmático	No	Oral	No
LABELONYE, Jarabe de digital	Digital	Oral	Enf. cardíacas
SEIGEL, Jarabe curativo de la madre	No	Oral	Epilepsia

te, lugar de venta del producto y precio del medicamento. Además, se recogió información sobre la secuencia y el número de apariciones de estos anuncios en el diario a lo largo del año estudiado.

Para este estudio, se definió como un anuncio cada uno de los textos insertados en el periódico donde se anunciaba un producto, y como un modelo o tipo de anuncio cada uno de los distintos textos publicitarios donde se hacía propaganda de uno o varios productos concretos.

RESULTADOS

En 1895 en el diario *El Eco de Cartagena* se insertaron 208 anuncios en los que se hacía publicidad de diversos remedios para aliviar o curar el asma. En ellos, se encontraron 8 textos publicitarios diferentes o modelos de anuncios ¿que se repetían con distinta periodicidad? donde se anunciaban un total de 12 preparados (Tabla 1). En cuatro de estos ocho textos publicitarios se hacía propaganda de dos productos y en los otros cuatro sólo de uno.

La periodicidad o secuencia de publicación de estos anuncios era muy variada. Tres de ellos, el *jarabe curativo de la madre Seigel*, los productos de Espic y las *cápsulas del Dr. Clin*, se anunciaban una vez a la semana. Otros tenían una secuencia de aparición más corta, tal era el caso de los anuncios con preparados del Dr. Andreu, que aparecían dos veces en semana, de los de Guyot, que lo hacían cada 5 días, y los de los productos Klein, cuyo anuncio se insertaba en el periódico cuatro veces en semana. Sin embargo, otros textos como el del *jarabe de digital de Labelonye* se publicaban cada quince días, concretamente los días 5 y 20 de cada mes.

El número de veces que cada uno de los anuncios estudiados aparecía en el periódico variaba mucho. Las cifras oscilaban entre las 53 apariciones del de los *Productos del Dr. Klein* y las 11 del anuncio con los preparados de Guyot. Debido a que algunos de estos anuncios sólo se editaron durante unas pocas semanas, y no a lo largo de todo el año, no hay una correlación entre la frecuencia de publicación y el número de veces que un anuncio aparece insertado en el diario.

En más de la mitad de los casos, en el texto publicitario no se informaba sobre los componentes del producto anunciado. Sólo cinco de los doce remedios publicitados hacían referencia al principio activo que contenían (Tabla 1).

Ocho de los doce preparados anunciados para el tratamiento del asma se administraban por vía oral, y los otros cuatro se utilizaban inhalando el humo o los vapores que producía su combustión, como era el caso de los cigarrillos y los papeles (Tabla 1).

La mitad de los doce productos anunciados se utilizaban también en otras patologías diferentes al asma: tres de ellos en catarros, y dos de estos, además, se usaban para calmar la tos. En cuanto a los otros, uno se utilizaba en enfermedades cardíacas, otro en enfermedades nerviosas y otro como remedio para la epilepsia (Tabla 1).

Cinco de los productos anunciados eran de origen español y otros cinco franceses. En el caso de los dos productos fabricados por Klein se consideraron como españoles, ya que este era el origen del depositario central. En los otros dos no constaba en el texto publicitario la nacionalidad del fabricante, ni la del depositario central. Se consideraron por tanto como de procedencia desconocida (Tabla 2).

Siete de los productos anunciados se vendían en farmacias, aunque dos de ellos se podían adquirir también en droguerías. Sin embar-

Tabla II. *Productos para tratar el asma publicados en El Eco de Cartagena en 1895: procedencia del fabricante, lugar de venta y precio*

PRODUCTOS	Nacionalidad del fabricante	Lugar de venta	Precio
ANDREU, Cigarrillos antiasmáticos del Dr.	Española	Farmacias	No consta
ANDREU, Cigarrillos balsámicos del Dr.	Española	Farmacias	No consta
ANDREU, Papeles azoados	Española	Farmacias	No consta
CLIN, Cápsulas del Dr.	Francesa	Farmacias/droguerías	No consta
ESPIC, Cigarrillos	Francesa	Farmacias	2 francos caja
ESPIC, Polvos	Francesa	Farmacias	2 francos caja
GUYOT, Cápsulas	Francesa	No consta	10-15 céntimos/día de tratamiento
GUYOT, Licor concentrado	Francesa	No consta	10-15 céntimos/día de Tratamiento
KLEIN, Gotas calmantes	Española	No consta	No consta
KLEIN, Licor antiasmático	Española	No consta	No consta
LABELONYE, Jarabe de digital	Desconocida	Farmacias	No consta
SEIGEL, Jarabe curativo de la madre	Desconocida	Farmacias/droguerías	14 reales frasco

go, en el texto publicitario de los otros cinco no constaba el tipo de establecimiento donde se despachaban (Tabla 2).

