



UNIVERSIDAD DE LA RIOJA

TESIS DOCTORAL

Título
Catalogación, tratamiento y análisis de los grabados tipográficos publicados en <i>La Rioja</i> (1889 y 1900)
Autor/es
Daniela Reyes Marcos
Director/es
José Miguel Delgado Idarreta y Rebeca Viguera Ruiz
Facultad
Facultad de Letras y de la Educación
Titulación
Departamento
Ciencias Humanas
Curso Académico
2013-2014



**Catalogación, tratamiento y análisis de los grabados tipográficos publicados
en *La Rioja* (1889 y 1900), tesis doctoral**

de Daniela Reyes Marcos, dirigida por José Miguel Delgado Idarreta y Rebeca Viguera Ruiz
(publicada por la Universidad de La Rioja), se difunde bajo una Licencia
Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 3.0 Unported.
Permisos que vayan más allá de lo cubierto por esta licencia pueden solicitarse a los
titulares del copyright.



UNIVERSIDAD DE LA RIOJA

FACULTAD DE LETRAS Y DE LA EDUCACIÓN

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS HUMANAS

TESIS DOCTORAL

**CATALOGACIÓN, TRATAMIENTO Y ANÁLISIS DE LOS
GRABADOS TIPOGRÁFICOS PUBLICADOS EN LA
RIOJA (1889 y 1900)**

DANIELA REYES MARCOS

Directores:
JOSÉ MIGUEL DELGADO IDARRETA
Profesor Titular de Historia Contemporánea
REBECA VIGUERA RUIZ
Profesora Doctora de Historia Contemporánea
UNIVERSIDAD DE LA RIOJA

D. JOSÉ MIGUEL DELGADO IDARRETA
Y DÑA. REBECA VIGUERA RUIZ
como Directores de la Tesis Doctoral titulada

CATALOGACIÓN, TRATAMIENTO Y ANÁLISIS
DE LOS GRABADO TIPOGRÁFICOS
PUBLICADOS EN *LA RIOJA* (1889 Y 1900).

AUTORIZAN la presentación a trámite de
dicha Tesis Doctoral en cumplimiento de lo
establecido en el Reglamento de Estudios del
Tercer Ciclo de la Universidad de La Rioja.

En Logroño a dede 2014.

CONFORME

Fdo. José Miguel Delgado Idarreta
Profesor Titular de Historia Contemporánea
Universidad de La Rioja

Rebeca Viguera Ruiz
Profesora de Historia Contemporánea
Universidad de La Rioja

Índice

1. Introducción	1
2. El objeto de estudio y la metodología aplicada a los grabados tipográficos y en la realización del catálogo de los años 1889 y 1900	9
2.1. Búsqueda y tratamiento de los grabados tipográficos	11
2.2. El tratamiento de los grabados tipográficos	14
2.3. Descripción del tratamiento digital de los grabados tipográficos	16
2.4. El grabado tipográfico como fuente de información documental	22
3. El diario <i>La Rioja</i>	29
3.1. Los inicios	31
3.2. <i>La Rioja</i> un periódico de empresa	38
3.3. El funcionamiento del periódico	43
3.4. La organización interna del periódico	45
3.5. El marco legal de la prensa en el nuevo siglo	48
3.6. El diario <i>La Rioja</i> y su contexto histórico	50
3.7. Medio geográfico y población	51
3.8. La Rioja y el contexto político	55
3.9. Logroño en su infraestructura y población	61
3.10. La emigración riojana	66
3.11. La economía riojana a finales del siglo XIX y principios del XX	72
3.12. El diario <i>La Rioja</i> y la prensa regional	78
4. Análisis de los grabados de 1889	83
4.1. Consideraciones generales del año 1889	85
4.2. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en anuncios médicos	89
4.3. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en anuncios de prensa	97
4.4. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en anuncios privados	98
4.5. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en anuncios de vestuario	100
4.6. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en anuncios de vinos y licores	101
4.7. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en anuncios de compañías navieras ...	104
4.8. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en anuncios de higiene y cosmética ...	108
4.9. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en anuncios de alimentación	111
4.10. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en anuncios agrícolas	112
4.11. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en anuncios de instrumentos musicales	117

5. Análisis de los grabados de 1900	121
5.1. Consideraciones generales del año 1900.....	123
5.2. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en anuncios médicos	129
5.2.1. Dentistas.....	130
5.2.2. Servicios médicos.....	133
5.2.3. Tónicos, bálsamos, gotas y bebidas.....	136
5.2.4. Pastillas y confites.....	151
5.3. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en muebles	159
5.4. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en prensa	164
5.5. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en relojerías, óptica y electricidad	168
5.6. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en espectáculos	171
5.7. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en vestuario	173
5.7.1. Corseterías.....	173
5.7.2. Sombrererías.....	176
5.7.3. Sastrerías	181
5.7.4. Confección de camisas	183
5.7.5. Máquinas.....	186
5.7.6. Impermeables	187
5.7.7. Zapaterías	189
5.8. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en anuncios privados.....	190
5.9. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en anuncios de coches y bicicletas.....	196
5.10. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en Anuncios de vinos y licores	199
5.11. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en anuncios de compañías navieras ..	201
5.12. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en aseguradoras.....	205
4.13. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en higiene y cosmética	211
5.14. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en alimentación.....	221
5.15. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en anuncios sobre material de oficina	222
5.16. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en anuncios de sillas de montar	225
5.17. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en anuncios agrícolas	225
5.18. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en viñetas cómicas.	233
5.18.1. Temática de tercera edad.....	237
5.18.2. Temática de animales	239
5.18.3. Temática picaresca	242
5.18.4. Temática familiar	247
5.18.5. Temática delictiva	252

5.18.6. Temática inocente	263
5.18.7. Temática militar	270
5.18.8. Temática laboral.....	273
5.18.9. Temática de borrachos.....	282
5.18.10. Temática de emigración	286
5.18.11. Temática religiosa	287
5.18.12. Temática económica.....	288
6. Conclusiones	293
7. Fuentes y Bibliografía	307
8. Anexos.....	329
8.1. Anexo 1	331
Prospecto del diario <i>La Rioja</i>	331
8.2. Anexo 2	337
Ficha Hemerográfica <i>La Rioja</i> 1889	337
8.3. Anexo 3	345
Ficha Hemerográfica <i>La Rioja</i> 1900	345
8.4. Anexo 4	353
Catálogo de grabados tipográficos del año 1889.....	353
8.4.1. Anuncios médicos	355
8.4.2. Anuncios de prensa	360
8.4.3. Anuncios privados.....	361
8.4.3. Anuncio de vestuario.....	363
8.4.4. Anuncios de vinos y licores.....	364
8.4.5. Anuncios de compañías navieras	366
8.4.6. Anuncios de higiene y cosmética	369
8.4.7. Anuncios de alimentación	371
8.4.8. Anuncios agrícolas	372
8.4.9. Anuncios de instrumentos musicales	377
8.5. Anexo 5	381
Catálogo de grabados tipográficos del año 1900.....	381
8.5.1. Anuncios Médicos.....	383
8.5.1.1. Dentistas.....	383
8.5.1.2. Servicios médicos.....	386
8.5.1.3. Tónicos, bálsamos, gotas y bebidas.....	388
8.5.1.4. Pastillas y confites.....	420
8.5.2. Anuncios de mobiliario	446

8.5.3. Anuncios de prensa	451
8.5.4. Anuncios de relojerías, óptica y electricidad.....	453
8.5.5. Anuncio de espectáculos	456
8.5.6. Anuncios de vestuario	457
8.5.7. Anuncios privados.....	472
8.5.8. Anuncios de medios de transporte.....	477
8.5.9. Anuncio de vinos y licores	481
8.5.10. Anuncios de compañías navieras	482
8.5.11. Anuncios de aseguradoras	486
8.5.12. Anuncios de higiene y cosmética	492
8.5.13. Anuncios de alimentación	501
8.5.14. Anuncios de material de oficina.....	502
8.5.15. Anuncio de silla de montar.....	504
8.5.16. Anuncios agrícolas	505
8.5.17. Viñetas cómicas.....	512
8.5.17.1. Temática de tercera edad.....	512
8.5.17.2. Temática de animales	514
8.5.17.3. Temática picaresca	516
8.5.17.4. Temática familiar	522
8.5.17.5. Temática delictiva	527
8.5.17.6. Temática inocente	538
8.5.17.7. Temática militar	548
8.5.17.8. Temática laboral.....	551
8.5.17.9. Temática de borrachos	562
8.5.17.10. Temática de emigración	565
8.5.17.11. Temática religiosa	566
8.5.17.12. Temática económica.....	567
9. Índices temáticos	571
9.1. Índice de imágenes	573
9.2. Índice de cuadros.....	579

1. Introducción

Este trabajo tiene su germen en el seminario de Prensa e Historia del programa de Doctorado de Patrimonio y Cultura Europea Actual impartido por el Dr. D. José Miguel Delgado Idarreta en la Universidad de La Rioja. Mi interés por el grabado y su estudio se remonta a la elaboración de mi tesina de Licenciatura en Teoría e Historia del Arte, la cual requirió el aprendizaje de los procedimientos en las técnicas clásicas del grabado –xilografía, litografía y huecograbado en plancha de cobre-. La adquisición de estos conocimientos previos me permitió desarrollar el modelo de ficha de catalogación de los grabados tipográficos publicados en el diario *La Rioja* en los años 1889 y 1900 como una unidad documental simple y realizar su análisis formal.

Uno de los principales objetivos establecidos al inicio de la investigación, fue crear una sistema metodológico que sirva de ayuda a los especialistas interesados en el rescate y estudio de la información visual alojada en periódicos y revistas de forma coherente y sistematizada mediante su registro como una unidad documental simple, esto es como una unidad básica e individual portadora de información. Un método que es aplicable a cualquier publicación ya sea antigua o contemporánea.

En este sentido la selección del periódico *La Rioja* obedeció a dos criterios fundamentales: el primero, es la amplia bibliografía disponible sobre el diario escrita en su mayor parte por el codirector de esta tesis, Dr. José Miguel Delgado Idarreta. El segundo, fue la posibilidad de acceder a la consulta de los ejemplares originales a través

del Instituto de Estudios Riojanos (IER), que por motivos de conservación, fueron brevemente examinados al inicio de este estudio. La fragilidad de los archivos originales que conserva el IER, no permitió su manipulación de forma segura para los ejemplares, por lo que se optó por trabajar con las digitalizaciones existentes del diario *La Rioja*, accesibles a través de la página web de la Biblioteca Nacional (BN)¹.

Si bien no existe una abundante bibliografía que haga referencia a un método de análisis de este tipo de material visual, es posible acceder a un amplio conjunto de estudios sobre la historia de la prensa y el desarrollo de la industria gráfica en España. El acceso a los documentos internacionales que rigen la praxis profesional de los especialistas del área de la catalogación así como la bibliografía recogida en manuales y tratados es también abundante y accesible en bibliotecas e internet². Los apartados de historia cuentan con una extensa revisión de historiadores de La Rioja y España, lo que ha permitido correlacionar la imagería desplegada en los grabados tipográficos publicados en anuncios y viñetas cómicas con la situación política, económica y social de la época. El análisis de los grabados y su iconografía ha derivado en la consulta de bibliografía tan dispar como la abolición de la pena de muerte en España y el mundo o un tratado sobre las leyes físicas que actúan en la mecánica de las bicicletas. La profusión de imágenes ha requerido un análisis de la iconografía que se apoyó en bibliografía especializada que incluye textos de arte, semiología, iconografía y heráldica. Esta gran variedad de temáticas y disciplinas ha sido vasta y con toda seguridad susceptible de ser ampliada con posterioridad; queda pendiente para el futuro nuevas búsquedas y hallazgos que tendrán como base el presente trabajo.

Se han catalogado 25 diferentes grabados tipográficos en 1889 y 186 durante el año 1900. En el año 1889 sumaron una frecuencia de publicación de 636 y durante 1900 sumaron 3.694. El total de grabados publicados entre los dos años estudiados asciende a 4.330.

Para realizar el análisis de estos grabados tipográficos se ha seguido la siguiente estructura: a partir del capítulo segundo se explica el desarrollo de la ficha de catalogación diseñada para sistematizar y organizar el estudio de los grabados

¹ A través de este enlace se puede acceder a la colección digitalizada de la Biblioteca Virtual de Prensa Histórica perteneciente a la Biblioteca Nacional de Madrid http://prensahistorica.mcu.es/es/publicaciones/numeros_por_mes.cmd?idPublicacion=4598. Consulta realizada el día 20 de julio de 2014.

² Véanse por ejemplo la página del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, que tiene disponibles todos los documentos legales y de recomendaciones actualizadas: <http://www.mcu.es/patrimonio> o la página de la UNESCO: <http://www.unesco.org/new/es/culture/>. Consulta realizada el día 20 de julio de 2014.

tipográficos publicados en los años 1899 y 1900. Para la realización de esta ficha, se ha revisado la documentación que actualmente está vigente dentro de la especialidad de registro y documentación de bienes artísticos y patrimoniales. La documentación referenciada contiene directrices que sirven y guían el trabajo de los especialistas del sector que trabajan en áreas archivísticas tan dispares como son los archivos digitales, los archivos históricos, las colecciones fotográficas o las grabaciones sonoras, entre otras. Como es habitual en este campo, las normativas y directrices consensuadas y difundidas por los organismos internacionales rara vez forman parte de los cuerpos legislativos de las leyes patrimoniales, pero en el ejercicio profesional conforman una realidad tangible y delimitada a la praxis de la catalogación³.

Inherente al desarrollo de la ficha de catalogación es la sustracción del grabado de su marco de referencia: la página en que se publicó en el diario *La Rioja*. Para ello, no se ha concebido un procedimiento estandarizado, debido a que existen infinidad de modos de obtener estos resultados con diversos programas informáticos de retoque y manipulación digital de imágenes⁴. En este caso concreto, se ha considerado importante mostrar las diferentes etapas en el tratamiento digital de los grabados tipográficos en pos de una mayor transparencia en los procesos de obtención de información y en los resultados obtenidos siguiendo esta mecánica y que son expuestos en los catálogos.

Cada grabado tipográfico fue catalogado en una ficha, con sus correspondientes descriptores y observaciones que han sido explicados en detalle. El modelo de ficha de catalogación como unidad documental simple es extrapolable a cualquier publicación de prensa, sin importar su época y país de procedencia, siendo también de aplicación a las ilustraciones, las fotografías, infografías, etc. Metodológicamente la extracción de la imagen desde el conjunto de la información contenida en la página del diario *La Rioja* permitió profundizar, desde el punto de vista plástico, en las características formales de las imágenes. De igual forma, facilitó el orden y sistematización de su estudio ya que, una vez organizados los grabados, se pudo conocer por ejemplo a cuantos tipos de temáticas se adscribían, cuál era el público mayoritario al que estaban dirigidos, cuál fue

³ Actualmente el corpus legal vigente en España es Ley 16/1985, de 25 de junio, Ley de Patrimonio Histórico Español, *Boletín Oficial del Estado (BOE)*, 25 de junio de 1985. Este corpus legal contiene 33 páginas en las cuales se intenta cubrir el amplio espectro patrimonial. Ordena y establece las categorías patrimoniales, así como los órganos públicos gestores, pero no establece protocolos de actuación específicos en el campo de la catalogación, siendo los organismos públicos derivados o empresas privadas los encargados de establecer los procedimientos, conjugando a su vez a otros cuerpos legislativos (como la Ley de protección de datos que afectan a los documentos privados, por ejemplo).

⁴ El más utilizado es PhotoShop de la casa Adobe, pero existen otros programas de retoque y manipulación digital de imágenes como Gimp, que es una versión gratuita e igualmente eficiente.

la representación iconográfica más frecuente (niños, hombres, animales, objetos, etc.), por qué hubo un aumento de la publicidad de determinados productos y servicios en momentos puntuales, y qué relación guardaba con la época histórica en la cual fue publicada. Posteriormente se verificó el número de veces que fue editado cada grabado, esto es, la frecuencia de publicación de cada uno ellos, lo que aportó datos cuantitativos.

En el tercer capítulo se profundiza en la historia del periódico *La Rioja*, desde su fundación hasta 1900. No se han localizado más documentos que los conservados en los archivos citados en el apartado de Bibliografía, dado que la documentación comercial como documento histórico, no fue considerada como tal por el periódico *La Rioja* ni por los comercios contactados que figuran en el catálogo⁵. Esta carencia de registros impide seguir el rastro de aspectos tan interesantes como la plantilla del personal contratado en la imprenta de *La Rioja* durante los años estudiados, el tipo de maquinaria con que contaban los talleres de impresión o a través de qué agencias o medios se realizaba la venta de espacios publicitarios. Muchos menos datos hemos obtenido de los grabados tipográficos catalogados, al no existir documentación sobre la compra de espacios, no se ha podido rastrear el origen del anuncio publicitario, ni por tanto, de los talleres donde fueron realizados o quiénes fueron los grabadores y dibujantes que estuvieron en activo.

La contextualización de la historia del periódico *La Rioja* y de su fundador, dentro del contexto de la historia de la provincia y del cual se desarrollaron otros medios de prensa, con los grabados, nos lleva al último tramo de esta investigación: el análisis de los grabados tipográficos publicados en 1889 y 1900, capítulos cuarto y quinto. Buscar los puntos de unión entre la iconografía y la estética de las imágenes que una época determinada produce con la historia social, económica y política, permite obtener una lectura desde el punto de vista de la historia del arte de mayor rendimiento, en cuanto es una manifestación del ser humano adscrito a su época y con las condicionantes propias de su momento histórico. Tal y como señaló Valeriano Bozal⁶, la imagen debe estudiarse de forma dinámica y no podemos dejar de mencionar que ésta se hace cada vez más necesaria y frecuente en las publicaciones de la época y en especial en la publicidad, ya que se está construyendo el reflejo de un nuevo estrato

⁵ Un ejemplo de estos comercios contactados ha sido la sombrerería Dulín, cuya propietaria muy amablemente me permitió examinar el material tipográfico conservado, pero que aseguró no poseer ningún tipo de recibo de la época o documentación sobre la factura de los clichés tipográficos. Se tomó contacto con Marcelino Izquierdo, actual editor de fin de semana del periódico *La Rioja*, quien me explicó que no había ningún archivo histórico, comentando además que fue una praxis habitual tirar a la basura el material como fotografías, negativos, documentación diversa e incluso las máquinas y chibaletes, etc.

⁶ Bozal, Valeriano, *La ilustración gráfica del siglo XIX en España*, Madrid, Comunicación, 1979, p. 11.

social: la burguesía. A ello se añade que la publicidad fue una importante fuente de financiación que dio paso a un periódico denominado como de empresa, esto es, desvinculado de un personaje político o su partido.

En los apartados de análisis de los grabados correspondientes al cuarto y quinto capítulos, se han dividido las imágenes vinculándolas a los tipos de comercio y, en algunos casos, se han creado subdivisiones para facilitar su comprensión, como se especifica en la catalogación de los grabados tipográficos editados en anuncios de tipo médico o en las viñetas cómicas. De igual forma, se han cuantificado las frecuencias de publicación de cada grabado. Esta tarea implicó revisar cada uno de los ejemplares publicados en los años 1889 y 1900 y contabilizar cuántas ediciones sumaba cada grabado tipográfico a lo largo del año. La cuantificación ha sido denominada “frecuencia de publicación”, y ha permitido precisar la evolución y la importancia que la imagen adquiere a lo largo de una década y los cambios en las categorías de anuncios publicitarios. Por último, a la vez que se ha cumplimentado el apartado de descriptor iconográfico en la ficha de catalogación, también se ha definido la función de la imagen dentro del conjunto del anuncio, mientras que en los análisis, se ha desarrollado la sintaxis compositiva del grabado y, en caso de que procediera, se han estudiado los significantes iconográficos que encerraba la composición.

Finalmente se han dispuesto los catálogos completos en los anexos, que han sido divididos, como los capítulos de análisis, en dos apartados: los años 1889 y 1900, el año de fundación de *La Rioja* y una década más tarde. Esta catalogación permite saber qué material gráfico existe en esta publicación en los años estudiados (que en se circunscribe únicamente a los grabados tipográficos y no a fotografías), otorga una visión amplia sobre el conjunto de datos disponibles y hace accesible el material visual recopilado, lo que permite el análisis de los cambios producidos a lo largo de una década en relación al número de grabados tipográficos publicados y sus temáticas para luego cuantificarlos. Un trabajo que tuvo, como ya se ha mencionado, una primera fase de elaboración de la ficha de catalogación y de extracción del grabado tipográfico tratado digitalmente con el objetivo de limpiarlo de impurezas y permitir la apreciación de detalles como las firmas de los autores.

Es preciso mencionar por último que a lo largo de este estudio existen lagunas importantes como por ejemplo el nombre de los grabadores, dibujantes y escritores que firman los textos de los anuncios y de las viñetas cómicas, el origen de ciertos anuncios o los maestros encargados de los talleres. La falta de conservación del material

administrativo, y sobre todo, la falta de consciencia histórica, no ha permitido llegar a precisar estos datos. Esta carencia de fuentes registrada en el diario *La Rioja*, con toda probabilidad será más una norma que una excepción en los archivos de los periódicos de provincias.

No obstante, se abre la puerta a futuras investigaciones en torno a líneas muy concretas de investigación gracias a este punto de partida centrado en el grabado tipográfico publicado en *La Rioja* y que es ampliable a otras tantas publicaciones. Cuantificar la frecuencia de publicación, la variedad de tipos de anuncios o identificar su correspondencia con la realidad histórica, aporta nuevas perspectivas al estudio del uso de la imagen en prensa.

Por último, quiero agradecer a todas las instituciones y personas que han hecho posible esta tesis doctoral. En primer lugar a mi marido, Alfonso por su apoyo y consejos en los momentos difíciles, por compartir cada día de mi vida, sin él me cuesta imaginar estos años de estudio y escritura. A mis directores, Rebeca y José Miguel, por todo lo que han debido leer y corregir, por adaptar sus horarios a los míos y compartir sus experiencias, que al fin y al cabo es la mejor enseñanza que se puede recibir, la que realmente cuenta. A Begoña Arrúe e Ignacio Gil Diez, ambos miembros del tribunal de mi DEA, cuyas observaciones y recomendaciones fueron incorporadas a este estudio. A Paulina Bravo, quién me facilitó información y compartió parte de su tesis sobre catalogación y otros documentos. A Marcelino Izquierdo, editor de fin de semana de *La Rioja*, al personal del Archivo Histórico Provincial de Logroño, al Archivo del Ayuntamiento de Logroño... la lista de personas que me han dedicado su tiempo y ayudado es larga, a todos ellos muchas gracias por sus recomendaciones y consejos, por compartir sus experiencias y animarme, todos ellos saben quienes son.

2. El objeto de estudio y la metodología aplicada a los grabados tipográficos y en la realización del catálogo de los años 1889 y 1900

Comenzaremos este primer capítulo detallando la metodología de trabajo, tanto en el área del tratamiento de los grabados tipográficos digitales como en la estructuración de la ficha de catalogación, en la cual han sido registrados los grabados tipográficos publicados en *La Rioja*. El conjunto de fichas configuran los dos grandes cuerpos compilatorios de grabados reunidos correspondientes a: 1889, año de fundación del diario y 1900, año en que se cumplieron 10 años de edición ininterrumpida, y que conforman el catálogo anexo.

2.1. Búsqueda y tratamiento de los grabados tipográficos

Los grabados tipográficos recopilados en este estudio y que fueron publicados en el diario *La Rioja* en los años 1889 y 1900, proceden de la colección digital de la Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de España. Se han utilizado estos fondos digitalizados debido a la extrema fragilidad de los originales conservados en los archivos del Instituto de Estudios Riojanos, cuya datación es superior a los 100 años, constituyendo hoy en día una fuente inagotable de información para el historiador⁷. Se

⁷ A este respecto es de destacar el desarrollo del tema de los archivos realizado por Delgado Idarreta, José Miguel: “Fuentes para la historiografía Contemporánea de La Rioja”, en *Fuentes y Métodos de la Historia local*, Zamora, Instituto de Estudios Zamoranos “Florián de Ocampo”, 1991, pp. 382-386 y sobre el registro y estudio de la prensa de Almuíña Fernández, Celso, “La prensa regional y provincial

ha prescindido de su manipulación al existir un archivo digital a disposición de los usuarios interesados con una buena calidad de escaneado de sus páginas. La resolución de imágenes permite apreciar detalles de tipo técnico en los grabados como rebabas o reventones de tinta en las tipografías. Por lo tanto, la pérdida de información al recurrir a una fuente no física, pero que reproduce sin perjuicio los detalles iconográficos, no es un factor que pueda alterar el análisis y clasificación de los grabados tipográficos publicados en estos años en *La Rioja*.

La consideración del factor de conservación del objeto de estudio ha sido consecuente con la realidad material del papel de periódico: su composición química, de por sí ya alterada por el paso del tiempo. La descomposición celular es irreversible en la pasta de celulosa, lo que genera la desintegración en polvo de las hojas del periódico al ser manipuladas. Esto es ocasionado por procesos endémicos como la oxidación⁸, que provoca el oscurecimiento del papel y la aparición de manchas, la hidrólisis⁹, generada por exceso de humedad ambiental y que acelera el envejecimiento del papel amarilleándolo y resquebrajándolo, procesos metabólicos generados por microorganismos como hongos¹⁰, y catálisis metálica, provocada por las tintas de impresión.

Este tipo de papel de pasta de celulosa no tiene entre sus características el poseer una calidad extraordinaria que asegure su conservación a largo plazo. Fue y es un producto industrial destinado a un consumo inmediato, perecedero y de características económicas delimitadas por el precio de venta de los ejemplares. Sus propiedades de fabricación no son comparables al papel de una revista de la época, cuyo milimetraje y prensado están abocados a una duración más prolongada en el tiempo y sobre todo, para servir de soporte a la reproducción de fotografías, cuyos entintados requerían un mayor gramaje en sus páginas para no traspasar de una cara a otra. Pensemos en la revista

autónoma de Castilla y León”, en *La prensa española durante el siglo XIX. I Jornadas de especialistas en prensa regional y local*, Almería, Instituto de Estudios Almerienses, 1987, pp. 13-23.

⁸ Tacón Clavalín, Javier, *La restauración en libros y documentos. Técnicas de intervención*, Madrid, Ollero & Ramos, 2008, p. 63.

⁹ La hidrólisis guarda relación con el principal componente del papel, la celulosa. Genera una pérdida irreversible de humedad y otras propiedades plásticas del papel que se constata al convertirse en polvo al más mínimo contacto. Para más información véase a Theile Bruhms, Johanna, *El ABC de la conservación: guía práctica para la conservación y restauración de objetos de arte*, Santiago de Chile, Arriarán, 1991.

¹⁰ Ante condiciones de humedad relativa, oscuridad y falta de luz se generan microorganismos como hongos, que producen enzimas logrando la disolución de la celulosa con fines nutricionales. Suelen reproducirse en ambientes cerrados, mal ventilados y zonas oscuras. Calvo, Ana, *Conservación y restauración. Materiales, técnicas y procedimientos*, Barcelona, Serbal, 1997, p. 116.

*Blanco y Negro*¹¹, entre otras de la época, y en cómo la industria de fabricación de la celulosa abarató los costes de impresión:

“A mediados del siglo XIX se empezó a usar la madera para la fabricación del papel barato; de hecho, dio unos resultados tan excelentes en la relación calidad del papel-precio final del mismo, que en la actualidad la madera sigue siendo la fuente principal de fibras celulósicas para la fabricación del papel. La pulpa, conocida como pasta mecánica, se obtiene de los troncos de los árboles, sin la corteza, cuando se trituran con una rueda de piedra giratoria. La pulpa obtenida por este método retiene todos los componentes de la madera, incluyendo la dañina lignina, aunque algunos compuestos solubles en agua se eliminan durante el proceso de la trituración”¹².

Una vez examinados algunos originales archivados en el IER, quedaron de manifiesto las transformaciones endémicas sufridas. Desde un punto de vista biológico, tanto la tinta como el papel han atraído con el paso del tiempo hongos y oxidación y el factor de alteración, surgido a partir del envejecimiento del objeto, guarda estrecha relación con el milimetraje y la densidad del papel, lo que ha producido además el traspaso de tintas de una cara a otra, tanto de superficies blancas como impresas. Las tintas utilizadas en las imprentas durante este período se caracterizaban por tener como disolvente un medio graso, y por utilizar pigmentos provenientes de minerales como el carbón. Actualmente se consideran más estables que otros tipos de tintas de fabricación moderna, pero ello no impide que con el paso del tiempo y por causas de conservación de los originales no generen reacciones adversas tanto en su impresión en el papel, como en los efectos antes descritos. Todo ello repercute en la integridad del material y en su solidez a la hora de manipularlo¹³.

Por otra parte, para lograr reproducir estos anuncios publicitarios hubiese sido necesario el uso de un escáner o de una cámara fotográfica con flash o cualquier otra fuente de iluminación directa. La primera de las opciones descritas, el uso de escáner, hubiese supuesto el traslado de los originales conservados en estos depósitos a otras dependencias, alterando las condiciones de humedad y temperatura que actualmente mantienen. Este tipo de alteraciones son las que más daños provocan a la solidez de la materia, siendo imposible luego su recuperación molecular. La exposición a la luz del escáner o flash fotográficos se añadirían a esta serie de elementos nocivos en caso de

¹¹ La Revista *Blanco y Negro* fue lanzada en 1891 por Luca de Tena. Fue pionera en su género al dar una gran relevancia a la imagen a través la impresión de grabados tipográficos cuya técnica fue el huecograbado. Fuentes, Juan F. y Fernández Sebastián, Javier, *Historia del periodismo español*, Madrid, Síntesis, 1997, pp. 172 y 209.

¹² Mc Cleary, John y Crespo, Luis, *El cuidado de los libros y documentos. Manual práctico de conservación y restauración*, Madrid, Clan Editorial, 1997, p. 22.

¹³ Calvo, Ana, *Conservación y restauración...*, p. 220.

haber optado a la iluminación in situ, contribuyendo a la disolución molecular y afectando los componentes químicos de las tintas, además de acelerar el proceso de oxidación de las hojas¹⁴. Por último, el tamaño y el peso de los volúmenes en que se recoge la colección del Instituto de Estudios Riojanos, 0,46 cm de alto por 0,32 cm de ancho, hubiese supuesto sin duda alguna un daño irreparable a la colección, ya fuese por rasgaduras, dobleces o forzamiento de la apertura de los tomos. Todas las alteraciones antes descritas hubiesen sido irreversibles en los originales conservados en los depósitos.

Por estos motivos y obedeciendo los parámetros mínimos que rigen las políticas de conservación de originales, se optó por utilizar la colección digitalizada de la Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid, que guarda en sus archivos periódicos y revistas de todas las provincias españolas y que en el caso concreto de *La Rioja* abarca un período comprendido entre 1889 y 1924¹⁵.

A nivel de usuario, el acceso se realiza a través de la página principal de la Biblioteca Nacional de Madrid, área de Hemeroteca Digital sección de Prensa Virtual Histórica¹⁶. La sección está dividida por años y dentro de cada apartado de año se encuentra una carpeta fechada con un “.pdf” del periódico y archivos en formato “.jpg” de cada una de las páginas, lo que permite su descarga y manipulación¹⁷.

2.2. El tratamiento de los grabados tipográficos

Para trabajar con los archivos digitalizados se ha utilizado el programa de retoque digital de imágenes Photoshop. Este programa pertenece a la casa Adobe y ha sido desarrollado para manipular, retocar y tratar imágenes fotográficas y por extensión para

¹⁴ El uso indebido de fuentes de iluminación directa provoca la aceleración de la oxidación, lo que afecta directamente a la resistencia del papel al provocar la pérdida de emulsión. Calvo, Ana, *Conservación y restauración...*, p. 161.

¹⁵ Se tituló en su fundación *Diario Político*, luego se renombró *Diario político independiente*, luego *Imparcial* y finalmente *Fundado en 1889*. Delgado Idarreta, José Miguel, “La Rioja, un diario de provincias: 120 años de historia”, en *Berceo*, Logroño, IER, nº 159, 2010, pp. 123-144.

¹⁶ Para la consulta del fondo digital del diario *La Rioja* se introduce este enlace y se accede directamente al archivo: http://prensahistorica.mcu.es/es/publicaciones/numeros_por_mes.cmd?anyo=1900&idPublicacion=4598#gr01. Consultado el día 20 de julio de 2014.

¹⁷ Para más información sobre medidas de prevención de humedad, luz y otros factores ambientales en la conservación de archivos y obras véase a Thompson, Garry, *El Museo y su entorno*, Madrid, Akal, 1998, quién ha sido asesor de la National Gallery of London entre otras entidades museísticas y universidades. Sus estudios son referencias en el área de la conservación.

trabajar archivos digitales de imágenes en formatos diversos. Aunque las posibilidades de este programa son ilimitadas, se ha optado por dar visibilidad a los grabados sin alterar esencialmente las impresiones. Esto quiere decir que no se han reconstruido fragmentos faltantes y entintados por el traspaso de la tinta de los anversos y reversos. Se ha sacrificado, en pos de esta mayor visualización de los grabados, el tono amarillo que el papel ha ido adquiriendo con el paso del tiempo producto de la oxidación, para dejar fondos blancos, lo que ha redundado en una mayor exposición de los volúmenes, tonos de grises y superficies entintadas.

Los grabados tipográficos no han sido “recortados” en sus márgenes de confección, extrayéndolos de sus cajas tipográficas, sino que se han respetado los filetes, corondeles y textos publicitarios que conformaban el todo del anuncio. Esta decisión obedece a criterios estrictamente de edición y maquetación periodística, ya que la diagramación de cada página obedece a una organización y composición estructural tipográfica concreta, que se corresponde con un estilo asociado. Los elementos que separan columnas, tipografías y cajas con grabados y composiciones tipográficas de los grabados catalogados, denominados “filetes” y “corondeles”, tienen también sus medidas y tamaños que distribuyen espacios y volúmenes, formando parte del estilo de la época y derivando en una estilística que no podemos ver ya impresa en los medios modernos. A este respecto, resulta interesante destacar la reflexión realizada por María Eugenia Salinas Zárate, que conecta el estilo Art Nouveau con el siglo XIX y el estilo Art Decó con el XX de forma acertada. Son reflejadas en el uso en el primer estilo de orlas, filetes y corondeles ondulantes, cargados de imaginería vegetal, mientras que en el segundo estilo, percibimos el predominio de formas abstractas, de estilo geométrico, con una mayor presencia del juego tipográfico por sobre la forma vegetal o floral:

“Las marcadas corrientes artísticas van a tener una marcada incidencia en el conjunto del diseño y ornamentación de las publicaciones periódicas y, en este sentido, cada período histórico ha generado estilos de diseño propios, reflejando la moda y los gustos de cada época”¹⁸.

Los grabados tratados con los parámetros de brillo y contraste, limpios de trasposos de entintados de las páginas posteriores con la goma de borrar, continúan formando parte del “todo” compositivo de la página de la que fue extraída.

¹⁸ Salinas Zárate, María Eugenia, “Arte y prensa en La Rioja (siglos XIX y XX)”, en *Aspectos menos conocidos del arte riojano (1997-1999)*, Logroño, Ateneo Riojano, 2000, p. 221.

2.3. Descripción del tratamiento digital de los grabados tipográficos

A continuación se explican con imágenes las diferentes etapas que intervienen en el proceso de selección y preparación de los grabados tipográficos. Todas las imágenes corresponden al diario *La Rioja*, nº 3.374, 13 de enero de 1900, página 4.

1. Una vez que se ha escogido la imagen, se abre a través del programa Photoshop en archivo jpg.



Imagen 1. Selección de *La Rioja*, nº 3.374, 13 de enero de 1900, p. 4.

2. Con la herramienta de “selección” se enmarca el anuncio.



Imagen 2. Selección de *La Rioja*, nº 3.374, 13 de enero de 1900, p. 4

3. Se recorta la imagen con los márgenes de la maquetación incluidos.

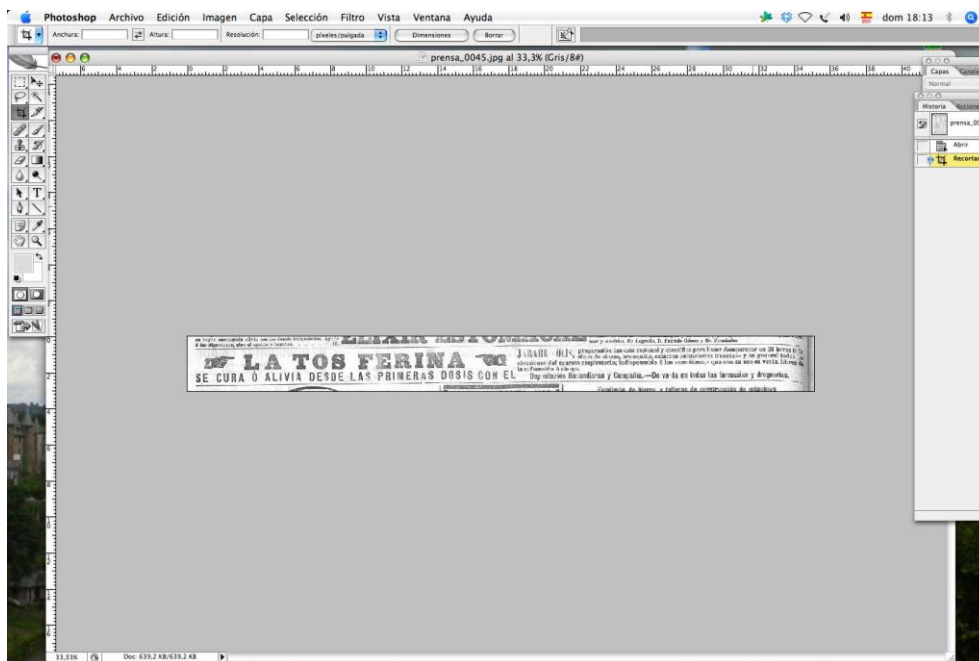


Imagen 3. Selección de *La Rioja*, nº 3.374, 13 de enero de 1900, p. 4.

4. Para dar mayor nitidez y fortalecer los entintados, se selecciona la herramienta de ajuste brillo/contraste. Obsérvese que en los blancos del papel se ha traspasado la tinta del anverso de la hoja.

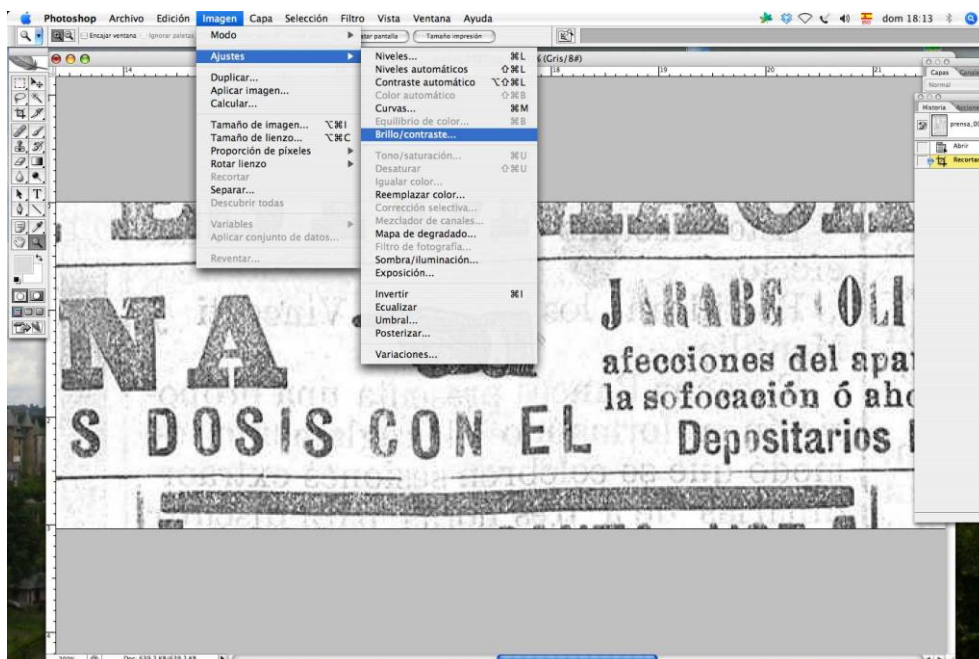


Imagen 4. Selección de *La Rioja*, nº 3.374, 13 de enero de 1900, p. 4.

5. Aplicada la variación del brillo y contraste, los blancos dejan de transparentar las tintas de reverso de la página y los negros resaltan definiendo las formas del grabado y la tipografía.

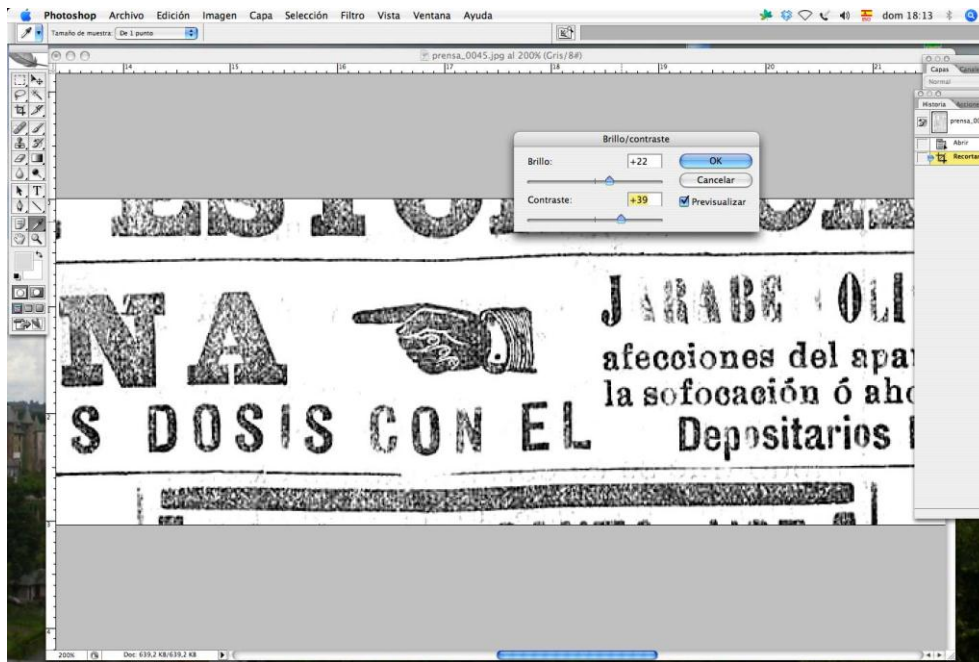


Imagen 5. Selección de *La Rioja*, nº 3.374, 13 de enero de 1900, p. 4.

6. El archivo se guarda en calidad máxima.

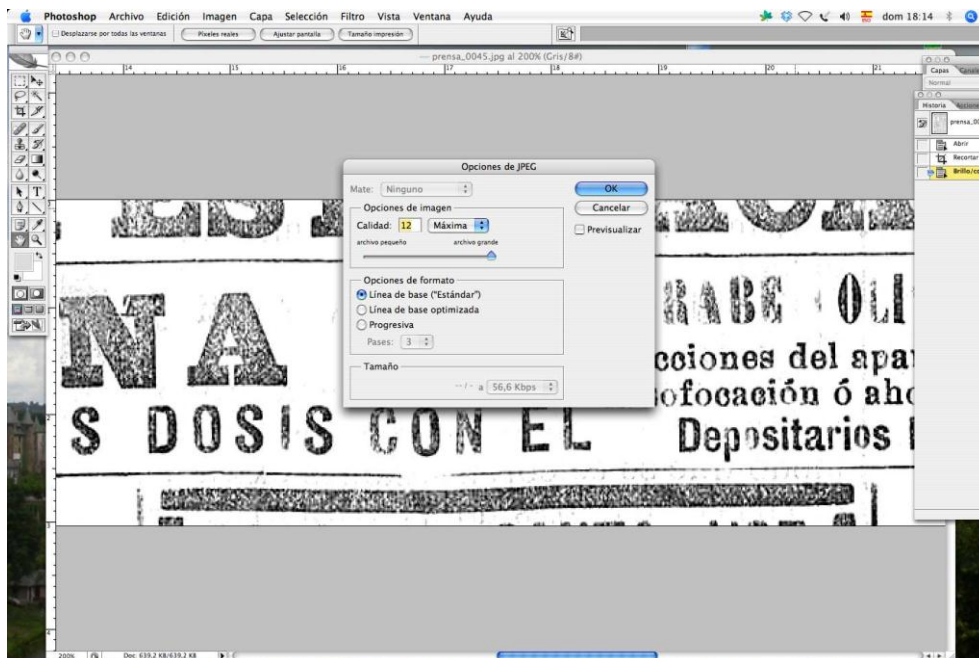


Imagen 6. Selección de *La Rioja*, nº 3.374, 13 de enero de 1900, p. 4.

7. Se procede a la selección de un pincel de milimetrage apropiado para limpiar los restos de suciedad que conserva el archivo digital seleccionado.



Imagen 7. Selección de *La Rioja*, nº 3.374, 13 de enero de 1900, p. 4.

8. Con la herramienta de borrador y el pincel seleccionado, se eliminan aquellos datos que no componen la imagen ni repercuten en su lectura, como anuncios precedentes.

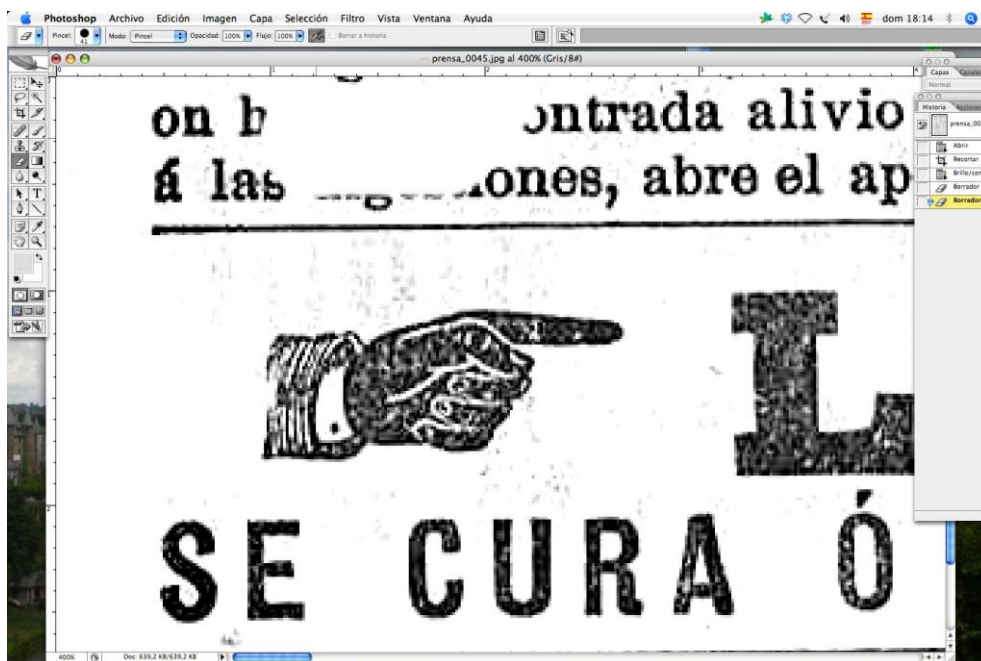


Imagen 8. Selección de *La Rioja*, nº 3.374, 13 de enero de 1900, p. 4.

9. La parte superior que enmarca el anuncio con el que ejemplificamos el procedimiento de selección y tratamiento de archivos, está totalmente limpia conservándose únicamente el filete que enmarca al anuncio. El mismo procedimiento se aplica a la parte posterior.



Imagen 9. Selección de *La Rioja*, nº 3.374, 13 de enero de 1900, p. 4.

10. Se aplica el zoom para llegar a aquellas zonas que requieren una mayor precisión en la limpieza. En este caso nos acercamos a las tipografías.

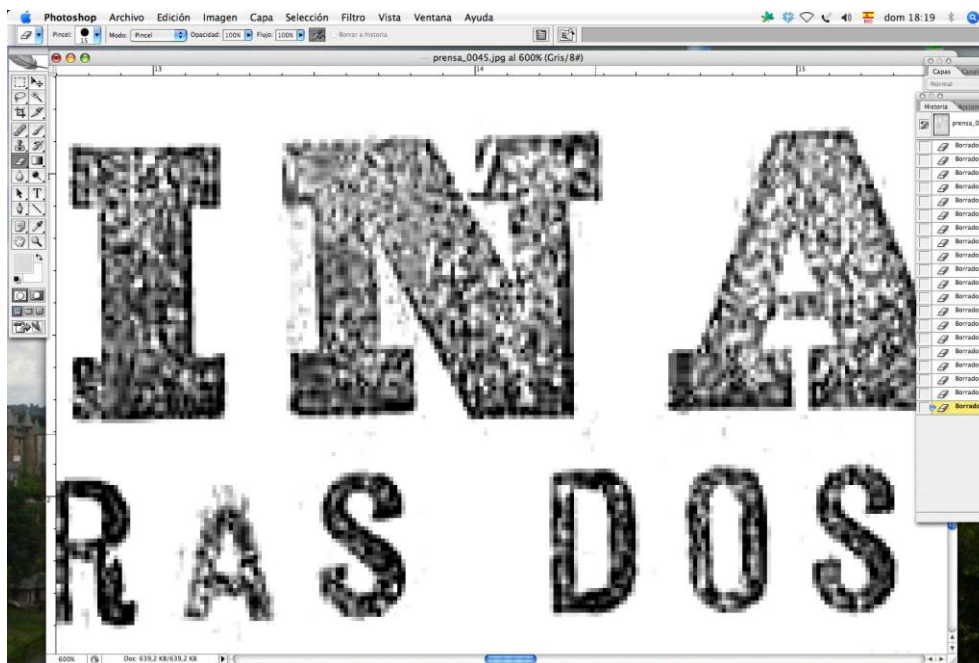


Imagen 10. Selección de *La Rioja*, nº 3.374, 13 de enero de 1900, p. 4.

11. Un acercamiento mayor provoca el pixelamiento de la imagen, lo que facilita el trabajo de limpieza. Se borra píxel a píxel cuidando de no eliminar restos de rebabas o elementos que son connaturales a la imagen reproducida.

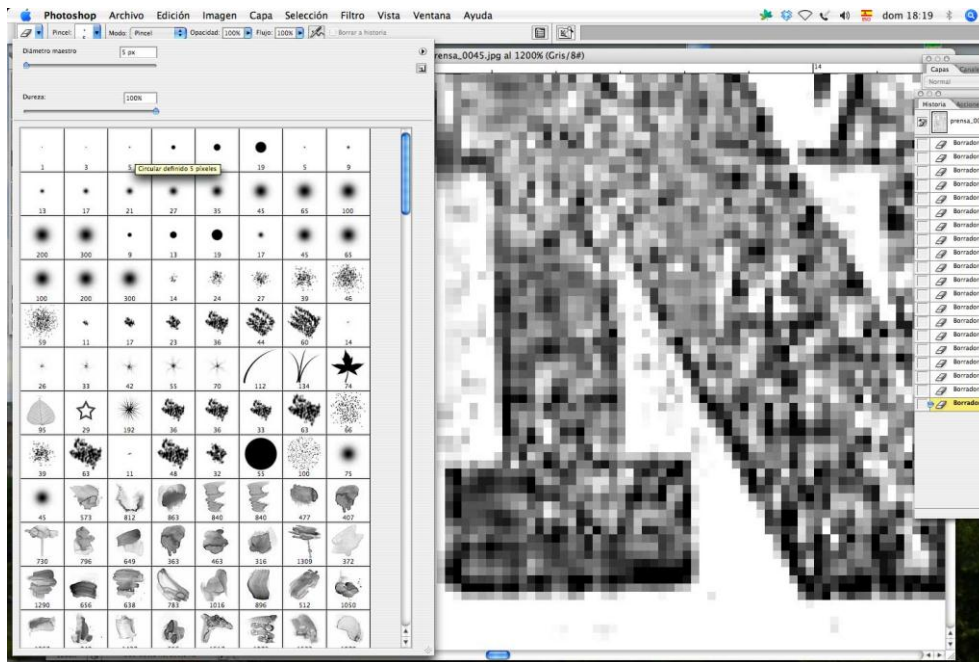


Imagen 11. Selección de *La Rioja*, nº 3.374, 13 de enero de 1900, p. 4.

12. Ambos archivos muestran el antes y el después de realizada la limpieza píxel a píxel con un pincel de menor diámetro.

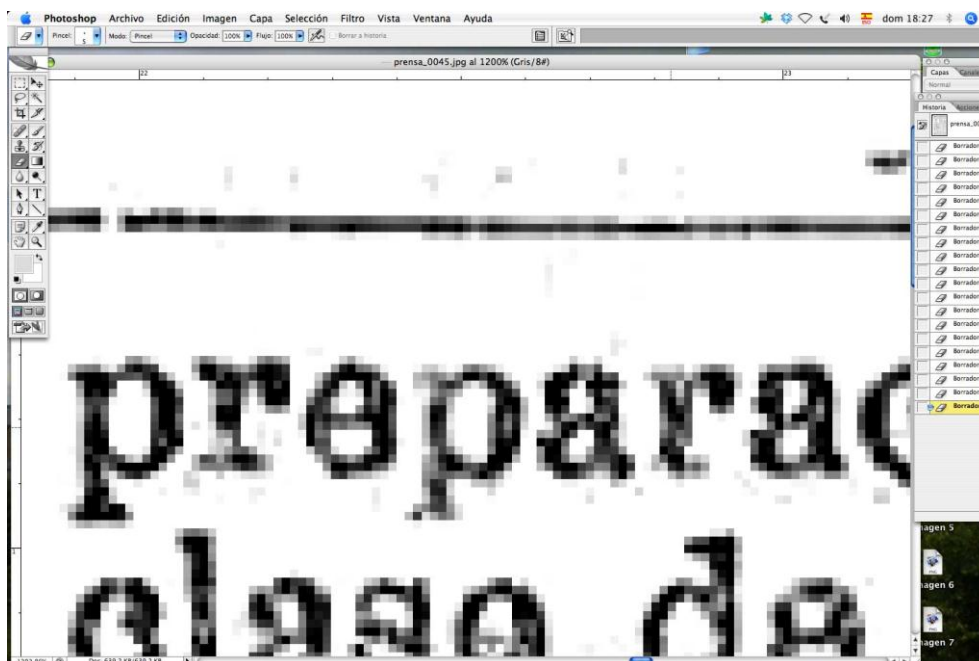


Imagen 12.1. Antes. Selección de *La Rioja*, nº 3.374, 13 de enero de 1900, p. 4.



Imagen 12.2. Después. Selección de *La Rioja*, nº 3.374, 13 de enero de 1900, p. 4.

13. Finalmente el archivo queda completamente limpio de impurezas y con la mayor visibilidad que las herramientas informáticas permite darle sin restar autenticidad al documento a pesar de las manipulaciones a las que ha sido sometido.



Imagen 13. Selección de *La Rioja*, nº 3.374, 13 de enero de 1900, p. 4.

2.4. El grabado tipográfico como fuente de información documental

Para la elaboración de la ficha de catalogación de los grabados tipográficos publicados, se optó por el tratamiento de unidad documental simple. Si bien forma parte de un cuerpo cuya estructura es un soporte contenedor de diferentes categorías informativas el estudio de los grabados tipográficos permite que se extraiga de este contexto y se le trate como un documento simple, único y dotado de diversos niveles de información.