A través del texto publicitario, sólo fue posible conocer el precio de cinco de los doce productos anunciados (Tabla 2).

DISCUSIÓN

En el siglo XIX el término asma englobaba todas aquellas dolencias cuyo síntoma cardinal era una sensación de falta de aire, y este concepto de la época se refleja en el texto de los anuncios incluidos en el estudio. De manera que encontramos algunos remedios, como el *jarabe de digital de Labelonye*, utilizado en las enfermedades cardíacas, o las *cápsulas del Dr. Clin* y el *jarabe curativo de la Madre Seigel*, usados en enfermedades nerviosas, que servían para tratar ciertas patologías que actualmente nada tienen que ver con el asma bronquial. Lo que sugiere que todavía, a finales de la centuria, los avances en el conocimiento de la fisiopatología del asma no habían sido asimilados mayoritariamente por la entonces incipiente industria farmacéutica, que seguía manteniendo conceptos como el asma cardíaca y el asma nerviosa, actualmente desechados.

Sin embargo, a grandes rasgos, la noción con respecto al tratamiento de la enfermedad que transmiten los anuncios estudiados es mucho más actual. Un tercio de los productos destinados a tratar el asma, anunciados en *El Eco de Cartagena* en 1895, se administraban mediante inhalaciones: fumado cigarrillos o aspirando el aire que se desprendía de la combustión de papeles. Una proporción nada desdeñable si tenemos en cuenta que entonces la mayoría de medicamentos se suministraban por vía oral⁶. La utilización, por tanto, de formas farmacéuticas para controlar el asma cuya aplicación se hacía directamente a través del árbol respiratorio es un concepto plenamente moderno; pues, aunque en 1862 la Academia de Medicina de París dictaminó que los líquidos pulverizados sí podían penetrar en la vía aérea⁷, no fue hasta la segunda mitad del siglo XX cuando se impusieron los fármacos inhalados en el tratamiento del asma bronquial⁸.

Además de la manera como se administraba el tratamiento para el asma, la utilización de preparados distintos según estuviese o no controlada la enfermedad también es un concepto plenamente vigente. Matiz que podemos observar en el texto de *productos de Dr. Klein*, donde se recomienda el *licor antiasmático* para el tratamiento habitual de los pacientes y las *gotas calmantes* para combatir las crisis asmáticas. Criterio que coincide con las recomendaciones de todas las guías terapéuticas actuales que distinguen, a la hora del tratamiento, entre el paciente controlado y el que no lo está.

A través de los anuncios, poco podemos saber sobre los principios activos que entonces se utilizaban para tratar el asma bronquial, puesto que solamente aparece reseñada esa información en cinco de los doce productos analizados. Lo que tampoco era extraño en una época donde todavía se podían comercializar productos terapéuticos como «remedios secretos», cuya composición era desconocida a pesar de estar autorizados por las autoridades⁴. Probablemente algunos de los productos anunciados podrían contener estramonio; una planta con cuyas hojas, en el siglo XIX, se fabricaban cigarrillos para tratar el asma debido a su efecto anticolinérgico⁹.

Aunque la mayoría de los remedios para tratar el asma se vendían en farmacias, muchos de ellos también se encontraban en las droguerías. Algo corriente en esos años, donde además de los establecimientos citados podían despacharse productos terapéuticos en tiendas de ultramarinos, peluquerías, perfumerías, laboratorios, y un largo etc.; ya que hasta 1931 no se promulgó el Real Decreto en el que se disponía que todas las especialidades farmacéuticas se dispensasen exclusivamente en oficinas

de farmacia¹⁰. Sólo en unos pocos anuncios se reflejaba el precio de los productos publicitados, aunque bastan para poder deducir que eran caros y probablemente sólo estarían al alcance de unos pocos privilegiados; ya que, casi una década después, en 1904, el jornal de un obrero, en Cartagena, era de dos pesetas al día¹¹.