En su desarrollo se consideró por una parte la actual legislación que se recoge en el apartado de Registro y Documentación de Bienes Patrimoniales que ofrece el Ministerio de Cultura Español y la CNEDA (Comisión Nacional de Normas Españolas

de Descripción Archivística)¹⁹, a través de la publicación de diversos estudios que hacen referencia a la adopción por parte del Estado Español de las normativas internacionales vigentes en materia de archivo y catalogación.

Aunque la actual legislación que normativiza el Patrimonio Histórico Material e Inmaterial es la Ley del Patrimonio Histórico Español²⁰, el precedente para el actual registro documental está al amparo del Consejo Internacional de Archivos, cuyos miembros, reunidos en Estocolmo, Suecia, en 1999 fijaron las directrices a seguir a nivel internacional bajo el título de “Norma Internacional General de Descripción Archivística. Adoptada por el Comité de Normas de Descripción. Estocolmo, Suecia, 19-22 de Septiembre de 1999”²¹.

A este documento, que sentó las líneas maestras de actuación y mejora de las actuales directrices archivísticas, se sumó el documento generados en la Comisión de Normas Españolas de Descripción Archivística dependiente del Ministerio de Cultura, bajo el título “Modelo Conceptual de Descripción Archivística y requisitos de datos básicos de las descripciones de Documentos de Archivo, Agentes y Funciones. Parte 1: Tipos de entidad”²², el emitido desde la Dirección General del Libro, Archivos y Bibliotecas, Subdirección de Archivos: “Norma para la elaboración de puntos de acceso normalizados de instituciones, personas, familias, lugares y materias en el sistema de descripción archivística de los archivos estatales”²³ y por último “Reglas de Catalogación. Edición nuevamente revisada” del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte²⁴. Todos los documentos plantean la aplicación de las políticas trazadas en el

¹⁹ Este enlace dirige directamente a la web oficial del Ministerio de Educación, Cultura y Deportes, donde se alojan diversos contenidos relacionados con las áreas de legislación patrimonial, áreas de actuación y últimos convenios. <http://www.mcu.es/principal/ministerio.html>. La fecha de consulta fue anterior al cambio de competencias y fusión ministeriales. Para mayor precisión en la búsqueda de los últimos documentos incorporados dirigirse a la web de CNEDA: <http://www.mcu.es/archivos/MC/CNEDA/Presentacion.html>. Consultado en 24 de abril de 2011.

²⁰ “Ley de Patrimonio Histórico Español”, Ley 16/1985, *Boletín Oficial del Estado*, nº 155, 25 de junio de 1985, pp. 20.342-20.352. Disponible en: <http://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1985-12534>. Consultado el día 20 de julio de 2014.

²¹ Documento inédito aportado en el Máster Gestión de la Documentación, Bibliotecas y Archivos. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad Complutense de Madrid.

²² Borrador final del Comité de Normas de Archivos, 15 de Agosto de 2008. Se encuentra disponible en el siguiente enlace del CNEDA perteneciente al Ministerio de Cultura, Deporte y Ciencia: http://www.mcu.es/archivos/docs/NEDATiposEntidad_20081215.pdf con fecha 9 de septiembre de 2011.

²³ Publicado en julio de 2010 en la página del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte: http://www.mcu.es/archivos/Novedades/novedades_Puntos_Acceso_Normalizados.html. Consultado el día 15 de julio de 2014.

²⁴ Versión de 1999. El libro completo puede ser descargado a través del siguiente enlace: <http://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CCoQFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.bne.es%2Fes%2Fservicios%2FnormasEstandares%2FreglasDeCatalogacion%2Fdocs%2F00000022.pdf&ei=4putU7vYPIml0QXgloG4Bw&usq=AFQjCNGCt2DAINYetVSnPBRTLDgPUn1V>

marco internacional y su aplicación en la variedad de casos documentales existentes y que se enmarcan dentro del ámbito patrimonial documental.

Como bien se desprende de esta documentación, existe la obligatoriedad de tratar cada unidad visual desde el punto de vista documental, ya que en tanto son un producto de la actividad humana, son fuente de transmisión de información fijada mediante un proceso técnico y químico a un soporte material. Aunque esta información es de orden comercial, ampliamos su lectura y reconocemos que tras cada imagen hay un instrumento humano, cuya sensibilidad, originalidad y capacidad técnica ha producido una imagen puesta al servicio de un medio informativo, generando una respuesta visual enmarcada dentro de los códigos estéticos de la época²⁵.

Dentro de estos límites marcados por la utilidad y el fin comercial, encontramos que el grabado en sí mismo es una obra de arte, producto del buen o mal hacer de un artista que en los límites del contexto histórico estudiado era considerado un artesano. Con el paso del tiempo y sobre todo tras el uso realizado por los artistas de vanguardia del primer tercio del siglo XX, el grabado y todo el conjunto de sus técnicas pasó a subvertir este marco industrial y comercial para dar cabida a su utilización y consideración como técnica artística²⁶.

Al desprender el grabado que acompaña el anuncio publicitario y su texto de esa realidad económica, se descubre al artesano-artista que permanecerá en el anonimato. La soltura de los trazos, la composición y los volúmenes dan cuenta de una actividad creativa supeditada, tal cual estaba la pintura del siglo XV, a unos requerimientos ordenados a través de un contrato profesional de los cuales pocos o ningún vestigio documental ha quedado, exceptuando el soporte impreso: el periódico. Esta realidad es también aplicable a *La Rioja*, ya que como aseguró Marcelino Izquierdo, actual Jefe de redacción de fin de semana del periódico, no se han conservado archivos del período fundacional, documentación sobre las transacciones comerciales con agencias u otros

Lw&sig2=k4STvtOZ5vfOW1Jc-s3KIw&bvm=bv.69837884,d.d2k. La versión anterior data de 1995 y puede descargarse en: <http://www.calameo.com/read/000075335257895264ba5>. Consulta realizada el 10 de julio de 2014.

²⁵ Bozal, Valeriano, *La ilustración gráfica del siglo XIX...*, p. 11.

²⁶ La técnica de grabado más utilizada a finales del XIX y principios del siglo XX fue la litografía. Aunque su uso fue estrictamente comercial en sus inicios, comenzó a ser utilizada principalmente por Toulouse-Lautrec en sus carteles, Picasso y Hayter. Para más información véase a Esteve Botey, Francisco, *Historia del grabado*, Madrid, Editorial Clan, 1997. También es interesante la reflexión aportada por Zimmermann, Yves, "El arte es arte, el diseño es diseño" en Calvera, Anna (Coord.), *Arte ¿? Diseño*, Barcelona, Gustavo Gili, 2003, pp. 57-75, ya que rastrea la actual polémica en sus orígenes, cuando las técnicas gráficas fueron aprehendidas por los artistas de vanguardia convirtiéndolas en técnicas artísticas.

periódicos, ni listados con los trabajadores del taller y la imprenta que puedan ayudar a la identificación de los grabados tipográficos o a profundizar en los aspectos técnicos²⁷.

La selección de estos grabados publicados en los años 1889 y 1900 ha obedecido a un interés personal determinado, por una parte por la experiencia previa del estudio del grabado como formación de pregrado y por otra, por la ausencia de investigaciones previas de este material visual alojado en el diario *La Rioja*. El criterio aplicado en cada ficha ha sido la selección de una imagen y su descripción formal, dividida en los siguientes apartados:

- *Nº de identificación*: número unitario con el que se identifica el grabado tipográfico y que se compone de las iniciales LR (La Rioja), año, mes, día, un guion y un número que diferencia la cantidad de anuncios que fueron publicados por primera vez en ese día concreto.
- *Título*: nombre genérico que se indica en el grabado tipográfico y que designa al producto publicitado bajo la marca comercial, por ejemplo Píldoras Scott o Camisería El Andorrano. En los casos específicos en que el comercio sea el mismo pero no el grabado incorporado en la imagen, se numeran consecutivamente por orden de aparición.
- *Colección*: fondo del cual se han obtenido las imágenes digitalizadas. En el caso de este catálogo corresponde a la Hemeroteca de la Biblioteca Nacional.
- *Otros fondos disponibles*: otros fondos donde se puede acceder a los periódicos, se reseñan los fondos que conserva el diario *La Rioja*, el Instituto de Estudios Riojanos (IER) y la Biblioteca Nacional en Madrid (BN).
- *Lugar de publicación*: la ciudad en la que fue impreso el periódico. En el caso del diario *La Rioja*, fue publicado en Logroño, en la Imprenta Moderna, propiedad de la familia Martínez Zaporta desde el 1º de abril de 1884²⁸.
- *Fecha de publicación*: la aparición por primera vez de ese grabado tipográfico dentro del contexto estudiado: años 1889 y 1900.
- *Soporte*: soporte material o matriz sobre el cual se ha impreso el anuncio, no sobre el cual se ha grabado la imagen. En este caso es siempre el mismo, papel.

²⁷ Entrevista sostenida el día 30 de noviembre de 2013.

²⁸ La imprenta moderna fue comprada a la viuda de Faustino Menchaca por 10.500 pesetas y estuvo ubicada en la calle del Peso de Logroño. El traspaso se hizo efectivo el día 1º de abril de 1884. Martínez-Zaporta, Esperanza y Martínez-Zaporta, Belén, “Un largo camino hacia la hija predilecta” en Ruiz Lería, Luis; Sáenz Gamarra, Luis e Izquierdo, Marcelino (Coord.), *120 años del Diario La Rioja*, Logroño, Nueva Rioja, 2009, p. 21.

- *Autor*: identificación del autor del grabado comercial, ya sea con su nombre y apellidos completos, seudónimos o con las iniciales en caso de que figuren.
- *Medidas*: tamaño aproximado en relación al tamaño de las medidas de la hoja de periódico.
- *Técnica*: tipo de grabado realizado, lo que implica diferentes soportes materiales en los cuales se construye la imagen. En el periódico *La Rioja* corresponden a grabados tipográficos y xilografía.
- *Frecuencia de publicación*: la totalidad de veces que a lo largo del año ese grabado tipográfico ha sido reproducido en las páginas de *La Rioja*.
- *Descripción*: descripción iconográfica de la imagen.
- *Notas*: cualquier particularidad a ser considerada y que forme parte de la información recopilada de la imagen, siendo observaciones de índole estética o técnica y comentarios del texto literario al cual acompaña el grabado tipográfico.

La recogida de los datos cuantitativos ha sido realizada en varias fases, todas ellas precedidas de la primera y más importante: la catalogación de los grabados tipográficos en sus respectivas fichas como unidad documental simple. Esto implica el tratamiento digital del grabado en los pasos antes descritos y su inserción en la ficha cumplimentando los descriptores como unidad documental simple. La recopilación fue realizada tras la revisión de todos los diarios disponibles en el fondo digitalizado de la Hemeroteca digital en los años 1889 y 1900 procediendo a su catalogación por tipologías. Las tipologías agrupan y contienen diferentes tipos de grabados tipográficos que prestaron sus servicios a determinados productos y que han sido de gran ayuda para cuantificar y ordenar la selección presentada en los catálogos.

En 1889 las tipologías de los grabados tipográficos que acompañaron a los anuncios publicitarios sumaron un total de 10: Anuncios médicos, de prensa, privados, de vestuario, de vinos y licores, de compañías navieras, de higiene y cosmética, de alimentación, agrícolas y de instrumentos musicales. En 1900 las tipologías se elevan a 17 y se dividen en: Anuncios médicos, de muebles, de prensa, privados, de relojerías, óptica y electricidad, de espectáculos y ocio, vestuario, bicicletas, vinos y licores, compañías navieras, aseguradoras, higiene y cosmética, de alimentación, de material de oficina, de silla de montar, agrícolas y viñetas cómicas.

Una vez obtenida la ficha de catalogación y clasificada en su respectiva tipología, se procedió elaborar un archivo Excel que incluía los 12 meses del año y cuyo objetivo

fue crear listas con los números de identificación, fecha de primera publicación y frecuencia mensual de publicación, esto es, cuántas veces era publicado un grabado a lo largo de un mes en concreto y por ende, a lo largo de todo el año. Esta labor de recogida de datos facilitó la triangulación de los mismos y la verificación de todos los números de identificación y su correspondencia con los grabados tipográficos extraídos de las páginas de *La Rioja*. Así mismo, permitió incluir la fecha de su primera y sucesivas publicaciones obteniendo a su vez, la suma de grabados publicitarios únicos, publicados mes a mes o por tipologías. Esta información procesada facilitó la obtención de datos porcentuales que otorgan una visión general y cuantitativa al uso y distribución de grabados publicitarios, además de facilitar comparativas porcentuales de publicación que respondían a cualquier pregunta planteada en tanto pudiera ser cuantificada.

Este modelo mixto de investigación apoya el trabajo y le dota de una profundidad de campo que lo hace fácilmente comprensible a través de los números, además de permitir otorgar una mayor solidez al aspecto argumental de la investigación. En los capítulos sucesivos, proporcionaremos un marco histórico que nos permita comprender cómo, casi imperceptiblemente, se desarrolló en el ámbito periodístico, y en concreto, en el periódico *La Rioja*, el paso de una cultura escrita a otra visual en su estado más primigenio, o como denominó Eric Satué en 1985, la época de los artesanos en su recopilatorio de anuncios gráficos publicados desde 1830 a 1890²⁹. A su vez, comprobaremos cómo un objeto tan pueril como un grabado tipográfico publicitario puede estar dotado de bellos códigos estéticos o relacionado con un fin preciso y acorde al texto publicitario que acompaña y que solo a día de hoy, con la distancia histórica impuesta, somos capaces de discernir.

²⁹ Satué, Eric, *El libro de los anuncios 1. La época de los artesanos (1830-1930)*, Barcelona, Alta Fulla, 1985.

3. El diario *La Rioja*

En este capítulo analizaremos la historia del diario *La Rioja* durante el período de su fundación y consolidación, así como la figura de su fundador Facundo Martínez Zaporta. Contextualizaremos la vida del diario en la historia general de La Rioja para dimensionar las condiciones históricas, económicas, políticas y sociales en el momento en que comenzó a editarse el periódico. También consideraremos en qué contexto legal y qué paradigmas fueron los que dieron cabida a la creación de este periódico, para entender qué lugar ocuparon los grabados en su contexto histórico y cómo el desarrollo social influyó en la aparición del imaginario colectivo de productos y servicios.

3.1. Los inicios

El 14 de enero de 1889 vio la luz el prospecto de una página del diario *La Rioja*³⁰ fundado por Facundo Martínez Zaporta, quien por aquellos años trabajaba como Oficial de la Oficina de Correos y Telégrafos de Logroño. Junto a él colaboraron en el

³⁰ Véase el anexo nº 1. También puede consultarse en: http://prensahistorica.mcu.es/es/publicaciones/numeros_por_mes.cmd?anyo=1889&idPublicacion=4598. Consultado el día 19 de julio de 2014. Y además se recomienda la lectura de: Delgado Idarreta, José Miguel, “Introducción al estudio de un diario político del siglo XIX: “La Rioja” en *Cuadernos de Investigación*, Universidad de La Rioja, Colegio Universitario de La Rioja, Logroño, Vol. 3, fascículo 1-2, 1977, pp. 144-147.

diario dos de sus hijos: Francisco y Felipe Martínez González. Antes de lanzar el diario que nos ocupa, Facundo Martínez Zaporta editó dos periódicos titulados *Logroño Cómico* y *El Comercio*, derivándose el diario *La Rioja* de *El Comercio* que había sido fundado en 1884 y que tuvo una vida de cuatro años³¹.

No existen muchos datos biográficos sobre el fundador del periódico, pero sobre su educación tenemos constancia en los archivos provinciales de que cursó estudios en el Instituto de Enseñanza de la Provincia de Logroño, dependiente del distrito universitario de Valladolid. El 11 de septiembre de 1846, a la edad de 11 años, su padre realizó la solicitud formal para que comenzara a cursar el primer año en filosofía, señalando que ya poseía las enseñanzas de leer, escribir y contar³². Contrajo matrimonio con Francisca González con quien tuvo siete hijos: Adela, Felipe, Dolores, Moisés, Francisco, Ceferino y Ángeles. Los dos hijos varones, Felipe y Francisco, eventualmente trabajaron y asumieron la dirección del periódico.

El resto de su biografía se entremezcla con la constitución de su proyecto editorial, pero sabemos que en el momento de la fundación de *La Rioja* ya estaba jubilado como Jefe de la estación de Correos de Logroño. Según los datos recogidos en el Archivo Histórico Provincial de La Rioja, en unas letras de obligación de pago de 14.344 pesetas a Don Leopoldo Ávalos, fechadas en el año de 1884, continuaba ejerciendo su cargo con fecha de 9 de junio. En diciembre de ese mismo año, en otra letra de protesta por falta de pago a la Banca Herrera y Riva, figura ya como jubilado³³. Fallece el día 31 de marzo de 1911 a la edad de 75 años, sin poder ver inaugurado el nuevo edificio dispuesto para albergar la nueva sede de *La Rioja*³⁴.

Hay que señalar que desde la aparición del prospecto de *La Rioja* en 1889, este diario ha sido publicado de forma ininterrumpida hasta nuestros días, y de los dos años que abarca este estudio, 1889 y 1900, los únicos días que no se publicó *La Rioja* fueron los lunes y los días festivos³⁵. A lo largo su existencia tuvo diferentes subtítulos: “Diario político”, “Diario político independiente”, “Diario Imparcial de la mañana” y por último, “Fundado en 1889”³⁶. Estuvo adscrito a la “mala prensa” dado que su ideario era

³¹ Delgado Idarreta, José Miguel, “La Rioja un diario político independiente (1889-1894)” en *Segundo Coloquio sobre Historia de La Rioja*, Logroño, Universidad de La Rioja, Colegio Universitario, Vol. 2, 1986, p. 375.

³² Archivo Histórico Provincial de La Rioja (AHPLR), Fajo nº 0594, Fondo Instituto Sagasta.

³³ AHPLR, Fondo de auto protocolos notariales de Plácido Aragón, 4º libro, pp. 7.470 y 7.473.

³⁴ Martínez Zaporta, Belén, “El sueño se consolida” en *120 años de historia...*, p. 89.

³⁵ Delgado Idarreta, José Miguel, “La Rioja un diario político independiente (1889-1894)...”, pp. 375-376.

³⁶ Delgado Idarreta, José Miguel, “La Rioja un diario de provincias: 120 años de historia...”, p. 133.

independiente y liberal y sus propietarios afines al liberalismo y republicanismos. El representante de la buena prensa de tendencia católica fue el *Diario de La Rioja*³⁷, absorbido por *La Rioja* en 1938 bajo la Ley Suñer, nombrándose el periódico resultante de dicha fusión *Nueva Rioja* que fue dirigido bajo la administración de una sociedad anónima³⁸. En el momento de su aparición, ya se editaban en La Rioja otros cuatro periódicos: *El Postillón* de Haro, *El Demócrata*, *La Voz de La Rioja*, ambos de Logroño y por último *El Logroño Cómic*³⁹.

Al revisar el prospecto de *La Rioja* se pueden desglosar los motivos que llevaron a su fundador y primer director a editar el diario:

“... ha de tener la única mira y aspiración constante de sus esfuerzos a la defensa de los intereses generales del país y los particulares de esta provincia para que en su desenvolvimiento reine la natural armonía...”⁴⁰.

Otro de los factores es el considerable aumento en el número de habitantes de la ciudad en el período estudiado. A principios del siglo XX la provincia registró en su censo un total de 189.376 habitantes y Logroño 19.237⁴¹. Estos datos son el resultado del incremento de la esperanza de vida en los primeros años de vida ya que a partir del último tercio del siglo XIX se reduce la tasa de mortandad infantil, generándose un aumento de la población⁴². Consecuentemente a esta realidad sobrevino un incremento de la población alfabetizada: los datos porcentuales registrados en 1900 señalaron un 47% de lectores y para 1910 esta cifra se elevó a un 52,1%⁴³, lo que garantizó un público que hizo posible la pervivencia del diario a lo largo del tiempo:

“...figura como principal factor la necesidad hace ya tiempo sentida de que una población que cuenta con una masa de 15.000 habitantes entre los que tienen lúcida representación los diversos partidos que hoy militan en la política, no tengan un

³⁷ Salas Franco, María Pilar, *Prensa y periodistas en La Rioja. La asociación de la prensa (1913-2006)*, Logroño, IER, 2007, p. 52.

³⁸ Delgado Idarreta, José Miguel, “La Prensa: Fuente Historiográfica”, en *Investigación humanística y científica en La Rioja: homenaje a Julio Luis Fernández Sevilla y Mayela Balmaseda Aróspide*, Logroño, IER, 2000, p. 254.

³⁹ Delgado Idarreta, José Miguel, “Introducción al estudio de un diario político del siglo XIX: “*La Rioja...*”, p.7.

⁴⁰ Ver anexo nº 1 o consultar en línea a través del siguiente enlace: http://prensahistorica.mcu.es/es/publicaciones/numeros_por_mes.cmd?anyo=1889&idPublicacion=4598. Consultado el día 20 de julio de 2014.

⁴¹ Bermejo Martín Francisco y Delgado Idarreta, José Miguel, *La Diputación Provincial de La Rioja: la administración provincial española*, Logroño, Consejería de Administraciones Públicas, Gobierno de La Rioja, 1898, pp. 265-270.

⁴² Gurría, García, A. Pedro y Lázaro, Ruíz, Mercedes, “La mortalidad en la infancia en La Rioja a finales del siglo XIX” en *Berceo*, Logroño, IER, nº 137, 1999, pp. 75-92.

⁴³ *Ibidem*, p. 278.

periódico diario que con entera imparcialidad de juicio y libre de todo apasionamiento trate las diversas cuestiones de palpitante interés que se desarrollan continuamente en la capital de la metrópoli...⁴⁴.

Es destacable la naturaleza del propio diario *La Rioja*, ya que a tenor del cambio de paradigma que vivió la prensa decimonónica desde el periódico político al de empresa, podemos situarlo en esta segunda categoría⁴⁵. Su objetivo no fue la difusión de idearios políticos o erigirse en portavoces directos de un partido o de alguno de sus representantes, sino más bien conseguir, gracias a la gestión y venta de sus ejemplares, los recursos necesarios para su financiación. En este punto fue crucial la venta de espacios publicitarios, ya que aportó los ingresos que hicieron posible la profesionalización del sector otorgándole independencia del segmento político, si bien esta vinculación no se interrumpió del todo, ya que como señalan María Cruz Seoane y María Dolores Saiz, el debate político era parte sustancial del corpus escrito del periódico generando o intentando generar simpatías y rechazos a través de la “opinión pública”⁴⁶. En este sentido *La Rioja* se declaró independiente de cualquier partido político en su prospecto:

“...nos hallamos desligados en absoluto de todo compromiso político sin predilección especial por ningún partido, no obedecemos tampoco a sugerencias e inspiraciones de personalidad alguna...”⁴⁷.

La primera sede administrativa de la dirección, redacción e imprenta estuvo ubicada en el entresuelo de la Casa de Correos hasta que por orden municipal de derribo del edificio se trasladaron a la calle Sagasta nº 9. Posteriormente, debido a un cambio en las numeraciones, este número pasó a ser el 25, planta baja⁴⁸. En cuanto a la imprenta, la gran ventaja de *La Rioja* fue poseer su propia maquinaria para imprimir, lo cual abarató los costes y permitió controlar el proceso de edición, impresión y distribución de los ejemplares, además de ofrecer servicios asociados como atestigua un anuncio publicado el día 25 de enero de 1889 y que seguirán apareciendo en números

⁴⁴ Ver anexo nº 1 o consultar en línea a través del siguiente enlace: http://prensahistorica.mcu.es/es/publicaciones/numeros_por_mes.cmd?anyo=1889&idPublicacion=4598. Consultado el día 20 de julio de 2014.

⁴⁵ Mainar, Rafael, *El arte del periodista*, Madrid, Destino, 1906, pp. 28-31.

⁴⁶ Seoane, María Cruz y Saiz, María Dolores, *Cuatro siglos de periodismo en España. De los avisos a los periódicos digitales*, Madrid, Alianza, 2007, p.131.

⁴⁷ Ver anexo nº 1 o consultar en línea a través del siguiente enlace: http://prensahistorica.mcu.es/es/publicaciones/numeros_por_mes.cmd?anyo=1889&idPublicacion=4598. Consultado día 20 de julio de 2014.

⁴⁸ Delgado Idarreta, José Miguel, “La Rioja, un diario político independiente (1184-1894)” en *Segundo Coloquio sobre Historia de La Rioja*, Logroño, Universidad de La Rioja, Colegio Universitario, 1986, Vol. 2, p. 378.

futuros⁴⁹. Según consta en una carta fechada el 1 de abril de 1934 perteneciente a la colección privada de documentos de la familia Martínez-Zaporta, en 1884, cinco años antes de lanzar el prospecto de *La Rioja*, Francisco Martínez Zaporta compró la imprenta de Faustino Menchaca por 10.500 pesetas a su viuda Tomasa Ibarra, firmándose el contrato el día 10 de marzo de 1884⁵⁰. El diario a los dos años de su fundación figura como editado en la Imprenta de La Rioja⁵¹.

Dado que en el Archivo Histórico Provincial de La Rioja se conserva un poder notarial otorgado por Francisca González a su marido, Facundo Martínez Zaporta, fechado el 8 de enero de 1884 sobre los bienes legados por su madre Juana García, con especificación de poder de compra y venta, arriendo, negociación, etc., se puede presumir que parte de los fondos económicos para la compra de la maquinaria a Tomasa Ibarra provienen de esta fuente⁵². La totalidad de la suma del precio de venta requerida para comprar esta maquinaria debió obtenerla mediante un préstamo a la banca privada Herrero y Riva⁵³, ya que se ha encontrado un protesto por falta de pago de 294 pesetas a Leopoldo Dávalos⁵⁴. De este último se ha encontrado registrada la obligación de pagar 14.344 pesetas fechada el 9 de junio de 1884 especificando que el cargo de Facundo Martínez Zaporta era el de Jefe de Estación de telégrafos.

En un primer momento, Facundo Martínez Zaporta planteó el proyecto de un edificio de cuatro plantas para albergar la maquinaria de impresión –planta baja-, oficinas de administración –entresuelo- y vivienda en las plantas superiores, con un gran teatro anexo que se unía al edificio vivienda a través de la planta principal. El proyecto fue firmado por Quintín Bello y presentado en 1912 al Ayuntamiento de Logroño⁵⁵. El cambio de la sede del diario no pudo ser contemplado por su fundador, ya que éste falleció en 1911 el día 31 de marzo tal como relata la primera página del diario publicado el día 1 de mayo⁵⁶. Por estas fechas, la sede administrativa se trasladó a la Plaza de la Imprenta, actual plaza Martínez Zaporta, hasta que el edificio terminó de ser construido y la sede que estuvo preparada para albergar la nueva rotativa que Felipe

⁴⁹ *La Rioja*, Logroño, 25 de enero de 1889, p. 4.

⁵⁰ Delgado Idarreta, José Miguel, “La Rioja, un diario político independiente (1889-1894)”..., p. 375.

⁵¹ Delgado Idarreta, José Miguel, “La Rioja, un diario de provincias: 120 años de historia...” , p. 134.

⁵² AHPLR, Fondo de auto protocolos notariales de Plácido Aragón, 4º libro, p. 7.470.

⁵³ AHPLR, Fondo de auto protocolos notariales de Plácido Aragón, 4º libro, p. 7.471.

⁵⁴ AHPLR, Fondo de auto protocolos notariales de Plácido Aragón, 4º libro, p. 7.472.

⁵⁵ Véase en el Archivo Municipal de Logroño (AML), para más información sobre la construcción del Teatro moderno y el edificio colindante los siguientes expedientes: Edificio Martínez Zaporta. Expediente de obras mayores. 1912-1916, archivo nº 7. Expediente de construcción de una casa y un teatro en nº 9, propiedad de Francisco Martínez Zaporta. ABAML 112/7. Para consultar el plan ver anexo sin numerar.

⁵⁶ *La Rioja*, Logroño, 1º de abril de 1911, p.1.

Martínez Zaporta, hijo del fundador, junto al gerente del diario, Eusebio Bernabéu, adquirió en París⁵⁷. Tanto el edificio del teatro, como el de la sede y vivienda, continúan en pie en la actual plaza de Martínez Zaporta aunque con diferentes usos y remodelaciones.

En cuanto al formato del periódico, durante 1889 tuvo formato tabloide a cuatro columnas y cuatro páginas, y en el año 1900 varió a cinco columnas, continuando con las cuatro páginas⁵⁸. Se ha comprobado, examinando cada uno de los ejemplares, que la maquetación de las páginas varió con la compra de los espacios publicitarios cuyas dimensiones normalmente eran cuadradas, adaptándose las cajas y los clichés a la medida de la columna y a su vez suprimiéndolas en caso de que los formatos de los grabados lo requiriesen. Con el paso de los años, la publicidad visual se afianzó en el medio periodístico y se hizo cada vez más frecuente la publicación de anuncios acompañados de grabados tipográficos que llegaron a ocupar las cuatro y cinco columnas del diario.

En cuanto al valor de venta al público, el año de lanzamiento del diario *La Rioja* las tarifas anunciadas en la cabecera de la primera página indicaban que el número suelto era vendido a cinco céntimos, la suscripción en Logroño costaba una peseta al mes y cuatro pesetas fuera de Logroño durante tres meses. En la página cuatro del ejemplar del 16 de enero de 1889 consultado⁵⁹, se nos brinda más información sobre los espacios publicitarios indicándose en un faldón a cuatro columnas su valor: la tarifa publicitaria fue de 50 céntimos la línea de comunicados y en tercera plana 10 céntimos⁶⁰. En 1900 los valores se mantienen, pero se registran ligeras variaciones: el número en Logroño tiene un valor de suscripción de una peseta al mes, el trimestre fuera de Logroño previo pago adelantado a la administración cuesta tres pesetas, a mes vencido o pago por comisionado tres pesetas y veinticinco céntimos, en países de la unión postal 14 pesetas el semestre y los números atrasados, tuvieron un coste de 10 céntimos el número⁶¹.

El diario introdujo progresivamente una gran variedad de secciones. Durante 1889 se comprueba cómo toma cuerpo estructural una línea editorial acorde con el prospecto publicado, diversificando sus contenidos. Si se analiza el primer mes editado

⁵⁷ Martínez Zaporta, Belén, “El sueño se consolida” en *120 años de...*, p. 89.

⁵⁸ Delgado Idarreta, José Miguel, “Introducción al estudio de un diario político del siglo XIX: “*La Rioja...*”, p. 138.

⁵⁹ *La Rioja*, Logroño, 16 de enero de 1889, p. 1.

⁶⁰ Delgado Idarreta, José Miguel, “*La Rioja un diario de provincias: 120 años de historia...*”, p. 140.

⁶¹ *La Rioja*, Logroño, 16 de enero de 1900, p. 1.

en 1889 podemos ver las siguientes secciones: A modo de editorial una reseña a dos columnas en la primera página con un título coherente al tema comentado, “La cuestión de orden público”, “La circular de guerra”, “Extranjero”, “Sección de noticias”, “Manicomios Judiciales”, “Recortes”, “Telegramas”, “Teatro”, “Desde París”, “Notas Sueltas”, “Colaboración”, “Ayuntamiento de Logroño”, anuncios de tipo redaccional y anuncios acompañados de grabados tipográficos. Los anuncios de tipo redaccional podían estar insertos desde la segunda página del periódico⁶², en cambio los anuncios que se acompañaron de grabados tipográficos, comenzaron a aparecer en la cuarta página en los primeros meses de vida para progresivamente extenderse a la tercera página. Cabe señalar que la cuarta página solía ser la más costosa en los periódicos de Francia, pero no en el caso del periódico *La Rioja*, tal y como queda de manifiesto en la información sobre sus tarifas.

En cuanto a la imagen como acompañamiento del anuncio por palabras es interesante destacar la importancia que ya se le daba en otros medios internacionales y que es asimilada por las cabeceras nacionales y por extensión *La Rioja*:

“Tras la clasificación de anuncios se relacionan los precios de las diferentes formas anunciadoras, entre las que destacan los “anuncios sobresalientes”, reservados a la última página. Se trata de una novedosa forma publicitaria, habitual en Francia y para la que los editores consideran importantes ventajas por su gran tamaño y por la inclusión de grabados y viñetas, esto es, comienza a apreciarse la imagen en la publicidad”⁶³.

La progresión y aumento de contenidos se hace evidente si comparamos el año de su fundación, 1889, y el año 1900, en el que el periódico lleva una década editándose. Esta solidez, a la hora de analizar los contenidos, se verifica en la aparición de artículos firmados y una o varias secciones dedicadas a lo lúdico. En el año 1900 se pueden enumerar las siguientes secciones: “Editorial”, “Del Ayuntamiento”, secciones dedicadas a las cabeceras de comarca tanto de La Rioja como de otras provincias, “Ideas Ajenas” firmada por Ugarte, “Del Ayuntamiento”, “Telegramas”, una sección de publicación de novela, “Viñetas humorísticas” acompañadas de grabados, y anuncios publicitarios, tanto de tipo redaccional como tipográficos, que pueden verse publicados ya en la primera página como es el caso del grabado tipográfico catalogado con la

⁶² Fernández Poyatos, María Dolores y Feliu García, Emilio, “Avisos, anuncios, reclamos y publicidad en España. Siglos XVII y XVIII” en *Ámbitos. Revista internacional de comunicación*, 2012, Universidad de Sevilla, nº 21, Sevilla, p. 330.

⁶³ *Ibidem*, p. 332.

nomenclatura LR 19001017-1 y que corresponde a un anuncio de vestuario *La parisienne*⁶⁴.

En lo que respecta a la recopilación de información y noticias para desarrollar sus contenidos, *La Rioja* tuvo como corresponsal identificado en estos primeros momentos a Manuel Estremera en Galicia⁶⁵, desde Madrid se remitió la información a través de telegramas⁶⁶ y en otras ciudades donde se generaban noticias de interés como Bilbao, La Coruña, Barcelona, San Sebastián, Zaragoza, Barbastro, Burgos, Nájera, Arnedo, Haro, Albelda, San Asensio, Treviana, entre otras, contaron con corresponsales⁶⁷. El diario también se distribuyó en Bordeaux, Francia, lo que se explica por las relaciones comerciales de *La Rioja* en torno al vino con esa región francesa⁶⁸. Otra vía por la que obtuvo noticias procedentes de otras ciudades fue mediante la compra de información a la agencia de noticias “*La Prensa de Provincia*”, ya que un periódico tan pequeño no podía permitirse pagar corresponsales en todas las grandes ciudades donde se generaban las noticias y mucho menos en el extranjero:

“En lo que se refiere a la prensa de provincias, toda esta cuestión queda todavía muy lejos, tanto por organización, como por los medios de que se pueden disponer, aunque como veremos en el caso riojano algo de todo ello puede atisbarse. La manera de tener información sobre los grandes acontecimientos nacionales e internacionales era por una parte recoger las noticias, que se copiaban, de los diarios madrileños que llegaban a las provincias y que cualquier periódico, que se pudiera denominar como tal, recibía por intercambio o suscripción, por otra parte se crearon servicios de noticias como es el caso de la “*La Prensa de Provincias*” –con treinta y tres asociados- que les permitía repartir gastos y tener casi una agencia para ellos”⁶⁹.

3.2. *La Rioja* un periódico de empresa

Se ha presentado brevemente la historia del diario *La Rioja*, así como algunas particularidades que se observan comparando el año de su lanzamiento en 1889 y 1900, a casi una década de existencia. A ello debemos añadir y hacer hincapié en un aspecto

⁶⁴ *La Rioja*, Logroño, 17 de octubre, 1900, p.1. Ver anexo p. 471.

⁶⁵ Delgado Idarreta, José Miguel, “Introducción al estudio de un diario político del siglo XIX: “*La Rioja...*”, p. 139.

⁶⁶ Delgado Idarreta, José Miguel, “Recepción e influencia de la prensa madrileña en la prensa riojana” en Delgado Idarreta, José Miguel (Coord.), *La Rioja-Madrid en la España de los siglos XIX y XX*, Madrid, Gobierno de La Rioja y Centro riojano de Madrid, 1999, p. 54.

⁶⁷ Delgado Idarreta, José Miguel “Introducción al estudio de un diario político del siglo XIX: “*La Rioja...*”, p. 193.

⁶⁸ Delgado Idarreta, José Miguel, “*La Rioja* un diario de provincias...”, p. 133

⁶⁹ Delgado Idarreta, José Miguel, “Recepción e influencia de la prensa madrileña en la prensa riojana” en Delgado Idarreta, José Miguel (Coord.), *La Rioja-Madrid...*, p. 54.

importante que marca la diferencia entre este diario y otros publicados en la región y que en cierto sentido posibilitó su existencia ininterrumpida hasta nuestros días: su línea editorial, que lo enmarcó dentro del llamado periódico de empresa alejado del ámbito político como órgano portavoz de un partido o un personaje representante⁷⁰.

Debemos recordar que en el siglo XIX y los primeros años del siglo XX, los periódicos no superaban las cuatro páginas, con una cierta carencia de secciones, ilustraciones y anuncios. Según J. M. Desvois, el 42% de las publicaciones tenían este número de páginas y costaban 5 céntimos⁷¹. La maquetación era abigarrada, no existía un diseño cuidado de su cabecera ni esmero en la selección tipográfica, todo estaba dividido en corondeles negros en diminutas letras esperando al lector que quisiera y pudiese informarse de lo que ese medio ofrecía y que por lo general trataban de asuntos políticos no del todo rigurosos. Es ilustrativa la opinión que brinda Mercedes Cabrera a este respecto, ya que señala puntos realmente característicos de la prensa decimonónica en términos de partidista, poco moderada, con una tirada que no permitía su subsistencia sin el patrocinio de un político o un partido y cuyos redactores fueron remunerados escasamente:

“En la sociedad española de la Restauración la prensa política era, en términos generales, una prensa de partido, muy poco moderna, de corta tirada, con una calidad informativa que dejaba bastante que desear y unos beneficios, si los había, obtenidos gracias a sus estrechas vinculaciones políticas, a las míseras remuneraciones de sus redactores y a contratos muy favorables en la adquisición del papel.”⁷².

Con el paso del tiempo y a tenor de las influencias que llegaron desde el exterior, el periódico decimonónico político se transformó en un periódico de carácter más informativo. Este cambio se materializó en el reclamo de la presencia de grandes intelectuales entre sus filas para escribir artículos, reseñas o pequeñas novelas de publicación semanal, lo que propició su buena acogida tanto por los lectores de los fragmentos de novelas o cuentos publicados diaria o semanalmente, como por el lector de noticias afin. Otro cambio fue que comenzó a cuidar su maquetación, la tipografía – lo que le confirió una identidad-, la composición, y el diseño de espacios publicitarios, se amenizaban los artículos con ilustraciones, grabados o fotograbados. Actuó acorde a

⁷⁰ Véase el artículo de Capellán, Gonzalo, “La opinión secuestrada: prensa y opinión pública en el siglo XIX” en *Berceo* Logroño, IER, nº 159, 2010, p. 26. En este artículo revisa el advenimiento del concepto de opinión pública a través de diferentes periódicos españoles, desde las Cortes de Cádiz hasta finales de siglo.

⁷¹ Desvois, Jean Michel, *La Prensa en España (1900-1931)*, Madrid, Siglo XXI Editores, 1977, p. 4.

⁷² Cabrera, Mercedes, *La industria, la prensa y la política. Nicolás María de Urgoiti (1869-1951)*, Madrid, Alianza, 1994, p. 51.

un concepto de negocio: el periódico debía producir rentabilidad y para ello debía ser atractivo para el lector. En ese sentido, la venta de espacios publicitarios fue crucial para su financiación y es una de las claves para comprender el impacto que el sector industrial ejerció sobre este tipo de prensa⁷³.

Un ejemplo de esta simbiosis que se establece entre el periódico y la publicidad la podemos dimensionar con el conflicto de la Primera Guerra Mundial⁷⁴. Una vez que los países beligerantes decretan el comienzo de las maniobras militares, ya no se paga a los periódicos por difundir información favorable a la causa y muchos de ellos se ven obligados a cerrar porque no pueden hacer frente a los gastos de producción, impresión y distribución. Como resultado de estas políticas quedaron en el mercado aquellos que contaban con una financiación económica autogenerada y que provenía de la venta de ejemplares, espacios publicitarios, etc. En este sentido, debemos referirnos a uno de los primeros periódicos que logró sobrevivir gracias a la venta de espacios publicitarios y la venta al público, y que sentó precedente para periódicos como *La Rioja: La Correspondencia de España*.

Fundado por José María Santa Ana se publicó en 1848 con el título de *La Correspondencia Autógrafa Confidencial*, cambiando en 1859 su nombre por *La Correspondencia de España. Diario universal de noticias y eco imparcial de la opinión*⁷⁵. Comenzó con una tirada de 500 ejemplares y a su fundador se le reconoce por ser el introductor de aquellos elementos que modificaron el cuerpo estructural del periódico, introduciendo reportajes, publicidad y venta de ejemplares ambulante y sobre todo publicidad en sus páginas. Según Leopoldo Romero, director del periódico, la venta de espacios publicitarios ascendencia a 35.000 pesetas, aproximadamente la mitad del gasto de producción.

Tras el precedente de *La Correspondencia*⁷⁶, los periódicos de empresa integraron en sus páginas una publicidad muy rudimentaria que se servía de grabados y composiciones con orlas y tipografías para anunciar productos que pertenecieron a agencias de viajes, bicicletas, medicinas milagrosas, servicios o productos destinados al

⁷³ Fuentes, Juan F. y Fernández Sebastián, Javier, *Historia del periodismo español...*, pp. 147 y 149-151.

⁷⁴ Aunque distante a las fechas que abarca este estudio pero no por ello menos ilustrativo de la falta de objetividad y el partidismo de los medios es el artículo de Ramírez Benito, Penélope, “La Primera Guerra Mundial a través de *Los Aliados* un seminario anti germanófilo” en *Berceo*, Logroño, IER, nº 159, 2010, pp. 145-163.

⁷⁵ Desvois, Jean Michel, *La prensa en España...*, p. 11.

⁷⁶ Se puede consultar en línea el catálogo de ejemplares digitalizados desde 1859 a 1925 en el siguiente enlace: http://prensahistorica.mcu.es/es/publicaciones/numeros_por_mes.cmd?idPublicacion=8095. Consultado el día 17 de julio de 2014.

consumo femenino⁷⁷. Este tipo de publicidad ilustrada también puede encontrarse a partir del primer número de *La Rioja*, aumentando exponencialmente con el paso del tiempo. El periódico moderno debía producir ingresos suficientes para asegurar su independencia y pervivencia en el tiempo. Para ello, se sirven de la publicidad y las imágenes, ayudadas en gran medida por las agencias de información que harían las veces de agencias publicitarias encargadas de la compra de espacios, aunque también hemos detectado avisos literales de estas agencias ofreciendo el servicio de composición gráfica de la imagen, como por ejemplo la de Ricardo Storr⁷⁸:

“A finales del siglo XIX la información y los periódicos se plantean como negocio [...] el periódico ideal es aquel en el cual ni una sola línea es gratuita. Los diarios se convierten en una especie de panel publicitario para todo el que quiera y pueda pagar su mensaje. El objetivo de los periódicos es, por tanto, establecerse como intermediarios – media- entre los posibles compradores de cualquier cosa y quién tiene algo que vender”⁷⁹.

El periódico tal y como lo veremos evolucionar a partir de la segunda mitad del siglo XIX, contiene entre sus cuatro páginas al menos una con anuncios diseminados entre sus columnas que van cobrando una paulatina relevancia, como fue el caso de los anuncios de tipo social dirigidos a anunciar las bodas o las esquelas. Esta reconfiguración gráfica obedeció a las nuevas pautas marcadas por una parte por el modelo del periódico como fuente de información, ocio y proveedor de servicios; y por otra, a los avances técnicos registrados en la industria de la impresión, papel y de las técnicas gráficas⁸⁰. Aunque no debemos perder de vista el hecho de que estamos ante una transformación muy lenta y paulatina que pervive con el trabajo artesanal y que nada tiene que ver con el salto que trajo aparejado la digitalización en la producción del periódico.

Debemos considerar además que en aquellas décadas la imagen no formaba parte de la cultura visual tal cual lo hace en nuestros días, a pesar de que ya existían periódicos y semanarios cuyo eje vertebrador fue la imagen gráfica como son los casos

⁷⁷ Fernández Poyatos, María Dolores y Feliu García, Emilio, “Avisos, anuncios...”, p. 323.

⁷⁸ *La Correspondencia de España*, 9 de enero de 1900, página 4. Puede verse el ejemplar en: http://prensahistorica.mcu.es/es/publicaciones/numeros_por_mes.cmd?anyo=1900&idPublicacion=8095. Consultado el día 1 de julio de 2014.

⁷⁹ Timoteo Álvarez, Jesús, “Crisis del sistema informativo de la restauración” en Timoteo Álvarez, Jesús (Coord.), *Historia de los medios de comunicación en España. Periodismo, imagen y publicidad (1900-1990)*, Barcelona, Ariel, 1989, p. 18.

⁸⁰ Trapiello, Andrés, *Imprenta Moderna. Tipografía y literatura en España, 1874 - 2005*, Barcelona, Campgràfic, 2006, p. 44.

de *La Flaca*⁸¹, *La Ilustración Española y Americana*⁸², el *Semanario pintoresco español*⁸³, entre otros⁸⁴. También se debe contemplar el uso político de la imagen como arma política para desprestigiar o satirizar situaciones concretas⁸⁵. El hecho de que el texto dejara sitio a una viñeta o a un anuncio publicitario con una imagen, representó toda una revolución que determinó un cambio no solo de la función del periódico, sino de la sociedad en cuanto se hizo eco de las nuevas técnicas de venta. Si se observan los anuncios, la mayor parte de ellos no sólo vende un producto sino la modernidad misma encarnada en el consumo. Todo pensado bajo un prisma publicitario rudimentario, pero no por ello menos comercial en intención de venta y resultados.

⁸¹ Su primer número sale a la luz en Barcelona el 27 de marzo de 1869. Se dejó de editar en 1876. Para consultar los ejemplares: cambiando su nombre en reiteradas ocasiones por *La Carcajada*, *La Madeja Política* o *La Madeja*. Aunque los grabados que publicó son anónimos, los investigadores suponen su autoría a Tomás Padró. Para más información y consulta de ejemplares véase: <http://hemerotecadigital.bne.es/details.vm?lang=es&q=id:0004088885&s=0>. Consulta realizada el 29 de junio de 2014. También es interesante el artículo de Llera, Ruiz, José Antonio, “Una historia abreviada de la prensa satírica en España: desde el ‘*Duende Crítico de Madrid*’ hasta ‘*Gadeón*’” en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, Madrid, Universidad Complutense de Madrid, nº 9, 2009, pp. 203-214.

⁸² El primer número fue publicado el 25 de diciembre de 1869. Los grabados son firmados por Ortego, Perea y Pellicer. También reprodujo entre sus páginas grabados tipográficos importados. Para más información puede consultarse: <http://www.bne.es/es/Busqueda/resultado.html?cx=008390202817838809661%3Aeazzszwrciu&cof=FORID%3A11&searchdata1=&text=&advanced=false&field=todos&sa.x=45&sa.y=14&exact=on&q=La+Ilustraci%C3%B3n+Espa%C3%B1ola+y+Americana&btnBuscar=>. Consulta realizada el 20 de junio de 2014.

⁸³ Fue fundado por Mesonero Romano en 1836. Los grabadores que firman algunos de sus grabados fueron: os Madrazo, Lameyer, Alejandro Ferrán, Félix Batanero o Calixto Ortega, Vicente Castelló, entre otros. Para más información véase: <http://hemerotecadigital.bne.es/details.vm?lang=es&q=id:0003096384>. Consulta realizada el 28 de junio de 2014.

⁸⁴ Alcaraz Quiñonero, Joaquín, “La prensa gráfica murciana en el siglo XIX” en *Anales de historia contemporánea*, Murcia, Universidad de Murcia, nº 12, pp. 551-560.

⁸⁵ Martín Sánchez, Isabel, “La caricatura política en la II República: *El Debate*, *El Siglo Futuro* y *Gracia y Justicia*” en *Brocar. Cuadernos de investigación histórica*, Logroño, Universidad de La Rioja, nº 34, 2010, pp. 203-212.

3.3. El funcionamiento del periódico

El periódico de empresa o comercial fue un periódico que nació como empresa familiar, cuya dirección y redacción estaban a cargo del fundador, quien tuvo la ayuda de su sucesor en el negocio, normalmente un hijo o yerno⁸⁶. La maquinaria a su disposición era relativamente precaria, a no ser que este negocio familiar fuera una diversificación de otras actividades derivadas de la imprenta o, como en el caso de *La Rioja* y su fundador, se hubiera adquirido nueva maquinaria. Generalmente el negocio nuclear era una imprenta con máquinas más o menos anticuadas y escasez de capital para invertir en la infraestructura periodística: agencias, redactores, periodistas, corresponsales, tipografías o ilustraciones. Será este tipo de periódico el que haga acopio de cajetines de imprenta, reglas, orlas, planchas de grabados y tacos de xilografía y que luego serán rematados como liquidación del negocio familiar en caso de no prosperar en la industria periodística⁸⁷. Este es el modelo que sigue *La Rioja*, un periódico que fue fundado y editado por padre e hijos y que agrupó en el apogeo de su existencia la vida laboral y familiar en un gran edificio construido con el espacio necesario para acoger nueva maquinaria de impresión comprada directamente en París.

Fue un negocio en sí mismo y para sí mismo, provisto de capital que respaldaba la inversión necesaria en redactores, tipografías, pago de agencias de noticias y otros servicios asociados. Este modelo de prensa, fue el que se impuso en el siglo XX: un periódico en teoría fuerte e independiente, capaz de generar ganancias y de vender su contenido y sus servicios.

Garantizaba imparcialidad a sus lectores gracias a la venta de espacios publicitarios, aunque esa imparcialidad fue relativa ya que si bien no dependía de un órgano político para su supervivencia, sí lo hacía de las ganancias generadas mediante su venta y sobre todo de los intereses de los industriales que lo respaldaban. Este punto fue también considerado por aquellos personajes más críticos con el medio, que comprendieron que el cambio desde el dominio político había pasado al empresarial y

⁸⁶ En la descripción de las fuentes Almuiña Fernández, Celso, “Fondos y metodología para el análisis de la prensa local”, en *Fuentes y Métodos de la Historia local...*, pp. 393 y 394 enumera como posibles fuentes para el estudio de la prensa los libros de contabilidad y otros archivos propios del periódico de empresa.

⁸⁷ Resulta ilustrativa la lectura de Tornero, Santos, *Reminiscencias de un viejo editor*, edición facsímil, Logroño, IER, 2010, ya que describe su viaje por diferentes países de América Latina hasta Inglaterra donde adquiere maquinaria de imprenta para su periódico *El Mercurio de Valparaíso*, en Chile. Esta edición da cuenta del proceso que un editor iniciaba cuando pretendía adquirir nueva maquinaria, los contactos que establecía, cómo funcionaba el negocio de venta de maquinaria, etc.

que no necesariamente esta basculación favorecía la independencia de los medios como bien señalan María Dolores Saiz y María Cruz Seoane:

“Sus detractores alegan que la industrialización somete a la prensa a los poderes financieros, que actúan en la sombra, en el anonimato, cuyas motivaciones son desconocidas para el público que es así víctima inconsciente de manipulación, tomando por posturas independientes del periódico lo que en realidad responde a oscuros intereses. La polémica se hacía especialmente agria cuando algunos entresijos empresariales salían a la luz pública. Tal fue el caso de la constitución de la sociedad Editorial de España, el llamado por sus detractores Trust de prensa, que puso en pie de guerra a los otros periódicos o los conflictos de la empresa de *El Imparcial* en el verano de 1917 [...]”⁸⁸.

Se añade como ejemplo de este tipo de medios impresos el ya citado Trust de La Sociedad Editorial de España, que aunó a los tres grandes periódicos de Madrid en 1906: *El Imparcial*, *El Liberal* y *El Heraldo*. Pero sin duda el periódico de empresa por excelencia fue *La Correspondencia de España*. Su imparcialidad informativa le permitió ser el “ministerial de todos los ministerios” sin caer en partidismos. Según Nicolás María de Urgoiti⁸⁹, en 1915 se publicaban en España aproximadamente 1.200.000 ejemplares, de los cuales 500.000 serían publicados en Madrid y 200.000 en Barcelona, lo cual demuestra lo alejado que estaba el país en comparación a sus vecinos europeos. Un diario como *Le Petit Parisien*⁹⁰ hacia 1914 registra una tirada de 1.550.000 ejemplares⁹¹, unos cientos de miles por encima de la totalidad de la prensa publicada en España contando que se trata de un solo periódico de la capital francesa.

Pero a pesar de todos los cambios tanto de concepto como de contenidos, durante la segunda mitad del siglo XIX el trabajo periodístico no tuvo buenas condiciones laborales a causa de una serie de factores como lo fueron: las largas jornadas de trabajo, lo escaso de los salarios y en lo referente a las penas por difamación, las sanciones de multas o prisión para sus directores y redactores. Los trabajadores asociados al sector periodístico vivieron en continua penuria económica. Muchos de ellos eran funcionarios o poseían más de un trabajo a la vez para poder subsistir. Así mismo, todos los escasos beneficios que podían obtener como cronistas -abonos rebajados, entradas gratuitas a

⁸⁸ Seoane, María Cruz y Saiz, María Dolores, *Cuatro siglos de periodismo en España...*, p.171.

⁸⁹ José María Urgoiti proporcionó otras cifras a considerar en cuanto al número de ejemplares publicados. Así, en 1906 mientras el diario *El Imparcial* se congratulaba de imprimir 120.000 ejemplares, Urgoiti corrige el número entre 70.000 a 80.000 ejemplares, derivado de la venta de papel, en Seoane, María Cruz y Saiz, María Dolores, *Cuatro siglos de periodismo en España...*, p. 129.

⁹⁰ Para consultar este y otros periódicos franceses se puede consultar en la web de Gallica Bibliothèque Numérique en el enlace <http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/cb34419111x/date.r=le+parisien+journal.langES>. Consultado el día 10 de julio de 2014.

⁹¹ Seoane, María Cruz y Saiz, María Dolores, *Cuatro siglos de periodismo en España...*, p. 125.

teatro, ópera y espectáculos- eran revendidos para aumentar los escasos ingresos que recibían por sus colaboraciones. La mayor parte de los redactores y colaboradores no tenían un contrato fijo y solo cobraban sus colaboraciones de forma puntual.

Se desconoce con cuánto personal contaban los talleres, la redacción y el aparato administrativo en *La Rioja* ni las condiciones laborales a las cuales se atenían, ya que no existen registros disponibles que contengan esta información tal y como nos comentó a mediados de diciembre de 2013 Marcelino Izquierdo, actual editor del periódico. Sin embargo, y a riesgo de cuantificar excesivamente este tipo de datos para un diario de provincias, cito a Jean Michel Desvois, quien afirma que un redactor de prestigio reconocido cobraba entre 150 a 250 pesetas mensuales, cifra que ascendió a las 500 pesetas (de manera excepcional). Los salarios normales para este tipo de cargo estuvieron entre las 50 y 100 pesetas mensuales⁹².

Intentando paliar esta situación, entre 1855 y 1889 se crearon las asociaciones de periodistas. El primero de estos órganos fue la Asociación de la Prensa fundada en 1895 en Madrid por Miguel Moya, cuya misión era más bien benéfica que efectiva⁹³. Su órgano provincial en La Rioja fue La Asociación de la Prensa Riojana, fundada en 1913. Su junta directiva estuvo compuesta en ese momento por Policarpo Bernabé Peña, Luis Díez de Isla –representante de la buena prensa-, Juan García del Moral, Francisco Loma-Osorio –fundador del periódico *Diario de La Rioja*-, Juan Martínez Alesón –propietario de la Imprenta El Riojano-, Felipe Martínez Zaporta, -sucesor e hijo de Francisco Martínez Zaporta, el fundador de *La Rioja*-, Francisco Sáenz de Cabezón y Luis Vidal⁹⁴.