Muchos de los productos anunciados eran extranjeros, concretamente franceses, país donde, a mediados del XIX, nació la industria farmacéutica, puesto que no fue hasta finales de siglo cuando comenzaron a instalarse en España, especialmente en Cataluña, pequeñas empresas que intentarían competir con la industria extranjera⁵. Esta pugna por copar el mercado español podría explicar la diferente periodicidad de los anuncios o el número de veces que se publican a lo largo del año, respondiendo posiblemente a distintas estrategias comerciales.

La aproximación a los conocimientos que sobre una enfermedad, en este caso concreto el asma bronquial, tenía una sociedad determinada en un momento histórico preciso, mediante el análisis de los anuncios editados en la prensa diaria, obviamente, implica dejar al margen a amplios e importantes sectores sociales. La clase médica, por una parte, responsable del diagnóstico y el tratamiento de la enfermedad, que, en base a su formación científica, podría prescribir a sus pacientes otros remedios terapéuticos diferentes a los publicitados, recurriendo probablemente a las fórmulas magistrales tan en boga en el período estudiado. No hay que olvidar que la aparición de estos anuncios en los periódicos fue rechazada no sólo por los farmacéuticos, sino también por los médicos que los vieron como una afrenta contra sus intereses profesionales⁵. Y por otra parte, las capas más populares de la sociedad, el proletariado y el campesinado, en su mayor parte iletradas, por lo que no podrían acceder a la información contenida en el diario, y que, sin duda, eran poseedoras de una serie de conocimientos, transmitidos verbalmente, para tratar el asma, que se incluirían en lo que se ha denominado *folk medicina*.

No obstante, y a pesar de estas limitaciones, los anuncios sanitarios editados, desde mediados del siglo XIX, en la prensa diaria pudieron contribuir a la percepción que la sociedad de una época tenía de una enfermedad concreta y su tratamiento; de ahí posiblemente su importancia sociológica, mucho más allá del mero interés que puedan suscitar para la historia de la farmacia y la medicina.

BIBLIOGRAFÍA

1. VVAA. Grandes hitos en la lucha contra el asma. (mra ediciones, S.L.) Barcelona 2007, pp. 78-79.
2. Pelta Fernández, R. Desarrollo histórico de la alergología en España. 75 años de historia (1912-1988). (Ancora S.A.) Barcelona 1989, p. 14.
3. *El Eco de Cartagena*, 30 de mayo de 1899.
4. Puerto, Javier. *Para empezar, algo de historia: los remedios secretos*. En: El medicamento en el escaparate. La publicidad farmacéutica en España. Una aproximación histórico-literaria. (Fundación Uriach 1838). Vol 1. Barcelona, 2004, pp. 13-23.
5. Puerto, Javier. *Específicos y legislación en el siglo XIX español*. En: El medicamento en el escaparate. La publicidad farmacéutica en España. Una aproximación histórico-literaria. (Fundación Uriach 1838). Vol 1, Barcelona, 2004, pp. 37-41.
6. Cuadrado Pérez, M^a del Pilar y Alegre Pérez, M.^a Esther. *Estudio de los anuncios de interés médico-farmacéutico insertados en «El Diario Español» desde 1852 a 1856*. Bol Sdad Esp Hist Farmacia 1986 (145-146): 93-115.
7. VVAA. Grandes hitos en la lucha contra el asma. (mra ediciones, S.L.) Barcelona 2007, pp. 118-119.
8. Sauret Valet, Jesús. *La evolución de la terapéutica inhalatoria*. En: Historia de la terapia inhalatoria. (Ergon) Madrid, 2007, p. 104.
9. VVAA. Grandes hitos en la lucha contra el asma. (mra ediciones, S.L.) Barcelona 2007, pp. 103-104.
10. Esteva de Sagrera, Juan. *La crisis de los modelos de ejercicio profesional farmacéutico en la España del cambio de siglo*. En: Puerto Sarmiento, Francisco Javier; Alegre Pérez, María Esther; Rey Bueno, Mar. 1898 Sanidad y Ciencia en España y Latinoamérica en el cambio de siglo (Seminario Internacional Complutense). Madrid, 1999, pp. 203-220.
11. *El Eco de Cartagena*, 29 de septiembre de 1904.