3.4. La organización interna del periódico

Está bien documentado el hecho de que el diario *La Rioja* tuvo un par de sedes hasta poseer definitivamente un edificio propio, pero tanto su organización anterior a 1914 como posterior se asemejó bastante a la descrita por Juan Francisco Fuentes y Javier Fernández que han dividido el taller del periódico de principios de siglo XX en

⁹² Desvois, Jean Michel, *La prensa en España...*, p. 8.

⁹³ Olmos, Víctor, *La casa de los periodistas. Asociación de la Prensa de Madrid 1895-1950*, Madrid, APM, 2006, pp. 94-109.

⁹⁴ Salas Franco, María Pilar, *Prensa y periodistas en La Rioja...*, p. 54.

tres áreas: la redacción, la administración y los talleres⁹⁵. Según En el plano del nuevo edificio de *La Rioja* se pueden comprobar los diversos espacios concebidos para albergar las diferentes secciones del periódico y que obedecían a los requerimientos tanto de producción como de índole administrativa⁹⁶. La sección de redacción la conformaban los escritores, periodistas, dibujantes, taquígrafos y ordenanzas. Por otra parte, el área administrativa estaba configurada por la secretaría, el área de contabilidad y el personal encargado de la distribución y captación de los diversos servicios de anuncios publicitarios, esquelas mortuorias o avisos, que comenzaron a incorporarse en las nuevas secciones sociales –enlaces, bautizos, nacimientos, etc.-. La sección de taller, en caso de que el periódico contara con una imprenta propia (sabemos que el diario *La Rioja* dos años antes de su lanzamiento contaba con máquinas y material tipográfico⁹⁷), abarcaba todo el aspecto técnico de la impresión y composición de las cajas tipográficas, diseño, planchas con ilustraciones y publicidad. El tipo de personal que trabajó en esta sección fue un grupo especializado: cajistas, impresores, maquinistas, grabadores. Fuentes y Fernández sostienen que fue un grupo obrero que destacó por su nivel organizativo, fundando ya en 1882 la Asociación General del Arte de imprimir con unos 1.000 afiliados aproximadamente y distribuidos por toda la geografía nacional pero concentrándose en las grandes ciudades como Madrid, Barcelona, Sevilla o Bilbao⁹⁸.

El periódico de empresa termina por imponerse y dos de los principales requisitos del negocio fue una plantilla directiva bien estructurada y más espacio y potencia para imprimir sus ejemplares. La clave para mejorar el rendimiento y productividad fue la modernización y sobre todo la especialización de los obreros de taller, quienes ya se habían agrupado como colectivo especializado en la Asociación General del Arte de Imprimir pero a los cuales el brazo de las reformas sociales no había llegado⁹⁹.

Sin embargo, oficios como el de tipógrafo tuvieron sus primeras escuelas de aprendices en Madrid en 1904 y en Barcelona en 1905. En la capital riojana, será la Beneficencia la que albergue los talleres de oficios gráficos de tipógrafos, cajistas e impresores buscando dar un oficio a los niños expósitos allí acogidos. La

⁹⁵ Fuentes, Juan F. y Fernández Sebastián, Javier, *Historia del periodismo español...*, p. 148.

⁹⁶ Ver anexo sin numerar.

⁹⁷ Delgado Idarreta, José Miguel, “La Rioja, un diario político independiente (1884-1889)...”, pp. 375-376.

⁹⁸ Fuentes, Juan F. y Fernández Sebastián, Javier, *Historia del periodismo español...*, p.147.

⁹⁹ Martínez Martín, A. Jesús (Coord.), *Historia de la edición en España 1836–1936*, Madrid, Marcial Pons, 2011, p. 173.

especialización de este sector viene aparejada de las mejoras técnicas. Para 1914 las rotativas de papel continuo en España se elevaban a 36, mientras que las linotipias se limitaban a 15, distribuidas entre Madrid y Barcelona principalmente. El resto de talleres poseían maquinarias mucho más rudimentarias y no podían hacer frente al enorme coste que implicaba la importación de este tipo de máquinas¹⁰⁰.

Por otro lado hay que señalar que el taller de grabado que hoy en día correspondería a la sección gráfica, también vivió su propia evolución y llegó a convertirse en un componente de gran relevancia, ya que consiguió no solo ilustrar las noticias sino también ofrecer un servicio a través del cual el periódico ingresó dinero. Este servicio fue la confección de los anuncios publicitarios en los periódicos locales y que en *La Rioja* son reconocibles al tener una factura más ruda o errores en los clichés tipográficos escogidos para ilustrar el texto. Véase por ejemplo el auto anuncio de venta de espacios para la publicación de esquelas mortuorias publicado ya en 1889¹⁰¹ y que para 1900 diversifica los grabados tipográficos utilizados tanto en las esquelas infantiles como de adultos. En la maquetación de cada página el cajista poseía una destreza excepcional para componer cada columna, para ello utilizaban reglas de metal, cajas de texto o cuadrados y rectángulos metálicos que se insertaban entre las líneas, los chibaletes con sus juegos tipográficos fundidos generalmente en plomo, cuñas metálicas y martillos, entre otros instrumentos ya en desuso¹⁰².

La configuración de la actual página impresa posee una historia que va aparejada de la introducción de la tecnología en la impresión. El primer tipo de maquetación data de principios del siglo XIX y se corresponde a la prensa mecánica. Para evitar que las tipografías se moviesen se ajustaban los tipos en las cajas de textos divididos por los corondeles dando lugar a la página dividida por columnas y que hoy es conocida como la maqueta vertical¹⁰³. Posteriormente y a raíz de la incorporación de la estereotipia se suprime la verticalidad de las columnas y comienza el uso de la maqueta en horizontal que permitía titular más de una columna, lo que también permitió la inserción de anuncios ilustrados con grabados tipográficos de una extensión mayor a la una columna y cuyos ejemplos podemos encontrar en los grabados tipográficos de Polvos cosméticos

¹⁰⁰ Martínez Martín, A. Jesús (Coord.), *Historia de la edición en España 1836–1936*, Madrid, Marcial Pons, 2011, p. 208.

¹⁰¹ *La Rioja*, Logroño, 16 de enero, 1889, p. 3.

¹⁰² Cebrián González, Carlos, *Historia de la publicidad*, Zaragoza, Delsan Editores, Tomo I, 2007, pp. 189-190.

¹⁰³ Gürtler, André, *Historia del periódico y su evolución tipográfica*, Valencia, Campgràfic, 2005, p. 16-19.

de Franch¹⁰⁴, publicado a dos columnas o el de Pianos y Armoniums Viuda de Conrado García e hijo¹⁰⁵, publicado a tres columnas¹⁰⁶.

Sobre la relevancia de los talleres de impresión y gráficos da cuenta Rafael Mainar en su libro “El arte del periodista”, quien describe la composición del taller, entre otros muchos aspectos de los periódicos decimonónicos. De los periódicos de principios de siglo XX, comenta que contaron con varias secciones, pero solo dos eran imprescindibles al posibilitar la transferencia de imágenes a papel:

“La plantilla de los talleres puede dividirse en las siguientes secciones: cajas, estereotipia, grabado y máquinas. De estas secciones hay dos condicionales: la estereotipia y el grabado”¹⁰⁷.

3.5. El marco legal de la prensa en el nuevo siglo

El marco legal por el que se regulaba la prensa de inicios del siglo XX fue la “Ley de policía e imprenta”¹⁰⁸ de 1883 surgida bajo el gobierno de Práxedes Mateo Sagasta y dictada por el Ministro de Gobernación Pío Gullón. Fue al amparo de esta legislación en que surgió el diario *La Rioja*¹⁰⁹.

Esta no fue la primera ley que proporcionaba o intentaba mantener bajo un determinado marco legal la actividad periodística¹¹⁰, podemos mencionar que bajo el reinado de Carlos IV, en 1805 fue promulgado el Reglamento Real de Imprenta, luego la Constitución de Bayona en 1808 o la Constitución de 1812¹¹¹. El primer decreto de regulación de libertad de imprenta y prensa vio la luz en 1875. Luego se dictó un nuevo

¹⁰⁴ Ver anexo p. 492.

¹⁰⁵ Ver anexo p. 377.

¹⁰⁶ Gürtler, André, *Historia del periódico y su evolución tipográfica...*, p. 16-19.

¹⁰⁷ Mainar, Rafael, *El arte del periodista...*, p. 62. A modo ilustrativo véase la edición facsímil de Ginesta, Miguel, *La redacción de un periódico*, de Manuel Bretón de los Herreros, Logroño, Asociación de la Prensa, 2003.

¹⁰⁸ El texto íntegro se encuentra alojado en el siguiente enlace de la página web del BOE: <http://www.boe.es/datos/pdfs/BOE/1883/211/A00189-00190.pdf>. 10 de enero de 2014. Fue publicado en *Gaceta de Madrid*, nº 211 de 30 de julio de 1883, pp. 189-190. Ver a Almuiña Fernández, Celso, *La prensa vallisoletana durante el siglo XIX*, Instituto Cultural de Simancas, Valladolid, Vol. II, 1977, pp. 322-339.

¹⁰⁹ Delgado Idarreta, José Miguel, “La Rioja, un diario de provincias: 120 años de historia...”, p. 125.

¹¹⁰ Véase a Viguera, Rebeca, “La prensa católica en el panorama local español a mediados del siglo XIX. El ejemplo de El Escudo Católico (1857)”, en especial el epígrafe titulado: “En torno a la libertad de Imprenta”, en *Berceo*, Logroño, IER, nº 159, 2010, pp. 101 a 103.

¹¹¹ Delgado Idarreta, José Miguel, “La Prensa: fuente historiográfica...”, p. 247.

reglamento titulado “Ley de Imprenta”¹¹² en 1879, para finalmente converger la legislación precedente en la “Ley de policía y de imprenta” que permaneció vigente hasta 1938, en que fue sustituida por una nueva ley cuyo objetivo era la supresión de la prensa republicana¹¹³.

La “Ley de Policía e Imprenta” de 1883, intentó asegurar una mayor libertad en la difusión de ideas, tal y como comienza reconociendo en su artículo 1º. En su artículo 2º ordenó el material impreso en tipologías, quedando los periódicos divididos en políticos y no políticos. También diferenciaba entre folletín, panfleto, hojas sueltas, etc.

Para la creación de un nuevo periódico, se simplificaron los trámites burocráticos necesarios, ya que la anterior ley obligaba a presentar ante el Ministerio de Gobernación la solicitud, junto a un informe favorable del Jefe Político provincial. La ley de 1883 exigía entregar junto a la solicitud de identificación del tipo de periódico (político o no político), tres ejemplares y designar a un responsable ante la ley. El detalle de estos requerimientos se estipula desde el artículo 5º al 9º. La responsabilidad penal, en caso de que los límites estipulados en la Constitución sobre el derecho de expresión se vulnerasen, debería ser juzgada al amparo del Código Penal como señala el artículo 16º¹¹⁴.

Los periódicos dieron cuenta a través de sus editoriales, artículos, viñetas cómicas, crónicas y publicidad, de los cambios producidos en la sociedad de la época, sobre todo en lo relativo a la política y la economía, lo cual no siempre se hizo desde una óptica objetiva. Debemos precisar que en 1889 no fueron publicadas viñetas cómicas en *La Rioja* y entre aquellas editadas en el año 1900, cuyo total asciende a 51, no hubo ninguna que hiciese referencia a algún personaje político del momento, partido o situación coyuntural política tanto a nivel nacional como local. Las reformas legales acometidas en el campo de la prensa fueron necesarias para crear un marco jurídico que garantizase por una parte el derecho a la libre opinión y resguardase, por otra, lo

¹¹² El texto íntegro se encuentra alojado en el siguiente enlace de la página web del BOE: <http://www.boe.es/datos/pdfs/BOE/1879/008/A00073-00076.pdf>. Consultado el 15 de julio de 2014. Fue publicado en *Gaceta de Madrid*, nº 8 de 8 de julio de 1879, pp. 73-76.

¹¹³ Fue publicado en *Gaceta de Madrid*, nº 556 de 30 de abril de 1938, pp. 7.035-7.036.

¹¹⁴ Pizarroso, Quintero, Alejandro, “Evolución histórica de la prensa en España” en *Historia de la prensa*, Madrid, Centro de estudios Ramón Areces, 1994, pp. 282-284.

intereses de los estamentos políticos, lo que aseguró una estabilización que potenció la actividad económica¹¹⁵.

Un claro ejemplo de la arbitrariedad con que la prensa relató los acontecimientos de la época fue la guerra entre España y Estados Unidos en 1898. Los periódicos que en este momento estaban en circulación obedecieron al modelo de prensa de partido o personalista creando una opinión favorable al conflicto armado, al tiempo que se enlazaban los valores bélicos con argumentos que no correspondieron con la realidad del país¹¹⁶. Una vez que la guerra se saldó con la pérdida de las colonias, los ataques y burlas al estamento político y militar fueron recalitrantes. También el descenso de las ventas de los periódicos fue considerable, lo que ocasionó que muchos de ellos cerraran ante las presiones económicas e incluso las políticas y militares. Algunos de los periódicos desaparecidos a consecuencia de lo anteriormente comentado fueron *El Correo*, *Los Debates* y *El Tiempo*.

3.6. El diario *La Rioja* y su contexto histórico

Se ha constatado el cambio desde el modelo de periódico decimonónico de tendencia política al de empresa más vinculado al siglo XX y que tuvo como objetivo el sustento económico independiente del sistema político de turno a través de la venta de ejemplares y de espacios publicitarios¹¹⁷. Este proceso de cambio y ajuste de la línea de la prensa se enmarcó por un lado dentro de los avances tecnológicos propios del sector gráfico, y por otra, dentro de la corriente política de progresismo y modernización que proporcionó un potencial mercado alfabetizado al periódico de empresa. La profesionalización del sector de la prensa estuvo intrínsecamente ligada a la industrialización del país, así como a las fuerzas centrípetas internacionales que

¹¹⁵ Un buen análisis de la trayectoria de la legislación desde 1810, impulsada por la reforma liberal en Cádiz, lo podemos encontrar en el contenido en el artículo de Almuiña Fernández, Celso, “Opinión pública y revolución liberal” en *Cuadernos de historia contemporánea*, Madrid, Universidad Complutense, vol. 24, 2002, pp. 81-103.

¹¹⁶ Para más información véase a Leguineche, Manuel, (*W.R. Hearst*). *Cuba 1898: la primera guerra que se inventó la prensa*, Madrid, Ediciones de El País Aguilar, 1998, capítulo XV: Evangelina, ya que narra como funcionó el aparato propagandístico de la prensa de la época en Estados Unidos. En este libro no solo se narra el tratamiento por parte de la prensa española de este conflicto, sino también por parte de la prensa de Estados Unidos lo que resulta interesante desde el punto de vista de los elementos que confluyeron en la creación de una opinión pública a favor y en contra de la guerra. También se recomienda la lectura de Carrasco García, Antonio, *En guerra con Estados Unidos*, Madrid, Almena, 1998.

¹¹⁷ Para una visión general véase a Mainar, Rafael, *El arte del periodista...*

afectaron de forma directa o indirectamente a España. Podemos tomar como ejemplos los avances sanitarios que hacen decrecer la tasa de mortalidad, los conflictos bélicos (ya sea la guerra con Estados Unidos de 1898 o la Primera Guerra Mundial (1914-1918) entre otras) que implicaron movimientos de la población, o las plagas agrícolas como la filoxera, que destruyó los viñedos europeos y supuso el auge en La Rioja y otras provincias de la industria vinícola en la segunda mitad del siglo XIX¹¹⁸.

Por todo ello es necesario contextualizar el surgimiento del diario *La Rioja* dentro de la historia de La Rioja y su capital Logroño con el fin de establecer los nexos existentes entre los grabados tipográficos impresos durante su primer año de vida en 1889 y 10 años más tarde, en 1900, con el entorno histórico del cual formaron parte como testimonio gráfico.

3.7. Medio geográfico y población

A modo de introducción, debemos mencionar que hacia 1900, la población de España ascendió a 18.000.000 de habitantes concentrados principalmente en las grandes ciudades costeras del norte de la península como Bilbao, Rentería, Santander, Gijón, La Coruña y Vigo. En el sur las principales ciudades fueron Murcia, Sevilla y Cádiz además de Barcelona y la capital, Madrid. A estos datos debemos agregar que la esperanza de vida era de apenas 35 años y la tasa de mortalidad infantil era del 20%.

La zona norte concentró a gran parte de la población debido a la dinamización de su economía enfocada principalmente a la minería y la explotación de recursos naturales a lo largo del XIX¹¹⁹. Hasta 1930 la industria siderúrgica lideró la actividad económica en el País Vasco, mientras que el resto del litoral cantábrico diversificó su actividad entre la minería, la pesca y la ganadería. La existencia de estas industrias propició el desarrollo de empresas auxiliares dedicadas a la alimentación, como las fábricas de conservas, cerámicas, tejidos, bicicletas, salazones, hidroeléctricas, etc., pero delimitado

¹¹⁸ Para más información véase a: Provedo González, Jesús, “La filoxera en la provincia de Logroño, destrucción del viñedo y su reconstrucción” en *Zubia*, Logroño, IER, nº 5, 1987, pp. 151-216; Bilbao Díez, Juan Carlos, “La Restauración: el reinado de Alfonso XIII (1902-1923)” en García Prado, Justiniano (Coord.), *Historia de la Rioja...*, p. 278; Pascual Bellido, Nuria, “Patrimonio geográfico y medioambiental” en *La Cultura de la vid y el vino en La Rioja*, Caballero López, José Antonio y Delgado Idarreta, José Miguel (Coord.), Logroño, Gobierno de La Rioja, Diario La Rioja, 2002, pp. 16 y 17.

¹¹⁹ Para más información véase a Arbaiza Villalonga, Mercedes, “Movimientos migratorios y economías familiares en el norte de España (1877-1910)” en *Revista de Demografía histórica*, Madrid, Asociación de Demografía Histórica, nº 12-113, Vol. 12, 1994, pp. 93-124.

a este estudio se señalan como más relevantes las industrias gráficas¹²⁰ –talleres de litografía, prensas, tipografía, etc.- y la industrial del papel.

En este contexto, La Rioja se ha estructurado de manera tradicional en tres zonas diferenciadas territorialmente por la geografía y la economía¹²¹. La primera correspondería a un conjunto formado por las sierras de la Demanda y Cebollera, cuya economía a inicios del siglo XX era de subsistencia a pesar de que en sus momentos de máximo esplendor económico hasta principios del siglo XIX, había tenido como eje la industria de la lana¹²². La segunda zona correspondería a la denominada Rioja Baja. Su economía se basó en la agricultura cerealera, introduciendo a finales del siglo XIX nuevos cultivos de huerta y frutales orientados a la industria conservera. Por último hablaríamos de la Rioja Alta, cuya economía se basó en la industria del vino, los servicios, comercio minorista y una actividad industrial de moderadas proporciones¹²³.

Con respecto a la mitad del siglo XIX, parece haber un vacío de fuentes documentales fiables que permitan estimar el número total de población en la provincia¹²⁴. Se conocen rasgos que sitúan un aumento de población durante el primer tercio del siglo XIX motivado por el cese de la Guerra de la Independencia, sufriendo un descenso a causa de las condiciones de salubridad, lo que provocó ciertas epidemias como el cólera en 1834 y durante la guerra carlista. A partir de la segunda mitad del

¹²⁰ Cabe mencionar que la tradición en artes gráficas se sigue manteniendo. Si bien a finales del siglo XIX, Tolosa era un centro con importantes imprentas, fundadas y continuadas a lo largo de los años por los miembros de una misma familia. Un ejemplo de esta importante actividad industrial que pervive en pleno siglo XXI, lo encontramos en imprentas con fama internacional en Estella y las gráficas de Heraclio Fournier en Vitoria. Para más información consultar el libro de Lidón Martínez, Concepción, *La litografía industrial en el norte de España de 1800 a 1850*, Madrid, TREA, 2005.

¹²¹ Granado Hijelmo, Ignacio, *La Rioja como sistema. La Rioja Natural*, Logroño, Gobierno de La Rioja, 1994, Vol. 1, pp. 227-240. Véase también a modo de consulta general a Arnaez, José y García Ruiz, José María, *Espacios naturales y espacios en La Rioja*, Logroño, IER, 2007.

¹²² García Sánchez, Juan A., *La Rioja y los riojanos en Chile*, Logroño, IER, 1995, p. 92. Lacalzada de Mateo, María José, *La lucha entre dos modelos de sociedad. Aproximación al comportamiento obrero riojano (1875-1975)*, Logroño, Gobierno de La Rioja, Consejería de Trabajo y Bienestar social, 1986, p. 13.

¹²³ Bermejo Martín, Francisco, “La vida político-social: siglos XIX y XX” en García Prado, Justiniano (Coord.), *Historia de la Rioja. Edad Moderna. Edad Contemporánea*, Logroño, Edita Caja Rioja, Vol. 3, p. 291. También es interesante la consulta de Alonso Castroviejo, Jesús Javier, “*Problemática agraria y solución burguesa. Logroño 1750-1833*”, Logroño, 1991, Gobierno de La Rioja, IER, pp. 65-161 para comprender el estado de la agricultura en la región.

¹²⁴ Delgado Idarreta, José Miguel, Gurria García, Pedro y Lázaro Ruíz, Mercedes, “Los estudios demográficos en La Rioja de los siglos XVI al XIX. El estado de la cuestión”, en Salas, Usens, José Antonio (Coord.), “*Congreso Internacional de la población. V Congreso de la ADEH. La población del valle del Ebro en el pasado*”, Logroño, Gobierno de La Rioja, IER, Vol. III, 1999, p. 88.

siglo XIX comienza a recuperarse la población motiva por el alza de nacimientos y pervivencia durante los primeros años de vida¹²⁵.

Al inicio del siglo XX la provincia registraba en su censo un total de 189.376 habitantes y Logroño 19.237¹²⁶. Una década más tarde, en 1910, el total de la población de La Rioja decreció sumando un total de 188.235 habitantes mientras que la capital aumentó su número hasta 23.926¹²⁷. El descenso poblacional en la provincia se explica por la migración hacia América en el último tercio del siglo XIX y principios del XX, que alcanzó su punto culmine entre 1910-1914¹²⁸. Tuvo como destinos Francia, desde la primera década del siglo XX, y otros centros industriales dentro del país como País Vasco, Madrid, Extremadura, Cádiz, Sevilla y Cataluña¹²⁹, ciudades que necesitaban mano de obra para su cada vez más creciente industria y comercio. Mientras que el aumento de la población en Logroño se explica por su desarrollo comercial e industrial¹³⁰, aunque este crecimiento venía produciéndose desde el siglo XVIII¹³¹. Sobra decir, que los adelantos sanitarios propiciaron un aumento de la poblacional a nivel nacional, aunque los desplazamientos demográficos y el despoblamiento de determinadas regiones, en el caso de La Rioja de ambas sierras, obedeció a causas más bien económicas.

En cuanto a la natalidad, aunque estuvo sobre la media del resto de España durante el primer cuarto de siglo XX, encontramos como contrapunto que la mortalidad infantil fue elevada. A inicios del siglo XX ascendía a un 187,6% en La Rioja mientras que en España era de 172,5%. En 1915 los avances científicos en materia de salud, vacunación y nutrición se habían consolidado, y la media de La Rioja ascendía a 158,6% en comparación con el 151,1% de la media nacional. Estos datos que apuntan a una mejora generalizada en materia sanitaria no son tan óptimos en la capital riojana, cuya tasa de mortalidad infantil ascendió a 176,6%¹³². En la prensa de la época es

¹²⁵ Delgado Idarreta, José Miguel, Gurría García, Pedro y Lázaro, Ruíz, Mercedes, “Los estudios demográficos en La Rioja de los siglos XVI al XIX. El estado de la cuestión...”, p. 89. Gurría, García, A. Pedro y Lázaro, Ruíz, Mercedes, “La mortalidad en la infancia en La Rioja a finales del siglo XIX...”, pp. 75-92.

¹²⁶ Bermejo Martín Francisco y Delgado Idarreta, José Miguel, *La Diputación Provincial de La Rioja...*, pp. 265-270.

¹²⁷ López Rodríguez, Pedro, *Sociedad riojana y crisis del caciquismo liberal: Logroño, 1903-1923*, Logroño, IER, 1991, p. 18.

¹²⁸ Gurría García, A., Pedro y Lázaro Ruiz, Mercedes, *Tener un tío en América...*, p. 45.

¹²⁹ *Ibidem*, p. 65.

¹³⁰ López Rodríguez, Pedro, *Sociedad riojana y crisis del caciquismo liberal...*, p. 17.

¹³¹ Alonso Castroviejo, Jesús Javier, *Problemática agraria y solución burguesa...* p. 54.

¹³² López Rodríguez, Pedro, *Sociedad riojana y crisis del caciquismo liberal...*, p. 4. Para más información sobre la primera mitad del siglo XIX sobre mortalidad infantil y evolución demográfica en

palpable el interés de la población por los productos médicos o nutricionales para bebés, niños y adultos. Un ejemplo lo encontramos en el anuncio de la harina lacteada Nestlé¹³³ o medicinas milagrosas como la anunciada en el mismo periódico llamada Emulsión Scott¹³⁴ o Píldoras Pink¹³⁵ entre otras.

Hay que añadir a todos estos datos, que el despegue de la industria no solo se produjo en Logroño, sino que también hubo una expansión económica dinamizadora hacia las cabeceras de comarca como Haro, sede de la Estación Enológica, Calahorra, Santo Domingo y Arnedo. Esto facilitó en gran medida la asistencia médica básica que jugó un importante papel en la disminución de las tasas de mortalidad infantil, maternal y en la atención y cuidados que requería la población de estas comarcas¹³⁶.

Como capital de provincia, Logroño atrajo a trabajadores que no encontraron recursos suficientes en sus respectivos lugares de origen para asegurar su subsistencia. Se trata de trabajadores agrícolas, pequeños propietarios de parcelas cuya explotación no permitía la subsistencia de una familia y que decidieron emigrar a la capital en busca de trabajo en la agricultura, el sector del vino y sus industrias auxiliares, la construcción, en fábricas de conservas, la tabacalera, entre otros. Pero no toda esta población que nutrió a la capital fue de origen riojano, a principios del siglo XX, un 42% del total de la población de Logroño proviene de los pueblos, de otras regiones y de las provincias limítrofes. En un gran porcentaje se trataría de militares y servicio doméstico, siendo un grupo de población muy joven entre los 16 a 30 años¹³⁷. A finales del siglo XIX Logroño se consolidó como el principal centro administrativo y de servicios de toda la provincia¹³⁸. Quien explica muy bien el movimiento migratorio durante el primer tercio del siglo XX es Juan Carlos Bilbao Díez, que recoge los datos obtenidos de Jordi Nadal¹³⁹ entre otros autores, y sus análisis de la situación de la población española y en de la riojana:

“Mientras el conjunto provincial pierde población debido sin duda a la emigración hacia Francia, en el período 1900-1910, la capital sufre un incremento considerable, más

Logroño véase a Alonso Castroviejo, Jesús Javier, *Problemática agraria y solución burguesa...*, pp. 25-47.

¹³³ *La Rioja*, Logroño, 29 de enero, 1889 y *La Rioja*, Logroño, 4 de enero, 1900, p. 4. Ver anexo pp. 371 y 501.

¹³⁴ *La Rioja*, Logroño, 3 de enero, 1900, p. 2. Ver anexos pp. 398-419.

¹³⁵ *La Rioja*, Logroño, 13 de febrero, 1900, p. 3. Ver anexos pp. 422-445.

¹³⁶ López Rodríguez, Pedro, *Sociedad riojana y crisis del caciquismo liberal...*, p. 23.

¹³⁷ Cerrillo Rubio, Inmaculada, “Años de alienaciones: el urbanismo en Logroño entre 1875 y 1903” en Sesma Muñoz, José A. (Coord.), *Historia de la ciudad de Logroño*, Logroño, Ibercaja y Ayuntamiento de Logroño, 1994, Vol. 5, p. 26.

¹³⁸ López Rodríguez, Pedro, *Sociedad riojana y crisis del caciquismo liberal...*, p. 4.

¹³⁹ Nadal, Jordi, *La población española (siglos XVI a XX)*, Barcelona, Ariel, 1976, p. 220.

sostenido en la segunda década y muy apreciable en la tercera. La explicación de estos hechos no es tanto que la provincia de Logroño fuera un bastión latifundista [...] sino a la crisis agraria motivada por la destrucción de los viñedos a cargo de la filoxera. La posterior recuperación de la vitivinicultura y la coyuntura favorable de la guerra europea contribuyeron a fijar la población [...] en la segunda década del siglo... En líneas generales, se confirman en este período el carácter emigratorio de la zona camerana hacia los municipios del valle del Ebro o hacia el extranjero”¹⁴⁰.

3.8. La Rioja y el contexto político

En el ámbito nacional los principales partidos fueron el conservador y el liberal mientras que en el ámbito regional a finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX lo fueron el partido liberal y el republicano. La vida política de la provincia estuvo marcada por la hegemonía del partido liberal con Sagasta como su dirigente a nivel nacional y local a partir de la segunda mitad del siglo XIX¹⁴¹, si bien el ejército continuó teniendo visibilidad y poder político como comprobamos en el levantamiento de Santo Domingo de la Calzada de 1883 protagonizado por el Regimiento de Lanceros de Numancia nº 11 del Arma de Caballería que llegó a la ciudad en 1876, tras finalizar la tercera guerra carlista¹⁴².

Pero este suceso no resulta aislado, ya que la prensa militar jugó un papel muy importante en el desarrollo informativo del momento a través de sus órganos de difusión¹⁴³. Es un hecho que intervinieron de forma directa en el acontecer político del

¹⁴⁰ Bilbao Díez, Juan Carlos, “La Restauración: el reinado de Alfonso XIII (1902-1923)” en García Prado, Justiniano (Coord.), *Historia de la Rioja...*, p. 278.

¹⁴¹ Sobre Sagasta en la vida política consultar a Ollero, José Luis, “Sagasta y el progresismo frente a los obstáculos tradicionales”, en *Berceo*, Logroño, IER, nº 139, 2000, pp. 31-48 y *Sagasta, de conspirador a gobernante*, Madrid, Marcial Pons, 2006. También existe una amplia bibliografía para profundizar sobre la vida y obra de este político, véase por ejemplo a Capellán de Miguel, Gonzalo; Delgado Idarreta, José Miguel y Ollero, José Luis (Coord.), *Los discursos parlamentarios. Manuel de Orovio y Práxedes Mateo Sagasta*, Logroño, Parlamento de La Rioja y Ateneo Riojano, 2000. Milán García, José Ramón, *Sagasta o el arte de hacer política*, Madrid, Biblioteca Nueva, 2001; Delgado Idarreta, José Miguel y Ollero Vallés, José Luis, *El liberalismo europeo en la época de Sagasta*, Madrid, Biblioteca Nueva, 2009 y Fandiño Pérez, Roberto; Ollero Valdéz, José Luis; Ramírez Benito, Penélope; Sáez Miguel, Pablo; Salas Franco, María Pilar y Viguera Ruiz, Rebeca, *Diccionario biográfico de los parlamentarios de La Rioja (1833-2008)*, Ollero Valdés, José Luis (Coord.), Logroño, Gobierno de La Rioja, IER, 2010, pp. 201-205.

¹⁴² Metola García, Agustín, “Apuntes sobre la sargentada de 1883 en Santo Domingo de la Calzada”, en *Berceo*, Logroño, IER, nº 157, 2009, pp. 145-162. También véase para entender el origen de los desplazamientos militares y las repercusiones económicas de la guerra carlista en la provincia a Ollero de la Torre, José Luis, “El alzamiento carlista de 1883 en La Rioja. Primeras repercusiones socioeconómicas de la guerra civil” en *Segundo Coloquio de la Historia de La Rioja*, Vol. 2, 1986, Universidad de La Rioja, pp. 271-281.

¹⁴³ Véase a Pascual Marín, Pedro, “La prensa militar y el 98” en *XIII Coloquio de Historia Canaria-Americana; VIII Congreso Internacional de Historia de América*, Morales Padrón Francisco (Coord.), Las Palmas de Gran Canaria, Cabildo de Gran Canaria, 2000, pp. 252-275.

momento, ya que representaban por una parte el brazo armado del poder del Estado, sin el cual no se podía gobernar y porque durante la guerra con Estados Unidos de América fueron el blanco de las críticas de la prensa socialista, liberal, anarquista y sobre todo de la prensa nacionalista catalana. Entre los periódicos que dieron voz a esta fuerza política destacan *La Correspondencia Militar*, *El Correo Militar* y *El ejército español*. El punto culminante en el siglo XIX del intervencionismo en la política nacional lo vemos reflejado en la promulgación de la Ley de Jurisdicciones que se reseña en el apartado del contexto legal de la prensa y que viene a poner punto final a las continuas reyertas de opinión entre la prensa civil y la prensa militar:

“Si bien es cierto que desde 1886, con el fracaso del levantamiento republicano del general Villacampa, no volvieron a producirse pronunciamientos, no lo es menos que la presión de los militares sobre la opinión civil fue constante, provocando numerosos conflictos con la prensa (1895) que ni siquiera el fracaso militar de 1898 no frenó; por el contrario, la tensión entre las esferas civil y militar fue creciente, una vez que la eclosión del nacionalismo catalán puso en entredicho la función del ejército como garante de la unidad nacional. El resultado de estas tensiones entre ambas esferas habría de ser la Ley de Jurisdicciones de 1906”¹⁴⁴.

El dominio político de Sagasta se hizo patente en 1883 con la elección de Tirso Rodríguez, un joven inexperto en el campo político y miembro de su familia tal y como señala María José Lacalzada, quien consiguió su acta de diputado sin llegar a negociar con el partido republicano y movilizándolo solo al 30% del electorado de un total de 505 votantes¹⁴⁵. La influencia política de Sagasta y sus allegados fue tan tenaz que en contadas ocasiones el partido liberal perdió sus escaños a diputado¹⁴⁶. Una de estas excepciones se produjo en 1903, cuando los conservadores les arrebataron dos escaños y uno los republicanos, o 1907, cuando fue electo un miembro del partido conservador como diputado¹⁴⁷. Pero sin lugar a dudas podemos hablar de un continuismo político en las últimas décadas del XIX que no tiene igual reflejo en los comicios municipales de Logroño, donde el partido republicano es el mayor oponente

¹⁴⁴ Paredes, Javier (Coord.), *Historia contemporánea de España*, Barcelona, Ariel, 2004, p. 394.

¹⁴⁵ Lacalzada de Mateo, María José, “El voto liberal en Logroño (1833-1836): testigo de un microclima político”, en *Segundo Coloquio de la Historia de La Rioja*, Logroño, Universidad de La Rioja, Vol. 2, 1986, pp. 365 y 367; Fandiño Germán, Roberto y otros, *Diccionario Biográfico...*, pp. 241-243.

¹⁴⁶ Para una completa información de los diputados provinciales electos en La Rioja, véase a Bermejo Martín, Francisco y Delgado Idarreta, José Miguel, *La administración provincial española...*, pp. 394-446; Delgado Idarreta, José Miguel, “La Rioja” en Varela Ortega, José (Coord.), *El poder de la influencia: geografía del caciquismo en España: (1875-1923)*, Madrid, Marcial Pons, 2001, pp. 497-514 y Ollero Vallés, José Luis, *Sagasta de conspirador a gobernante*, Madrid, Marcial Pons, 2006.

¹⁴⁷ Bermejo Martín, Francisco, “La vida político-social: siglos XIX y XX” en García Prado, Justiniano (Coord.), *Historia de la Rioja...*, p. 281.

del partido liberal hasta su escisión a finales de 1910. Fue entonces cuando tuvieron la oportunidad el resto de partidos de formar parte del Ayuntamiento de Logroño y para ello se crearon alianzas entre los liberales con los clericales y los demócratas con los conservadores¹⁴⁸.

El partido liberal aunque no contaba con una mayoría de votantes, estaba muy presente en la ciudad y unía sus fuerzas políticas al partido republicano, ya que eran patentes los beneficios económicos obtenidos por la ciudad y la provincia. No obstante, las discrepancias ideológicas existentes, quedaron patentes por ejemplo en los conflictos acontecidos en el ayuntamiento de Logroño en 1886¹⁴⁹. Al fallecer Sagasta en 1903 dejó a su partido en una situación difícil debido a las escisiones internas que se abrieron y que cristalizaron en dos corrientes: los liberales y los demócratas representados por Segismundo Moret y Montero Ríos¹⁵⁰. Tras la figura de su sobrino y heredero político Amós Salvador Rodríguez, el partido liberal vuelve a tener un líder fuerte¹⁵¹. Tanto Sagasta como Amós Salvador jugaron un importante papel en el desarrollo de la región dada su vinculación personal con la provincia, destinando fondos para infraestructuras e industria, lo que revertía en la consiguiente compra-venta de votos para el partido liberal.

Por otra parte, el partido republicano representó los ideales de la nueva burguesía que dinamizó la economía y que venía cobrando fuerza desde el último cuarto del siglo XIX¹⁵². Sus miembros fueron empresarios como Prudencio Trevijano -del sector conservero-, nombrado diputado provincial por el distrito de Logroño, Saturnino Ulargui Ochoa y su hijo Mauricio¹⁵³ –fundador y continuador de la Banca Ulargui- o Félix Azpilicueta –representando el sector vinícola-, entre otros tantos¹⁵⁴. Pero este sector burgués y de tendencia republicana que logró representación política, fue el mismo que se opuso a las demandas sociales de sus obreros y jornaleros:

¹⁴⁸ López Rodríguez, Pedro, *Sociedad riojana y crisis del caciquismo liberal...*, p. 109.

¹⁴⁹ Lacalzada de Mateo, María José, “El voto liberal en Logroño (1833-1836): testigo de un microclima político” en *Segundo Coloquio de la Historia de La Rioja...*, p. 368.

¹⁵⁰ López Rodríguez, Pedro; Navajas Zubeldía, Carlos y Bermejo Martín, Francisco, “Logroño: sus relaciones con los poderes centrales” en Sesma Muñoz, José A., (Coord.), *Historia de la ciudad de Logroño...*, p. 268.

¹⁵¹ Fandiño Germán, Roberto y otros, *Diccionario Biográfico...*, pp. 262-265.

¹⁵² Para más información véase a Sáez, Miguel, Pablo, “El Republicanismo en La Rioja” en *Comunicaciones del I Congreso del republicanismo en España. Política, sociedad y cultura*, Oviedo, Universidad de Oviedo, 2004, CD-ROM, ISBN: 84-688-8897-4.

¹⁵³ Mauricio Ulargui y Jiménez comenzó su carrera política como senador en la legislatura 1910-1911, en Fandiño Germán, Roberto y otros, *Diccionario Biográfico...*, p. 296.

¹⁵⁴ Jorge Torres, Abilio; Bermejo Martín, Francisco; García Arriaga, María Luisa y Sánchez Salas, Bernardo, “Sociedad, cultura y ocio” en Sesma Muñoz, José A., (Coord.), *Historia de la ciudad de Logroño...*, pp. 98-99.

“Mediante el asociacionismo de todo tipo, la sociedad logroñesa, y la de toda España en general, se dinamizó considerablemente al comenzar el nuevo siglo. Si en las décadas finales del XIX el escaso movimiento social logroñés tiene como protagonistas fundamentales a los herederos del espíritu del 73, en las primeras décadas del siglo XX, éstos empezaron a sentirse acosados por sus empleados y/o por sus obreros. Pero además también serán presionados los grupos ideológicos dominantes con anterioridad, especialmente la Iglesia, así como los propietarios del campo, o más en concreto, los más destacados hacendados”¹⁵⁵.

El partido Republicano entre 1903 y 1907 gana el Ayuntamiento de Logroño aunque entre sus filas ya se dejan ver miembros que se inclinan hacia el partido socialista, que en ese momento tenía una escasa representación política, con 19 miembros que se elevaron a 31 en 1918¹⁵⁶. El partido socialista comenzó a conformarse tímidamente hacia finales de 1878, tras la visita del tipógrafo José Toribio Reoyo desde Madrid, quien tomó contacto con José Escribano para conformar el núcleo socialista en La Rioja¹⁵⁷.

Aunque no sin discrepancias, a la cabeza del movimiento obrero en la capital provincial¹⁵⁸ se encontraba el grupo de los tipógrafos socialistas¹⁵⁹ que, como mencionamos, tuvieron en todo el país una organización social y sindical estructurada en comparación con el resto de oficios¹⁶⁰. El activismo de sus afiliados fue tal, que a finales del siglo XIX el principal líder del sindicato Tomás Escribano Rodríguez asoció a más del 60% de los trabajadores de las artes gráficas de la provincia y fue a partir del surgimiento de esta asociación cuando se instituyeron otras como las de los albañiles, zapateros, carpinteros, herreros, etc. Estas asociaciones sindicales fueron las que impulsaron las protestas reivindicando mejoras en las condiciones laborales y que finalmente desencadenaron una serie de huelgas tanto del sector obrero como agrario¹⁶¹.

A finales del siglo XIX y principios del siglo XX en Logroño y el resto de cabeceras de comarca, principalmente Haro, se sucedieron huelgas que intentaron

¹⁵⁵ *Ibidem*, p. 283.

¹⁵⁶ Bermejo Martín, Francisco, “La vida político-social: siglos XIX y XX” en García Prado, Justiniano (Coord.), *Historia de la Rioja...*, p. 281.

¹⁵⁷ Lacalzada de Mateo, María José, “El núcleo socialista de Logroño (1878-1910). El palpitar de una inquietud” en *Berceo*, Logroño, IER, nº 112, 1987, p. 164. También se recomienda la consulta para profundizar sobre el origen de este partido de Tezanos, José Félix, *PSOE 125. 125 años del Partido Socialista Obrero Español*, Madrid, Fundación Pablo Iglesias, 2004.

¹⁵⁸ Lacalzada de Mateo, María José, *La lucha entre dos modelos de sociedad...*, pp. 33-34.

¹⁵⁹ Gil Andrés, Carlos, *Echarse a la calle. Amotinados, huelguistas y revolucionarios (La Rioja, 1890-1936)*, Zaragoza, Prensas universitarias, 2000, p. 58.

¹⁶⁰ Fuentes, Juan F. y Fernández Sebastián, Javier, *Historia del periodismo español...*, p. 147.

¹⁶¹ Bermejo Martín Francisco, “Los sectores económicos en el último cuarto del siglo XIX” en Sesma Muñoz, José A., (Coord.), *Historia de la ciudad de Logroño...*, p. 45.

aliviar la precaria contratación del sector agrícola e industrial, basado en una mano de obra femenina e infantil de bajo coste¹⁶². Tras más de una década de actividad política, comenzaron las huelgas generalizadas en busca de mejoras laborales a pesar de que ya habían antecedentes: en 1896 la asociación de labradores suspendió las obras en las que trabajan unos 200 jornaleros¹⁶³. A partir del siglo XX las huelgas fueron más frecuentes: 1903 en Haro decretaron la huelga los vendimiadores y los toneleros; en 1903 y 1905 los alpargateros en Cervera; en 1906 y 1907 los vendimiadores en Navarrete; 1905 los albañiles en Logroño; 1907 y 1908 las mujeres y los hojalateros de la fábrica de conserva de los Trevijano; 1908 los toneleros del taller de Murua, 1913 los vendimiadores de Cenicero, etc. Carlos Amusco, Presidente de la Cámara Patronal y miembro del partido republicano decretó en 1908 en Logroño el cierre de los centros de carpinteros, pintores, metalurgia, toneleros, cantería, conservas e incluso el de su propia fábrica de abonos¹⁶⁴.

No debemos dejar de lado el hecho de que el fenómeno huelguista en Logroño y La Rioja tiene su correlato en la historia nacional aunque con menor rastro de violencia que en Barcelona con la semana trágica en 1909, Asturias o País Vasco, entre otros centros fabriles¹⁶⁵. El asociacionismo laboral en La Rioja confluyó en la creación de La Unión Obrera en 1893 y su órgano de difusión periódica *El Obrero*¹⁶⁶ y la Federación de Sindicatos Agrícolas Católicos¹⁶⁷, que en 1909 que agrupó a los sindicatos de Alberite, Anguciana, Fuenmayor, Santo Domingo, Quel, Badarán, Torrecilla, Grávalos, Bañares, Herramélluri, Briones y Leiva¹⁶⁸.

El partido representante de los católicos liberales había hecho acto de presencia en las elecciones de 1903 y tuvieron como cabeza visible de su partido a Luis Díez del Corral y Roque Cillero Plágaro. Esta corriente estuvo representada por los carlistas,

¹⁶² Gil Andrés, Carlos, *Echarse a la calle...*, pp. 92-109.

¹⁶³ Lacalzada de Mateo, María José, "El núcleo socialista de Logroño (1878-1910)...", p. 166.

¹⁶⁴ López Rodríguez, Pedro; Navajas Zubeldía, Carlos; Bermejo Martín, Francisco y García Arriaga, María Luisa, "El ayuntamiento: políticos y medios económicos" en Sesma Muñoz, José A., (Coord.), *Historia de la ciudad de Logroño...*, pp. 287-289.

¹⁶⁵ Lacalzada de Mateo, María José, *La lucha entre dos modelos de sociedad...*, p. 43. Véase también a Gabriel Sirvent, Pere, "La setmana trágica: una revolta política?" en *L'Avent: revista de història et cultura*, Barcelona, nº 348, 2009, pp. 32-41, muy ligado al contexto político y a Fernández-Cordero Azorín, Concepción, "Aproximaciones a la "Semana Trágica" de Barcelona y su relación con el movimiento obrero" en *Estudios sobre historia de España: homenaje a Manuel Tuñón de Lara*, Castillo, Alonso, Santiago (Coord.), Madrid, Universidad Internacional Menéndez Pelayo, Vol. 3, 1981, pp. 157-188.

¹⁶⁶ Lacalzada de Mateo, María José, "El núcleo socialista de Logroño (1878-1910)...", pp. 167 y 170.

¹⁶⁷ Más información véase a Ruiz Escudero, Alfonso, "Religión, patria, tierra y hogar. Esplendor y caída del catolicismo social agrario en La Rioja", en *Berceo*, Logroño, IER, nº 138, 2000, pp. 229-261.

¹⁶⁸ Bermejo Martín, Francisco, "La vida político-social: siglos XIX y XX" en García Prado, Justiniano (Coord.), *Historia de la Rioja...*, p. 282.

asentados en Santo Domingo y cuya influencia se extendió por la zona de La Rioja Alta, siendo en estos partidos judiciales, junto al partido republicano, un oponente del partido liberal¹⁶⁹. Por otra parte, los socialistas se presentaron por primera vez a las elecciones municipales de Logroño en 1905 y fueron un grupo minoritario en todas las elecciones a nivel provincial¹⁷⁰. A partir de 1908 la tensión política aumentó entre liberales y republicanos debido a las tensiones sociales que se manifiestan en las continuas huelgas, los incidentes políticos que llegaron a la violencia, la paralización de la actividad municipal en Logroño y la continua intervención del Gobernador Civil¹⁷¹.

La división entre el partido liberal y el resto de partidos políticos comenzó a disiparse a partir de las elecciones municipales de 1909, cuando en el bloque denominado Alianza Liberal presentó en el ayuntamiento de Logroño una candidatura conjunta entre los partidos: liberal, republicano y demócrata. A su vez, el bloque de derecha lo conformaron los partidos conservador y clerical¹⁷². En 1910 el partido republicano se dividió debido a diferencias surgidas por algunos componentes radicales y que quedaron de manifiesto con la visita de Alejandro Lerroux a principios de año. El partido se conformó el día 9 de enero y su dirigente fue el abogado Florencio Bello. Se registró como Círculo republicano liberal y tuvo como órgano de prensa a *El Progreso riojano* de 1910 y *El Radical riojano* de 1911¹⁷³.

En las elecciones de 1911 se constata un aumento de la representación de partidos, siendo conformado el ayuntamiento de Logroño por los partidos: liberal, demócrata, republicano, unionista, republicanos radicales, conservadores y católicos en alianza con los carlistas¹⁷⁴. Similar disposición de partidos se dará en las elecciones municipales tras la elección a diputados en 1912 y en la cual Miguel Salvador Rodríguez renunció al cargo de senador vitalicio¹⁷⁵:

¹⁶⁹ López Rodríguez, Pedro; Navajas Zubeldía, Carlos y Bermejo Martín, Francisco, “Logroño: sus relaciones con los poderes centrales” en Sesma Muñoz, José A., (Coord.), *Historia de la ciudad de Logroño...*, p. 270.

¹⁷⁰ López Rodríguez, Pedro, *Sociedad riojana y crisis del caciquismo liberal...*, p. 104.

¹⁷¹ López Rodríguez, Pedro; Navajas Zubeldía, Carlos; Bermejo Martín, Francisco y García Arriaga, María Luisa, “El ayuntamiento: políticos y medios económicos” en Sesma Muñoz, José A., (Coord.), *Historia de la ciudad de Logroño...*, p. 230.

¹⁷² *Ibidem*, p. 231.

¹⁷³ López Rodríguez, Pedro, *Sociedad riojana y crisis del caciquismo liberal...*, p. 108. Para una visión pormenorizada de los periódicos editados y sus correspondientes tipologías véase a Delgado Idarreta, José Miguel, “La prensa riojana de principios de siglo XX” en Delgado Idarreta, José Miguel y Martínez Latre, María Pilar, *Jornadas sobre prensa y sociedad*, Logroño, IER, 1995, pp. 45-64.

¹⁷⁴ López Rodríguez, Pedro; Navajas Zubeldía, Carlos; Bermejo Martín, Francisco y García Arriaga, María Luisa, “El ayuntamiento: políticos y medios económicos” en Sesma Muñoz, José A., (Coord.), *Historia de la ciudad de Logroño...*, p. 233.

¹⁷⁵ Fandiño Germán, Roberto y otros, *Diccionario Biográfico...*, pp. 269-270.

“Se ha producido un cambio tanto en el cuerpo electoral, como en el sufragio, que va haciendo cada vez más patente, las elecciones municipales no son ya aquella movilización de hombres de partido para conseguir votos de sus deudores, sino un cúmulo de coaliciones, intereses personales, conflictos y marrullerías, la compra de votos y suplantación de votantes se ha convertido ya en moneda de cambio corriente”¹⁷⁶.

3.9. Logroño en su infraestructura y población

A finales del siglo XIX, con la llegada del ferrocarril a Logroño cuya estación estuvo ubicada en la actual Gran Vía, la división de la ciudad en dos áreas quedó aún más patente ya que agrupó a los dos segmentos mayoritarios de pobladores de la ciudad¹⁷⁷. Esta división no fue a raíz de la llegada del tren a Logroño, sino que estuvo motivada por la natural expansión de la ciudad, que obedeció a un aumento de la población afincada en la ciudad y a la construcción de nuevas viviendas, acordes con las capas económicas más pudientes, representadas por la nueva burguesía¹⁷⁸.

La primera zona a la que nos referiremos se localizó en el casco antiguo y presentó graves carencias sanitarias y en infraestructuras. La población concentrada en esta parte de la ciudad fue un grupo de emigración económica que vivió en condiciones de hacinamiento, ya que si bien la creciente actividad industrial podía absorber a este nuevo grupo de pobladores, no podemos decir lo mismo de la infraestructura urbana y en especial de las viviendas¹⁷⁹. En su gran mayoría, provenían de ambas sierras o de los pueblos de la provincia afectados por la crisis agrícola y ganadera. Su cualificación estaba orientada a las labores agrícolas pero terminaron incorporándose a la industria logroñesa del metal, la construcción, la vinícola y en los talleres auxiliares a estos

¹⁷⁶ López Rodríguez, Pedro; Navajas Zubeldía, Carlos; Bermejo Martín, Francisco y García Arriaga, María Luisa, “El ayuntamiento: políticos y medios económicos” en Sesma Muñoz, José A., (Coord.), *Historia de la ciudad de Logroño...*, p. 234.

¹⁷⁷ Para más información sobre el ferrocarril en La Rioja véase: Delgado Idarreta, José Miguel (Coord.), *Ferrocarril en La Rioja*, Logroño, IER, 2002. Este libro reúne una serie de ensayos que nos dan buena cuenta de los aspectos políticos, técnicos de la construcción del ferrocarril así como de los profesionales que participaron en los proyectos y Delgado Idarreta, José Miguel, “150 años del ferrocarril en La Rioja” en *Belezos*, nº 21, Logroño, IER, 2013, pp. 4-11.

¹⁷⁸ Cerrillo Rubio, Inmaculada, “Años de alienaciones...”, p. 101.

¹⁷⁹ Delgado Idarreta, José Miguel, Gurriá García, Pedro y Lázaro Ruíz, Mercedes, “Los estudios demográficos en La Rioja de los siglos XVI al XIX. El estado de la cuestión” en *Congreso internacional de la población...*, p.90.

rubros. Se asentaron en las calles de Barriocepo, Ruavieja y alrededores, así como en el barrio del Coso¹⁸⁰.

La segunda área de expansión de la ciudad correspondió a la sociedad burguesa, que construyó sus viviendas en la zona ubicada en los alrededores de la estación del ferrocarril, El Espolón y actual calle Vara de Rey acorde a sus gustos y necesidades¹⁸¹. Fueron espacios más amplios y con todas las garantías sanitarias que las ordenanzas municipales establecieron para el saneamiento de las viviendas de nueva construcción¹⁸². Estaban rodeadas de cafés, teatros y restaurantes que reflejaron las necesidades de este grupo social emergente y que compartió espacio con las nuevas fábricas que venían a instalarse junto al tendido ferroviario¹⁸³. En el caso de la familia Martínez Zaporta, propietarios del periódico *La Rioja* unieron su vida laboral y familiar en un edificio construido como la nueva sede del periódico y que se ubicó en la antigua Plaza de la Imprenta, actual Plaza Martínez-Zaporta¹⁸⁴. El edificio de cuatro plantas fue planificado con un café en la planta baja, la imprenta, las oficinas administrativas y la vivienda familiar en las plantas superiores. El edificio anexo fue llamado Teatro Moderno y tenía conexión a través de una puerta con la vivienda familiar. Ambos edificios se terminaron de construir en 1915¹⁸⁵.

La alta tasa de mortandad infantil en la ciudad y su aumento en comparación con la provincia, tienen su explicación en la densidad poblacional del casco antiguo, el limitado sistema sanitario y una red de alcantarillados y agua potable insuficiente, que se planteó construir en 1885 tras un virulento brote de cólera. A este respecto, encontramos las tarifas del Servicio de distribución de aguas potables, lo que nos puede

¹⁸⁰ López Rodríguez, Pedro, *Sociedad riojana y crisis del caciquismo liberal...*, p. 29. Véase también Cerrillo Rubio, Inmaculada, “Años de alienaciones...”, pp. 129-130 y Cerrillo Rubio, Inmaculada, *La formación de la ciudad contemporánea: Logroño entre 1836 y 1936: desarrollo urbanístico y tipologías arquitectónicas*, Logroño, Ayuntamiento de Logroño, 1993, pp. 36-39 y 125.

¹⁸¹ Cerrillo Rubio, Inmaculada, “Años de alienaciones...”, p. 24 y *La formación de la ciudad contemporánea...*, p. 125.

¹⁸² Bermejo Martín, Francisco, “Don Amós (padre e hijo)” en Sesma Muñoz, José A., (Coord.), *Historia de la ciudad de Logroño...*, p. 129.

¹⁸³ El libro de Fernández Díez, Andoni, *Los espacios de sociabilidad en Logroño a comienzos del siglo XX: una aproximación a la historia del ocio* publicado por el IER en 2004 recoge la transformación que vivió la ciudad a inicios del siglo XX y como la burguesía generó nuevos espacios de diversión y ocio. Analiza igualmente los ámbitos de ocio de las clases trabajadoras y como la estructura urbana dividió a esta sociedad en dos áreas delimitadas por El Espolón. Debemos recordar que en 1914 la familia Martínez Zaporta construye en la actual Plaza de la Imprenta, el Teatro Moderno, anexo a las nuevas dependencias del diario *La Rioja*.

¹⁸⁴ Expediente de construcción de una casa y un teatro. AML, Ayuntamiento de Logroño. Expediente de obras mayores, 1912-1916, archivo nº 7, ABAMAL 112/7.

¹⁸⁵ Martínez Zaporta, Belén, “El sueño se consolida” en *120 años de historia...*, p. 89.

dar una idea del coste que significó este adelanto sanitario para los habitantes¹⁸⁶. A finales del siglo XIX se efectuaron derribos de edificios, se presentaron planes para el ensanche de las calles y su saneamiento y se construyeron centros escolares e infantiles, pero las consecuencias positivas de estas medidas se harán notar a partir de la segunda década del siglo XX¹⁸⁷.

En este sentido existen tres planes urbanísticos parciales registrados hasta 1914 y que obedecen a estas necesidades sanitarias y de ordenación urbana en Logroño. El primero se presentó en 1869 y fue firmado por el arquitecto Maximiano Hijón con el título de Plano de alineaciones de la Zona Oriental de Logroño¹⁸⁸; el segundo está fechado en 1893 y fue denominado Plan de Ensanche de la Zona Oriental, su autor fue el arquitecto municipal Luis Barrón¹⁸⁹. Por último, el tercer plan se presentó en 1908, y fue firmado por el ingeniero Juan Casado y titulado Ensanche de la Zona del Mediodía¹⁹⁰. Como comenta Pedro López Rodríguez, quien ha estudiado el contenido de los planes de ordenación urbana, todos ellos no fueron cabalmente llevados a su fin, sobre todo en lo relacionado a las obras públicas, siendo predominante la actividad privada:

“La actividad constructora privada será notable por estos años, el archivo municipal logroñés está repleto de expedientes de obras particulares, fenómeno que se ralentizará durante los años de la I Guerra Mundial. La actividad constructora se extiende en estos años por toda la zona sur de la ciudad. Edificio Doméstico, cuya primera piedra se pone en 1914, o la nueva Plaza de Toros, inaugurada en 1915, construida a consecuencia del incendio que destruyó el antiguo Coso”¹⁹¹.

En el último cuarto de siglo XIX la ciudad observó cómo la consecución de fondos de infraestructuras fue aparejada a la influencia de Sagasta y del partido liberal. Una de las primeras medidas de modernización de las ciudades fue el derribo de las murallas medievales que encajonaban las ciudades impidiendo su expansión y la ejecución de los planes de ensanche, cuyo objetivo eran el replanteamiento del urbanismo y su adaptación al crecimiento industrial de las principales capitales¹⁹². En el

¹⁸⁶ Salas Franco, María Pilar, *Guía de Logroño. Historia. Arte. Comercio. 1897*, Logroño, IER, 2002, pp. 43 y 44.

¹⁸⁷ Cerrillo Rubio, Inmaculada, “Años de alienaciones...”, pp. 22-24 y Cerrillo Rubio, Inmaculada, *La formación de la ciudad contemporánea...*, pp. 28-39 y 142.

¹⁸⁸ AML, Ayuntamiento de Logroño, Expediente 493/1.

¹⁸⁹ AML, Ayuntamiento de Logroño, Expediente AML 259.

¹⁹⁰ AML, Expediente AML 493/12.

¹⁹¹ López Rodríguez, Pedro, *Sociedad riojana y crisis del caciquismo liberal...*, p. 38.

¹⁹² Cerrillo Rubio, Inmaculada y Cerrillo Rubio, María Lourdes, “Arquitectura, escultura y pintura de los siglos XIX y XX en La Rioja” en García Prado, Justiniano (Coord.), *Historia de la Rioja...*, p. 341 y Cerrillo Rubio, Inmaculada, *La formación de la ciudad contemporánea...*, pp. 27-30-

caso de Logroño, tras el derribo de las murallas, la infraestructura de la ciudad se amplió con la construcción de una serie de edificios¹⁹³ e infraestructuras como la estación de trenes¹⁹⁴, los cuarteles de caballería e infantería entre 1881 y 1883, el puente de hierro en 1882 y el de piedra en 1884, el edificio de la beneficencia en 1887, el Instituto Sagasta en 1895, el Teatro Bretón en 1880, la Fábrica de Tabacos junto a otras mejoras como la contratación del alumbrado eléctrico inaugurado en 1892¹⁹⁵, etc. Todas estas obras reconfiguraron la fisonomía de la ciudad, cuya infraestructura continuó desarrollándose en el nuevo siglo con la construcción de la Escuela de Artes y Oficios en 1911 o el matadero municipal de 1910, el edificio conocido como “la casa del inglés”¹⁹⁶, el chalet de los Laboratorios Orive, etc.¹⁹⁷. Las nuevas edificaciones se hacían eco del modernismo en sus vertientes “nouveau” y ecléctico. Pero la construcción de viviendas, que en los años precedentes se había mostrado deficiente para acoger a las familias que emigraron a la ciudad, solo despegó a una mayor escala a partir de la década de 1920¹⁹⁸.

Toda esta actividad generada en la construcción y el urbanismo, tiene su correlato en la edificación de escuelas públicas e institutos de enseñanza que incidió directamente en la mejoría de los niveles de alfabetización tanto en Logroño como en La Rioja. Hay que tener en cuenta que para 1900 en España el 63,8% de la población era analfabeta siendo este índice menor en La Rioja¹⁹⁹. Los datos porcentuales registrados en 1900 de población alfabetizada señalan un 47% de población que para 1910 se elevó a un 52,1%²⁰⁰. Fue la Sierra de los Cameros la zona con más alto índice

¹⁹³ López Rodríguez, Pedro, *Sociedad riojana y crisis del caciquismo liberal...*, p. 37.

¹⁹⁴ Para más información sobre la construcción del tendido ferroviario en La Rioja véase a Delgado Idarreta, José Miguel, “Los orígenes del ferrocarril riojano en el siglo XIX”, pp. 79-100 y Cerrillo Rubio, Inmaculada, “La ciudad de Logroño y el ferrocarril: arquitectura y urbanismo”, pp. 101-138, ambos artículos en Delgado Idarreta, José Miguel (Coord.), *Ferrocarril en La Rioja...*, 2002.

¹⁹⁵ Cerrillo Rubio, Inmaculada, “Años de alienaciones...”, p. 24. Para una información más completa véase a Nequeruela Suberviola, Eduardo, *Historia del alumbrado público en Logroño*, Logroño, IER, 2011, pp. 147-212; Cerrillo Rubio, Inmaculada, *La formación de la ciudad contemporánea...*, p. 38. Para el desarrollo de obras públicas bajo el gobierno de Sagasta véase a: Arrúe Ugarte, Begoña, Fernández Troyano, Leonardo y Martínez Ocio, María Jesús, *El puente de hierro de Logroño: Sagasta y las obras públicas en el siglo XIX*, Logroño, Fundación Práxedes Mateo Sagasta e IER, 2011.

¹⁹⁶ Cerrillo Rubio, Inmaculada y Gil-Díez, Ignacio, *La casa del inglés. Historia del palacio de la presidencia del Gobierno de La Rioja*, Logroño, IER, 2010, pp. 176-182.

¹⁹⁷ Cerrillo Rubio, Inmaculada y Cerrillo Rubio, María Lourdes, “Arquitectura, escultura y pintura de los siglos XIX y XX en La Rioja” en García Prado, Justiniano (Coord.), *Historia de la Rioja...*, p. 342.

¹⁹⁸ López Rodríguez, Pedro, *Sociedad riojana y crisis del caciquismo liberal...*, p. 37 y Cerrillo Rubio, Inmaculada, *La formación de la ciudad contemporánea...*, 55-58.

¹⁹⁹ Fuentes, Juan F. y Fernández Sebastián, Javier, *Historia del periodismo español*, Madrid, Síntesis, 1997, p. 168.

²⁰⁰ Bermejo Martín, Francisco y Delgado Idarreta, José Miguel, *La administración provincial española...*, p. 278.

de alfabetización en toda la provincia, con un 20% de población alfabetizada de promedio²⁰¹. Esto se explicaría porque en 1845 existieron alrededor de 40 escuelas que escolarizaron a 1.720 niños²⁰². La zona de Calahorra, Alfaro, Arnedo y el conjunto de La Rioja Baja registraron la tasa más alta de analfabetos de toda la provincia²⁰³, mientras que a finales del siglo XIX en Logroño hubo 12 escuelas municipales y 12 escuelas privadas, cifra similar a la totalidad de las escuelas de los pueblos en ambas sierras²⁰⁴. Esto influyó directamente en que las tasas alfabetización fuera elevada. Por otra parte, en El Cortijo y Varea se registra la tasa más baja de alfabetos en comparación a la capital²⁰⁵. Debemos hacer un inciso para comentar que muchas de las escuelas fueron construidas gracias a aportes y donaciones de los emigrantes, como es el caso de las Escuelas Trevijano, actual Oficina de Turismo del Gobierno de La Rioja, situándose la cifra de donaciones para promover la educación en seis según los datos recogidos por Miguel Zapater Cornejo²⁰⁶.

El sector de educación primaria es el más numeroso y paritario en número de niñas y niños²⁰⁷. La enseñanza secundaria y universitaria estuvo integrada prácticamente en su totalidad por varones del estrato burgués. En 1901 los varones alfabetizados representaban un 56,4% de la población o 52.396 individuos, mientras que el porcentaje entre las mujeres ascendían a un 37,9%, o un total de 36.583 en toda la provincia. A estos datos debemos añadir que se registraron entre 30.000 y 35.000 estudiantes repartidos en primaria, secundaria y educación superior: 15.197 de varones y 13.257 niñas en educación primaria; en secundaria la diferencia es significativa: estudian 1.085 varones y tan solo 98 mujeres. No contamos con cifras concretas sobre cuántos estudiantes cursaban estudios superiores pero podemos añadir que la ciudad contaba desde 1839 con un Colegio de Humanidades (Instituto Riojano) con sede en el desamortizado convento de las carmelitas y costeado con fondos municipales que a

²⁰¹ *Ibidem*, p. 278.

²⁰² Gurría García, Pedro y Lázaro Ruiz, Mercedes, *Tener un tío en América...*, p. 101.

²⁰³ *Ibidem*, p. 51.

²⁰⁴ Jorge Torres, Abilio y otros, "Sociedad, cultura y ocio" en Sesma Muñoz, José A., (Coord.), *Historia de la ciudad de Logroño...*, p. 101.

²⁰⁵ López Rodríguez, Pedro, *Sociedad riojana y crisis del caciquismo liberal...*, p. 97.

²⁰⁶ Zapater Cornejo, Miguel, "Escuelas de Indianos en La Rioja" en *Tebeto: anuario del Archivo Histórico Insular de Fuerteventura*, Fuerteventura, Cabildo de Fuerteventura, nº 5, Vol. 2, pp. 195-208 y del mismo autor véase "Notas sobre la historia escolar del Camero Viejo" en *Belezos: revista de cultura popular* y tradiciones de La Rioja, Logroño, IER, nº 7, 2007, pp. 42-47. También véase a Somalo, Somalo, Casimiro, "El viaje de los sueños: emigración riojana a América" en *Belezos: Revista de cultura popular y tradiciones de La Rioja*, Logroño, IER, nº 1, 2006, pp. 66-71.

²⁰⁷ Para más información véase a Capellán De Miguel, Gonzalo, *De Orovio a Cossío: vieja y nueva educación. La Rioja (1833-1933)*, Logroño, IER, 1999, pp. 95-104.

partir de 1897 se transformó en el Instituto Provincial de primera clase de segunda enseñanza, una Escuela Normal de Maestros y Maestras, la Estación enológica de Haro instituida en 1892²⁰⁸, la Escuela de Artes y oficios y la Escuela de Comercio²⁰⁹.

En cuanto a la formación superior de carácter técnico, solo un escaso grupo formaba parte de ella. El objetivo era crear un cuerpo de técnicos orientados a la producción del vino, capataces agrícolas, comerciales, etc. De estas necesidades concretas surge la fundación de la Estación Enológica en Haro en 1892, la Escuela de Artes y Oficios de Logroño en 1887²¹⁰, La Granja-Escuela en Varea y Fombera, etc.²¹¹.

Todas las mejoras educativas impulsadas en el último tercio del siglo XIX si bien repercutieron en el índice de alfabetización así como en un nicho estable para el consumo de la prensa o de la participación política, no tuvieron una influencia real en el grueso de habitantes de la capital que emigró buscando trabajo como jornaleros y obreros. Hay que recordar que este sector de la población, vivió en condiciones de hacinamiento en los edificios ubicados en el casco antiguo de Logroño y no disfrutó de la vida cultural que comenzaba a ofertarse en la ciudad. Su único momento de esparcimiento estuvo en los bares, bodegas y tabernas que iban en aumento y que se convirtieron paulatinamente en un foco de problemas debido a la embriaguez y las peleas²¹².

3.10. La emigración riojana

La emigración española del siglo XIX no fue un fenómeno individual, ya que se enmarca en el contexto europeo de mediados del siglo XIX, momento en el cual Europa

²⁰⁸ Para más información sobre la fundación de la Estación enológica de Haro, su historia y otros artículos relacionados con el mundo del vino puede consultarse varios artículos en VV/AA, *Estación Enológica de Haro, cien años de historia*, Pascual, Corral, Javier (Coord.), Logroño, Gobierno de La Rioja, Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo rural, 1992; Egidio, García, Antonio, *Estación enológica de Haro: un referente para la ciencia y la técnica del vino*, Logroño, Logroño: la Prensa del Rioja, 2005 y un artículo aunque antiguo pero igualmente interesante desde el punto de vista historiográfico de Soroa y Pineda, José María, “La estación de Haro: un veterano centro enológico” en *Agricultura: Revista agropecuaria*, Madrid, Editorial Agrícola Española, nº1979, 566, pp. 475-477.

²⁰⁹ Jorge Torres, Abilio y otros, “Sociedad, cultura y ocio” en Sesma Muñoz, José A., (Coord.), *Historia de la ciudad de Logroño...*, pp. 101 a 106.

²¹⁰ Para más información sobre este edificio y su construcción véase *Primer Centenario de la Escuela de Artes Aplicadas y Oficios Artísticos (1886-1986)*, Logroño, Consejería de Educación, Cultura y Deportes, 1986.

²¹¹ *Ibidem*, p. 283.

²¹² Bermejo Martín, Francisco y García Arriaga, María Luisa, “Ayuntamientos de la Restauración: políticos y presupuestos” en Sesma Muñoz, José A., (Coord.), *Historia de la ciudad de Logroño...*, p. 63.

triplicó su población llegando a sumar 450 millones en 1900²¹³. Este excedente de población fue transferido a diversos países de América favorecido por la demanda de mano de obra, el desarrollo de las comunicaciones y las facilidades que determinadas repúblicas ofrecían a aquellos individuos dispuestos a establecerse con sus familias en los países de destino²¹⁴. Prueba de este importante flujo humano lo encontramos presente en los anuncios de las compañías marítimas que se anunciaron en la prensa de la época y que han sido catalogadas del diario *La Rioja* en los años de estudio entre 1889 y 1900, aumentando progresivamente su presencia con una frecuencia de publicación de 46 anuncios en 1889 y tres anunciantes a 778 anuncios publicados una década más tarde en 1900, con seis anunciantes²¹⁵.

En el caso de La Rioja podemos comprobar que el fenómeno migratorio fue agudo y, si bien no podemos hablar de “explosión demográfica”, se hace mención a un excedente de población como consecuencia directa del aumento de la mortandad infantil²¹⁶. Recordemos que a inicios del siglo XX en España, en comparación con el resto de países europeos, los porcentajes de mortalidad seguían siendo altos: por cada mil habitantes, morían 29 siendo la media europea de 18²¹⁷.

De los autores consultados podemos resumir el movimiento migratorio riojano en los siguientes puntos:

1. *De la provincia de La Rioja a las principales capitales fabriles de España*. En el último tercio del siglo XIX y principios del XX se produce un despegue industrial en la costa mediterránea –especialmente Cataluña y la cornisa cantábrica- y en la capital, Madrid, además de otras provincias de la zona norte como Asturias, Galicia y País Vasco, con una diversidad industrial basada en el textil, el metal, papel, conserveras y de explotación de materias primas mineras²¹⁸.
2. *De los pueblos de la provincia a Logroño*. Ante el auge de la actividad industrial y la actividad vinícola, los habitantes de los pueblos de la provincia emigraron a Logroño en busca de trabajo en las fábricas de metal, conservas, tabaco, talleres

²¹³ García Sánchez, Juan A., *La Rioja y los riojanos en Chile...*, p. 40. Un estudio muy completo sobre el siglo XVIII y XIX lo ofrece: Alonso Castroviejo, Jesús Javier, *Problemática y solución burguesa...*, pp. 25-47.

²¹⁴ Zapater Cornejo, Miguel, “Escuelas de Indianos en La Rioja...”, pp. 195-208 y García Sánchez, Juan A. *La Rioja y los riojanos en Chile...*, p. 41.

²¹⁵ Ver anexos pp. 366-368 y 482-485.

²¹⁶ Gurría García, A., Pedro y Lázaro Ruiz, Mercedes, *Tener un tío en América...*, p. 60.

²¹⁷ Nadal, Jordi, *La población española...*, p. 149.

²¹⁸ Gurría García, A., Pedro y Lázaro Ruiz, Mercedes, *Tener un tío en América...*, p. 153.

auxiliares de estas fábricas, construcción y del vino. Tras la Restauración se produjo un período de calma política y la estabilidad permitió la creación de nuevas industrias sin contar con las inyecciones de capital que implicó la influencia de Sagasta y los liberales para la región²¹⁹. Recordemos que únicamente la fábrica de tabacos fundada en 1890 generó alrededor de 500 puestos de trabajo²²⁰. Si añadimos la construcción del tendido ferroviario y de las bodegas Franco-Españolas, tendremos más ejemplos de la actividad constructiva de la ciudad en el último cuarto de siglo XIX²²¹. También debemos mencionar la llegada de capitales navarros y vascos invertidos en la insipiente industria eléctrica²²², vinícola y conservera²²³. A todos estos factores se añadiría la reinversión de los capitales agrícolas generados en las dos últimas décadas del siglo XIX, lo que produjo cuantiosos beneficios económicos sobre todo en el sector de la manufacturación conservera con la exportación de estos productos durante la Primera Guerra Mundial. Entre 1901 y 1910 se calcula que se establecieron en Logroño 4.047 personas provenientes de los pueblos de la región en busca de trabajo²²⁴.

3. *De los pueblos riojanos a las cabeceras de comarca regional*. Logroño no fue la única ciudad que tuvo un despunte económico debido a la entrada de capitales y a la creación de industrias. Las cabeceras de comarca experimentaron similares procesos, siendo Haro, Calahorra, Santo Domingo y Arnedo focos menores de emigración interprovincial pero que requerían mano de obra para su actividad industrial que se basó en el vino, las fábricas conserveras, de alpargatas y talleres auxiliares²²⁵.
4. *Desde La Rioja a América*. Esta emigración tuvo dos fases diferenciadas que revisaremos con detenimiento y buena cuenta de ello dan los anuncios publicitarios de las compañías marítimas que ofrecían además de la venta del billete, la tramitación legal necesaria para establecerse en los países que intentaban hacerse con este grupo para su poblamiento.

²¹⁹ López Rodríguez, Pedro, *Sociedad riojana y crisis del caciquismo liberal...*, p. 18. Véase también a Ollero, José Luis, “Sagasta y el progresismo frente a los obstáculos tradicionales...”, pp. 31-48.

²²⁰ Bermejo Martín, Francisco, “El legado sagastino” en Sesma Muñoz, José A., (Coord.), *Historia de la ciudad de Logroño...*, p. 16.

²²¹ Cerrillo Rubio, Inmaculada, “Años de alienaciones...”, p. 26.

²²² Negueruela Suberviola, Eduardo, *Historia del alumbrado...*, pp. 153-220.

²²³ López Rodríguez, Pedro, *Sociedad riojana y crisis del caciquismo liberal...*, p. 61.

²²⁴ *Ibidem*, p. 30.

²²⁵ *Ibidem*, pp. 31-38.

La primera etapa de éxodo de población hacia América se registra en las dos últimas décadas del siglo XIX, hacia 1880²²⁶. La población que nutrirá los barcos que zarpaban desde Barcelona o el norte –Santander, Coruña, Bilbao, entre otros puertos- estará compuesto en su mayoría por jóvenes de entre 13 a 21 años de la sierra de los Cameros y de mujeres en menor medida²²⁷. El motivo de que la mayoría de los emigrantes salieran de este punto de La Rioja, hay que buscarlo en su estructura económica: el declive de la industria textil (lanera), principal actividad de la zona, comenzó a hacerse evidente a finales del siglo XVIII obligando a los habitantes de las sierras a inicios del siglo XIX, a buscar su sustento en una producción agrícola deficiente dadas las condiciones geográficas:

“Los habitantes de Cameros, que en términos económicos de hoy eran mono productores, replantean su situación y se dedican a la agricultura. Esta no podía ser sino de subsistencia, considerando el terreno abrupto y montañoso de la Sierra, por lo que las perspectivas eran bastante limitadas. De esta manera comienza a establecerse en Cameros “el equilibrio de la pobreza”, que persistiría durante el siglo XIX y gran parte del siglo actual”²²⁸.

Por otra parte, en la última década del siglo XIX, La Rioja se vio seriamente afectada por la crisis agrícola, especialmente con la caída del precio del mosto, el cereal y la plaga de la filoxera detectada en 1891 en los viñedos de Sajazarra²²⁹. Añadido a las causas económicas referidas, otro factor que propició la partida de estos jóvenes fue evitar cumplir con el servicio militar obligatorio, ya que las guerras con Cuba, Filipinas y Marruecos, entre otros conflictos coloniales de finales del siglo XIX y principios del XX, implicaban una alta probabilidad de morir debido a los malos equipamientos, carencia de infraestructuras sanitarias y logísticas, accidentes, enfermedades y peligros que debían afrontar los reclutas. La mayor parte de los jóvenes no podían pagar la exención para cumplir con sus obligaciones militares y, ante el alto coste que les

²²⁶ Gurría, García, A. Pedro y Lázaro Ruíz, Mercedes, “La emigración riojana durante la Restauración” en *Berceo*, Logroño, IER, 1998, nº 135, p. 57-84.

²²⁷ Giró Miranda, Joaquín, “La emigración riojana a América en el primer tercio del siglo XX”, en *Congreso internacional de la población...*, pp. 202-203 y 215. Somalo, Somalo, Casimiro, “El viaje de los sueños...”, pp. 66-71.

²²⁸ López Rodríguez, Pedro, *Sociedad riojana y crisis del caciquismo liberal...*, p. 101. También véase a Gurría García, Pedro y Lázaro Ruíz, Mercedes, *Tener un tío en América...*

²²⁹ Bermejo Martín, Francisco y Delgado Idarreta, José Miguel, *La administración provincial española...*, pp. 267-268 y a Pascual Bellido, Nuria, “Patrimonio geográfico y medioambiental...”, pp. 16 y 17; Lázaro Ruíz, Mercedes, Gurría García, Pedro, “La crisis demográfica: la amenaza de la muerte” en *Historia de la ciudad de Logroño*, Sesma Muñoz, José Ángel (Coord.), Logroño, Ayuntamiento de Logroño, Vol. 3, 1994, pp. 411-418.

significaba, optaron por partir a América dada las facilidades otorgadas por los países de acogida, para conseguir la documentación de salida del país y el reducido precio del billete en comparación con el pago de la exención militar. La estimación de jóvenes que eludieron el servicio militar ronda un 17% anual entre 1895 y 1914 quedando en calidad de prófugos ante la ley²³⁰. La mayoría de las familias que prestaron ayuda económica a los jóvenes para emprender el viaje a América, no sufrieron repercusiones legales, ya que hubo comprensión por parte de las autoridades y una amplia tolerancia social hacia esta práctica:

“Por otro lado, las sanciones contra las familias de los mozos declarados prófugos son excepcionales. Los expedientes personales de prófugos levantados por las corporaciones municipales argumentan, casi como fórmula ritual, que el prófugo ha actuado obligado por “razones de necesidad” y que sus progenitores no han colaborado con él en “eludir sus obligaciones militares”²³¹.

La emigración resultó atractiva ya que las repúblicas americanas a finales del siglo XIX emprendieron una búsqueda masiva en Europa de población dispuesta a cultivar tierras y colonizar los extensos territorios despoblados. Para ello recurrieron a intermediarios que hacían las veces de agentes de las navieras y de los gobiernos²³². En el diario *La Rioja* podemos encontrar amplios ejemplos de este movimiento migratorio reflejados en los anuncios que se publicaban día tras días en sus páginas: Servicios de la Compañía Trasatlántica de Barcelona²³³, Compañía Hamburguesa Sud-Americana²³⁴, entre otras. Los vapores tenían como destino: Cuba, Panamá, México, Brasil, Argentina y Chile con salidas quincenales, llegando a establecerse salidas desde Bordeaux²³⁵.

El establecimiento de la emigración como vía de mejorar las condiciones de vida del individuo que partía o quería evitar el reclutamiento forzoso cobró tales dimensiones con el reagrupamiento familiar y el recrudescimiento de las condiciones económicas tras la crisis de la filoxera que se organizó una red de “ganchos” o “reclutadores”, que no siempre cumplían con su parte del trato estafando a aquellos que no podían emigrar con total libertad debido a que aún no habían cumplido sus obligaciones militares u otras

²³⁰ García Sánchez, Juan A, *La Rioja y los riojanos en Chile...*, p. 87.

²³¹ Gurría García, A., Pedro y Lázaro Ruiz, Mercedes, *Tener un tío en América...*, p. 68.

²³² Giró Miranda, Joaquín, “La emigración riojana a América en el primer tercio del siglo XX”, en *Congreso internacional de la población...*, pp. 217-218 y Gurría García, A., Pedro y Lázaro Ruiz, Mercedes, *Tener un tío en América...*, p. 71.

²³³ *La Rioja*, 1 de enero de 1900, p. 4.

²³⁴ *La Rioja*, 4 de enero de 1900, p. 3.

²³⁵ Sobre el origen riojano de promotores de las compañías navieras aparecerá próximamente la obra “Naufragio” de Francisco García Novell.

causas. Testimonio de este despoblamiento general de España fue la Ley de 1907²³⁶, que buscaba limitar la salida de estos jóvenes en todo el territorio, reestructurando la organización portuaria y delimitando las competencias de los armadores, consulados y clientes. Aún con todo el control que se intentó establecer, estas redes se extendieron por toda la geografía facilitando documentación falsa²³⁷.

Debemos hacer un inciso para recordar que no todos los emigrantes de esta primera etapa terminaron estableciéndose definitivamente en las repúblicas americanas. Una buena parte de ellos retornaron y fijaron su lugar de residencia en Logroño, preferentemente en los alrededores de la estación del ferrocarril, calle Vara de Rey o las calles adyacentes al Espolón²³⁸. Pasaron a formar parte de la nueva sociedad burguesa e invirtieron sus capitales en las nuevas industrias o se establecieron con sus propios comercios. Sobre esta etapa encontramos en el catálogo de 1900 solo una viñeta que hace referencia a la temática de emigración²³⁹.

La segunda etapa de emigración ultramarina podemos situarla hacia 1910 presentando nuevas características como la reagrupación familiar. Una vez establecido el familiar que emigraba reclamaba a parte de su familia, ya fuera hermanos, padres o cónyuge facilitado en gran medida por los propios países donde residían. Fueron las facilidades para la incorporación a los nuevos países, sumado a los desastres económicos provocados por la plaga de la filoxera y la escasez de empleo o recursos que aseguraran un mínimo en la subsistencia de la unidad familiar los factores que confluieron en la emigración masiva por toda La Rioja, no solo en los Cameros, y que marcaron sus máximas entre 1910 y 1914, con salidas colectivas de entre 50 y 100 personas de un mismo pueblo²⁴⁰.

Finalmente, el contexto internacional marcó el fin del éxodo hacia América a causa del estallido de la Primera Guerra Mundial y la inestabilidad política y económica

²³⁶ Ley de Emigración, *Gaceta de Madrid*, nº 356 de 22 de diciembre de 1907, Tomo IV, pp. 1.085-1.088, reguló tanto la salida de emigrantes como su repatriación. De igual forma estableció el funcionamiento de aduanas, registro e inspección de aquellos sujetos dispuestos a emigrar, armadores y condiciones del viaje. <http://www.boe.es/datos/pdfs/BOE/1907/356/A01085-01088.pdf>. Consultado el día 19 de julio de 2014.

²³⁷ Gurría García, A., Pedro y Lázaro Ruiz, Mercedes, *Tener un tío en América...*, p. 87. Para ver una amplia muestra de la documentación de aquellos que embarcaban rumbo a América ver a Salvador Ruiz, Antonio, *La emigración riojana a México*, Logroño, Gobierno de La Rioja, IER, 2002.

²³⁸ Gurría García, A., Pedro y Lázaro Ruiz, Mercedes, *Tener un tío en América...*, p. 87.

²³⁹ Ver anexo p. 565.

²⁴⁰ Giró Miranda, Joaquín, “La emigración riojana a América en el primer tercio del siglo XX”, en *Congreso internacional de la población...*, pp. 208-210 y Gurría García, A., Pedro y Lázaro Ruiz, Mercedes, *Tener un tío en América...*, p. 45; Giró Miranda, Joaquín, “La emigración riojana a América en el primer tercio del siglo XX”, en *Congreso internacional de la población...*, pp. 202-203 y 215. Somalo, Somalo, Casimiro, “El viaje de los sueños...”, pp. 66-71.

de los países receptores de la emigración. Los patrones migratorios cambiaron y los desplazamientos se realizaron hacia Francia debido a la necesidad de mano de obra para trabajar en fábricas, agricultura y construcción²⁴¹.

3.11. La economía riojana a finales del siglo XIX y principios del XX

La actividad económica que ha caracterizado a La Rioja en los dos últimos siglos ha sido la agricultura. La parcelación territorial registrada correspondiente a finales del siglo XIX fue de un 0,4% de grandes hacendados, un 6% de propietarios medianos y una gran mayoría correspondería a pequeñas parcelas que no proporcionaban las suficientes cosechas para asegurar la subsistencia del grupo familiar²⁴². Francisco Bermejo extrajo datos del censo entre 1850 y 1930 y realizó la media con el objetivo de analizar la división social de la provincia, siendo de interés el hecho de que los nobles y mayorazgos en este período estaban en posesión del 90% de las tierras de cultivo de la rivera del Ebro, que son las más fértiles y ricas para el cultivo²⁴³. La gran mayoría de los pequeños propietarios arrendaron sus parcelas y emigraron hacia los principales centros industriales del país, a las cabeceras de comarcas o a la capital en busca de más recursos para su supervivencia, debido a que las cosechas obtenidas en sus parcelas no eran suficientes para cubrir la manutención familiar.

Por otra parte, la agricultura y en especial la producción vinícola presente según documentos que datan del siglo IX²⁴⁴, alcanzaron su apogeo con la llegada de los capitales franceses tras la destrucción de sus viñedos a causa de la filoxera en 1863 aunque su importancia era patente desde el siglo anterior²⁴⁵. En 1887 el 35,29% de la población de La Rioja se encontraba empleada en el cultivo de la vid pero a partir de 1900 se constató un descenso de los valores positivos de este sector debido a la retirada

²⁴¹ Gurría, García, A. Pedro y Lázaro, Ruíz, Mercedes, “La emigración riojana durante la Restauración...”, p. 79; López Rodríguez, Pedro, *Sociedad riojana y crisis del caciquismo liberal...*, p. 160.

²⁴² López Rodríguez, Pedro, *Sociedad riojana y crisis del caciquismo liberal...*, p. 53.

²⁴³ Bermejo Martín, Francisco, “La vida político-social: siglos XIX y XX” en García Prado, Justiniano (Coord.), *Historia de la Rioja...*, p. 295.

²⁴⁴ Pascual Bellido, Nuria, “Patrimonio geográfico y medioambiental” en *La Cultura de la vid y el vino en La Rioja*, Caballero López, José Antonio y Delgado Idarreta, José Miguel (Coord.)..., pp. 14 y 15.

²⁴⁵ Sobre este tema véase a Viguera Ruiz, Rebeca, “Real Sociedad económica de La Rioja Castellana”, en *Berceo*, Logroño, IER, nº 152, 2007, pp. 79-122.

de estos capitales²⁴⁶, la prohibición del mercado francés de exportar vino español en 1891 y la destrucción del viñedo riojano tras la llegada de la filoxera²⁴⁷. Si en 1888 se vendieron 79 millones de litros de vino a Francia, en 1894 se vendieron tan solo 20 millones²⁴⁸; lo cual ilustra la enorme repercusión que tuvo en la región la recuperación del viñedo francés y explica por sí mismo la caída del precio del mosto²⁴⁹.

La comercialización del vino y de otros productos agrícolas como harinas, verduras, conservas, textiles o maquinaria agrícola, se vio favorecida por el tendido ferroviario que había inaugurado la línea Bilbao-Tudela en 1864, haciendo paradas en las estaciones de Alfaro, Calahorra, Logroño, Cenicero y Haro²⁵⁰. No es casual el hecho de que los principales inversores del ferrocarril fueran los miembros de la pujante clase burguesa que había hecho posible el desarrollo industrial de la provincia²⁵¹. Un claro ejemplo lo hayamos en la fábrica de conservas Trevijano, que se construyó junto a la estación del tren²⁵².

Es en este período crítico de la caída del precio del mosto, la prohibición de exportar vinos a Francia y la consiguiente destrucción del viñedo riojano fue cuando se registraron los niveles máximos de emigración hacia América con un total aproximado de 20.000 individuos²⁵³. Nos referimos sobre todo a jornaleros o pequeños propietarios que no contaron con los medios suficientes para la replantación de la cepa americana a la cual no afectaba la filoxera²⁵⁴.

La recuperación de los viñedos fue lenta, de las 52.592 hectáreas dedicadas a la vid 36.692 fueron destruidas y 15.900 dañadas, asumiendo la reorganización del sector el Servicio Vitivinícola Provincial y la Caja Rural Provincial, ente que financiaba la plantación del nuevo viñedo²⁵⁵. La organización en 1909 de un programa de replantación fue asumida, entre otros, por Francisco Martínez Zaporta, cuya presidencia

²⁴⁶ López Rodríguez, Pedro, *Sociedad riojana y crisis del caciquismo liberal...*, p. 42.

²⁴⁷ *Ibidem*, p. 45.

²⁴⁸ Vivanco, Santiago, “El vino entre dos luces” en *120 años de historia...*, p. 18.

²⁴⁹ Véase para entender la importancia de las instituciones públicas y la producción del vino a Viguera, Ruíz, Rebeca, “Real Sociedad económica de La Rioja Castellana...” pp. 88-90.

²⁵⁰ B.B, “El gobierno liberal hace frente a la Guerra de Melilla” en *120 años de historia...*, p. 29.

²⁵¹ López Rodríguez, Pedro, *Sociedad riojana y crisis del caciquismo liberal: Logroño...*, p. 61.

²⁵² Para más información véase a Delgado Idarreta, José Miguel (Coord.), *Ferrocarril en La Rioja...*

²⁵³ *Ibidem*, p. 46.

²⁵⁴ Para más información véase a Provedo, González, Jesús, “Cambió el siglo, cambió la historia. La filoxera, la plaga que transformó la vitivinicultura en La Rioja” en *La Rioja, sus viñas y su vino*, Logroño, Gobierno de La Rioja, Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, 2009, pp. 37-52 y del mismo autor “La filoxera en la provincia de Logroño, destrucción del viñedo y su reconstrucción...”, pp. 151-216

²⁵⁵ Bilbao Díez, Juan Carlos, “La Restauración: el reinado de Alfonso XIII (1902-1923)” en García Prado, Justiniano (Coord.), *Historia de la Rioja...*, pp. 279-280.

de la Diputación de la Provincia de Logroño estuvo marcada por los esfuerzos de recuperación de la industria del vino y la creación de la Caja Vitícola²⁵⁶. Buena cuenta de estos hechos ofrecen los anuncios publicitarios de productos para la fumigación y desinfección de las viñas que comienzan a verse publicados a partir de abril de 1900 con “Relámpagos y Azufrados”²⁵⁷ o el “Pulverizador italiano contra la Mildew de la vid”²⁵⁸.

“Un periodista de *La Rioja* culpaba a los visitantes preventivos de ser “poco expertos”. El Director de la Estación Enológica de Haro, Víctor Cruz Manso de Zúñiga, había dejado caer, en su visita a la zona filoxerada, la opinión, de que posiblemente habían sido los jornaleros gallegos los portadores del insecto entre sus ropas y sobre todo fueron los alcaldes de los pueblos los máximos culpables”²⁵⁹.

Fue hacia 1920 cuando el viñedo comenzó a recuperarse llegando a ocupar tan solo el 60% de la superficie que anteriormente había alcanzado, siendo la reconversión de los cultivos la pauta que se marcó para el resto de agricultores²⁶⁰. Los cultivos alternativos a la vid que se implantaron en La Rioja fueron principalmente la remolacha, en Calahorra (1916) y Alfaro (1920) gracias a las ayudas concedidas para su cultivo, el cereal (trigo con un 60% y cebada entre un 25% a 30%)²⁶¹, que históricamente había sido deficitario y que tuvo aumentos productivos notables a partir de la segunda década del siglo XX²⁶² y la patata, aunque su cultivo fue coyuntural y sus máximos beneficios se generaron en plena Primera Guerra Mundial. A estos cultivos señalados se añaden algunos de huerta como los frutales, el tomate, el pimiento, algarrobas o habas. Una vez reconvertido el sector vinícola, se moderniza la producción y las técnicas de labranza y regadío lo que contribuyó a la mejora del rendimiento por hectárea. Esto trajo como consecuencia el aumento de las tierras de regadío y la disminución del cultivo del olivar y la siembra²⁶³.

“Como conclusión, puede establecerse que la dinamicidad económica de La Rioja, procedió, durante toda la segunda mitad del siglo XIX, de los viñedos, para después, durante las tres primeras décadas del siglo XX, tomar el relevo alternativamente, solventando situaciones “duras” y hasta trágicas, los cereales y otras plantaciones de

²⁵⁶ Bermejo Martín Francisco y Delgado Idarreta, José Miguel, *La Diputación Provincial de La Rioja...*, pp. 316-317.

²⁵⁷ *La Rioja*, Logroño, 5 de abril de 1900, p. 4.

²⁵⁸ *La Rioja*, Logroño, 5 de abril de 1900, p. 3.

²⁵⁹ Bermejo Martín, Francisco y Delgado Idarreta, José Miguel, *La administración provincial española...*, p. 317.

²⁶⁰ López Rodríguez, Pedro, *Sociedad riojana y crisis del caciquismo liberal...*, p. 46.

²⁶¹ Bermejo Martín, Francisco y Delgado Idarreta, José Miguel, *La administración provincial española...*, pp. 290-293.

²⁶² López Rodríguez, Pedro, *Sociedad riojana y crisis del caciquismo liberal...*, p. 48.

²⁶³ Bermejo Martín, Francisco, “Hacia la industrialización de Logroño (1900-1940)” en Sesma Muñoz, José A., (Coord.), *Historia de la ciudad de Logroño...*, p. 153.

tipo industrial. Lustros más tarde las replantaciones de viñas tienden a dejar una Rioja paisajísticamente dominada de nuevo por viñedos y cereales²⁶⁴.

El sector industrial riojano del primer tercio del siglo XX se basó en la industria conservera, la producción del vino, harinas, maderas, metal, química, cuero y pieles, construcción, madera y muebles o la fabricación de alpargatas entre otras industrias menores. Las sedes de la industria conservera se localizaron en Calahorra, donde confluyeron las pequeñas industrias alimenticias de la cuenca del Cidacos, Arnedo y Logroño²⁶⁵. Se caracterizaron por tener una media de 100 obreros, siendo Logroño el municipio donde se concentró esta actividad con las fábricas de conservas Trevijano y Ulecia. Hacia el año 1903 se registraron un total de 39 fábricas de alimentación, distribuidas entre harinas, dulces y conservas que empleaban a casi el 50% del total de población, principalmente mujeres y niños dado el bajo coste salarial que suponían sus salarios²⁶⁶.

La industria de la construcción, la madera y el metal tomaron protagonismo. Hacia 1903 se registraron ocho fábricas de metal, de cuero y de calzado cuatro, de química y de electricidad nueve, de construcción ocho, de madera cinco y de industrias gráficas ocho, elevándose a 80 el número de fábricas instaladas en Logroño²⁶⁷. Las transformaciones urbanas del Logroño decimonónico, la construcción de nuevas fábricas como la Tabacalera, Bodegas Franco Españolas, Conservas Trevijano, entre otras, así como de viviendas en las nuevas zonas de expansión de la ciudad y el tendido ferroviario dinamizaron este sector que no requería mano de obra especializada y actuaron como catalizador de la emigración hacia la capital provincial²⁶⁸. Un ejemplo tanto del auge de la economía local como de la necesidad de incorporación de mano de obra lo encontramos en las fundiciones de la familia Marrodán, que vemos anunciarse en las páginas del periódico *La Rioja*. Sus inicios se remontan a una herrería que a

²⁶⁴ Bermejo Martín, Francisco y Delgado Idarreta, José Miguel, *La administración provincial española...*, p. 298.

²⁶⁵ López Rodríguez, Pedro, *Sociedad riojana y crisis del caciquismo liberal...*, p. 59.

²⁶⁶ Bermejo Martín, Francisco, “Los sectores económicos en el último cuarto del siglo XIX” en Sesma Muñoz, José A., (Coord.), *Historia de la ciudad de Logroño...*, p. 41.

²⁶⁷ *Ibidem*, p. 41

²⁶⁸ Existen varios artículos que detallan el proceso de construcción del ferrocarril y su implementación por La Rioja. Véase: Delgado Idarreta, José Miguel, “Los ferrocarriles en La Rioja Alta (1887-1898)”, *Cuadernos de Investigación*, Logroño, Universidad de La Rioja, Colegio Universitario de La Rioja, tomo 5, fascículo 2, Logroño, 1979, pp. 169-190. Delgado Idarreta José Miguel, “El ferrocarril Logroño-Pamplona (1881-1891)”, *Cuadernos de investigación e Historia*, Logroño, Universidad de La Rioja, tomo 7, fascículo 1 y 2, 1981, pp. 147-167 y Cerrillo Rubio, Inmaculada, “La ciudad de Logroño y el ferrocarril: arquitectura y urbanismo” en Delgado Idarreta, José Miguel (coord.), *Ferrocarril en La Rioja...*, pp. 101-138. La última publicación en torno al ferrocarril en La Rioja es: Delgado Idarreta, José Miguel, *Un viaje sobre raiiles: La Rioja (1863-2013)*, Logroño, IER, 2013.

finales del siglo XIX se convirtió en auxiliar de la industria del vino vendiendo maquinaria agrícola gracias a la coyuntura de la expansión del viñedo y que llegó a contratar 200 obreros a inicios del siglo XX²⁶⁹.

“Tenemos por tanto, que unos seiscientos centros industriales emplean a casi ocho mil trabajadores, con una media de más de trece por centro, que supone prácticamente el doble de la que se dedujo para finales del siglo anterior. Sin duda esta mayor concentración obrera se debe al boom económico de la primera gran guerra europea”²⁷⁰.

El área de servicios acapara a una gran parte de la fuerza productiva, dividiéndose en los siguientes porcentajes: 35,66% fuerza pública, servicios personales y domésticos 23,99%, comercio minorista 12,86% y la administración pública 8,3%²⁷¹. Gran parte de esta población estuvo radicada en Logroño, en especial la sección de fuerza pública debido a la construcción de los cuarteles militares de infantería y caballería a finales del siglo XIX²⁷².

Entre los servicios personales, así definidos por la Guía de Logroño, Historia, arte y comercio de 1897²⁷³, a finales del siglo XIX y principios del siglo XX se contabilizan 60 personas dedicadas a sanidad e higiene –barberos, peluqueros, dentistas, etc.-; en los servicios urbanos –sin contar con personal administrativo y funcionarios- 50; mientras que dedicados al transporte no llegan a 12²⁷⁴. Entre 1900 y 1910 el total de población dedicada al sector servicios superó el 50% representando el sector secundario o industrial tan solo el 28% de la población activa, lo que confirma que Logroño, como capital provincial basó gran parte de su actividad económica en el sector terciario de servicios constituyéndose como centro administrativo provincial²⁷⁵.

Asimismo debemos incluir el pequeño comercio y taller artesanal familiar ubicado en los bajos de las viviendas, que contaba con uno o dos trabajadores de bajo coste salarial y en su mayor parte de contratación temporal²⁷⁶. Registro de sus existencias los podemos todavía hoy ver en la calle Mayor o Barriocepo de Logroño

²⁶⁹ Jorge Torres, Abilio y otros, “Sociedad, cultura y ocio” en Sesma Muñoz, José A., (Coord.), *Historia de la ciudad de Logroño...*, p. 99.

²⁷⁰ Bermejo Martín, Francisco y Delgado Idarreta, José Miguel, *La administración provincial española...*, p. 338.

²⁷¹ Bilbao Díez, Juan Carlos, “La Restauración: el reinado de Alfonso XIII (1902-1923)” en García Prado, Justiniano (Coord.), *Historia de la Rioja...*, p. 278.

²⁷² Cerrillo Rubio, Inmaculada, “Años de alienaciones...”, p. 24.

²⁷³ Salas Franco, María Pilar, *Guía de Logroño...*, p. 46.

²⁷⁴ Bermejo Martín, Francisco, “Los sectores económicos en el último cuarto del siglo XIX” en Sesma Muñoz, José A., (Coord.), *Historia de la ciudad de Logroño...*, p. 47.

²⁷⁵ Bermejo Martín, Francisco, “Hacia la industrialización de Logroño (1900-1940)” en Sesma Muñoz, José A., (Coord.), *Historia de la ciudad de Logroño...*, p. 161.

²⁷⁶ López Rodríguez, Pedro, *Sociedad riojana y crisis del caciquismo liberal...*, p. 61.

donde aún perviven los rótulos de bodegas de venta de vino o de ultramarinos. A ellos se añaden talleres auxiliares de la industria del vino, tiendas de vestuario como “El salón de moda de Leonor Bernedo”²⁷⁷, joyerías como “Tomás Teresa García relojería, óptica y electricidad”²⁷⁸, venta de vinos y licores como “La Magdalena”²⁷⁹, máquinas de cocer con “La Industrial”²⁸⁰ o venta de herramientas agrícolas, abonos o frutales, cuyos ejemplos podemos reseñar con el anuncio de “Relámpago y azufrados”²⁸¹ o “Salustiano Marrodán”²⁸². Buena cuenta de este aumento del comercio y en especial de la venta de vestuario, calzado y joyerías lo encontramos en los anuncios publicitarios de corseteras, sastres o joyerías. La proporción a principios durante la primera década del siglo XX era de un 10% de comerciantes y dependientes frente al 60% de fuerza pública²⁸³. Se trata de pequeños comercios que ocupaban entre uno a diez empleados, de fundación familiar y poco variados.

El aumento de la oferta comercial²⁸⁴ se correspondió con el aumento de la población que experimentó la ciudad así como la creación de nuevas fortunas a tenor de la creación de nuevas fábricas y el retorno de aquellos emigrantes que lograron enriquecerse y que terminaron por establecer en la capital además de su residencia, sus propias empresas y comercios²⁸⁵. Otro dato a tener en cuenta desde el punto de vista de entrada de capitales, es el hecho de que se estima que los emigrantes a América entre 1899 y 1910 enviaron a sus familias entre 2.500 a 3.500 millones de pesetas²⁸⁶, lo que explicaría que en estos primeros años del nuevo siglo proliferara la actividad bancaria, las sociedades anónimas y las cajas de ahorro²⁸⁷.

“Bancos como Sociedades Anónimas, Casas de Banca y Cajas de Ahorro. De los primeros, solo uno tiene su domicilio central en la ciudad, el Banco Riojano, pero a él se suman las Sucursales de la Gran Banca nacional y la del Banco de España. Las Casas de

²⁷⁷ *La Rioja*, Logroño, 21 de abril, 1900, p. 3. Ver anexo pp. 460 y 461.

²⁷⁸ *La Rioja*, Logroño, 23 de enero de 1900, p. 3. Ver anexo p. 454.

²⁷⁹ *La Rioja*, Logroño, 20 de febrero de 1900, p. 3. Ver anexo p. 481.

²⁸⁰ *La Rioja*, Logroño, 1 de enero de 1900, p. 4. Ver anexos pp. 447 y 448.

²⁸¹ *La Rioja*, Logroño, 5 de abril de 1900, p. 4. Ver anexo p. 509.

²⁸² *La Rioja*, Logroño, 11 de noviembre, 1900, p. 4. Ver anexos pp. 505 y 506.

²⁸³ Bermejo Martín, Francisco, “Los sectores económicos en el último cuarto del siglo XIX” en Sesma Muñoz, José A., (Coord.), *Historia de la ciudad de Logroño...*, p. 46.

²⁸⁴ Salas Franco, María Pilar, *Guía de Logroño...*, p. 43.

²⁸⁵ Ver a Cerrillo Rubio, Inmaculada y Gil-Díez, Ignacio, *La casa del inglés...* y Cerrillo Rubio, Inmaculada, *La formación de la ciudad contemporánea...*, pp. 117-122.

²⁸⁶ Sobre los aportes de los emigrantes a diferentes instituciones caritativas y retorno de capitales véase a Zapatero Cornejo, Miguel, “Escuelas de Indianos en La Rioja...”, pp. 195-208 y del mismo autor véase “Notas sobre la historia escolar del Camero Viejo...”, pp. 42-47 y Gurria García, A., Pedro y Lázaro Ruiz, Mercedes, *Tener un tío en América...*, p. 159.

²⁸⁷ Para más información véase a Muñoz Ortega, Juan José, *La Caja de Ahorros Municipal de Logroño (1893-1916): beneficencia o financiación privilegiada del ayuntamiento de Logroño*, Logroño, IER, 1997.

Banca son tres: Herrero y Riva, Saturnino Ulargui e Hijos y Banca Juan Palacios Sanz. Finalmente la oferta de Cajas Ahorros se amplía hasta cinco: la Caja de Ahorros y Monte de Piedad Municipal, la Caja Central de Ahorros, la Caja Vitícola Provincial de Logroño, la Caja Central de Ahorros y Préstamos de la Federación de Sindicatos Agrícola de La Rioja y la Caja General de Ahorros y Monte de Piedad de Zaragoza”²⁸⁸.

El sector bancario recoge la ebullición económica del momento y terminará por desaparecer hacia 1950-1960 adquiridas por bancos mayores como el Banco Santander, el Banco de Vizcaya o el Banco de Aragón. La gran mayoría de estos bancos como la Banca de Saturnino Ulargui tienen un origen familiar de dimensiones modestas. Éste se trasladó desde Viana a Logroño para trabajar como dependiente de comercio y tras contraer matrimonio con la hija de uno de los grandes comerciantes del Logroño decimonónico creó su propia banca. Su hijo Mauricio tomó el relevo generacional, pero no resistieron el cambio de paradigma de la economía de mediados de 1960. Tanto el padre como el hijo fueron diputados provinciales por el partido republicano²⁸⁹.

3.12. El diario *La Rioja* y la prensa regional

La prensa regional de finales del siglo XIX y principios de siglo XX, se caracterizó por poseer un número reducido tanto de lectores como de tirada, en comparación con las cabeceras de ámbito nacional. A ello añadimos que ejerció de portavoz de los intereses su provincia, comentando y reseñando aquellos temas propios de su ámbito geográfico y ofreció servicios comerciales como los publicitarios y de publicación de anuncios privados, y en algunos casos, tuvo una marcada tendencia independentista. Para Celso Almuiña Fernández la definición de la prensa regional implicaría principalmente el componente geográfico, además de otras características como el público lector al cual se dirige y que de alguna forma influye en sus contenidos:

“Podríamos definirla cómo aquellas publicaciones periódicas cuyo ángulo de enfoque principal –no exclusivo– en su respectivo ámbito geográfico de alcance local, comarcal o provincial”²⁹⁰.

²⁸⁸ Bermejo Martín, Francisco, “Hacia la industrialización de Logroño (1900-1940)” en Sesma Muñoz, José A., (Coord.), *Historia de la ciudad de Logroño...*, p. 162.

²⁸⁹ Jorge Torres, Abilio y otros, “Sociedad, cultura y ocio” en Sesma Muñoz, José A., (Coord.), *Historia de la ciudad de Logroño...*, p. 99.

²⁹⁰ Almuiña Fernández, Celso, “Fondos y metodología para el análisis de la prensa local”, en *Fuentes y Métodos de la Historia local...*, p. 389.

Dentro de la prensa regionalista encontramos las publicaciones de corte nacionalista que deben ser enmarcadas dentro de un contexto histórico más amplio, como lo fueron los movimientos nacionalistas europeos que comenzaron a manifestarse hacia mediados del siglo XIX y que tuvo como manifestación el romanticismo, haciendo eclosión en la primera mitad del siglo XX con el régimen nacional-socialista alemán. En lo que concierne a la prensa española, este movimiento toma forma en los años de la Regencia, especialmente en Cataluña, País Vasco, Navarra, Valencia y Galicia²⁹¹. Estas provincias, por una parte, contaban con una rica tradición medieval y una lengua propia que cristalizó en sendos corpus teóricos que les mantenían en sus propios apartados en pleno Regeneracionismo. La prensa que surge de estos movimientos reivindicativos buscó divulgar todas estas singularidades: históricas, idiosincráticas, lingüísticas, políticas y en el caso del País Vasco se hizo en términos de raza²⁹². Se constituyeron en el medio de difusión y reivindicación de “lo propio” y pueden considerarse hoy en día, una fuente de consulta para los historiadores políticos y sociales interesados en el nacimiento de los movimientos independentistas o regionalistas en España²⁹³.

Algunos de los titulares más significativos señalados por J. M. Desvois²⁹⁴, en su apartado de prensa regionalista, corresponden a los editados y difundidos en Barcelona²⁹⁵. En este sentido destacan: *Diari Català* fundado en 1879 y que dejó de imprimirse en 1881²⁹⁶. Fue el primer periódico escrito en catalán y surgió desde los mismos cimientos del corpus teórico del catalanismo de Valentín Almarall²⁹⁷. Otro

²⁹¹ Para más información véase a Neira, Cruz, Xosé, “*El Escolar* y el *Faro de Veiga*, dos periódicos escolares en los orígenes de la prensa local gallega” en *Revista latina de comunicación social*, Tenerife, Universidad de La Laguna, nº 25, 2000, s/p; o a Cal Martínez, María Rosa, “Origen de la prensa nacionalista gallega. Apuntes divulgativos” en *Revista latina de comunicación social*, Tenerife, Universidad de La Laguna, nº 11, 1998, s/p.

²⁹² Para un estudio sobre el fenómeno migratorio vasco y la prensa véase a Álvarez Gila, Oscar y Tápiz Fernández, José María, “Prensa nacionalista vasca y emigración a América (1900-1936)” en *Anuario de Estudios Americanos*, Sevilla, Escuela de Estudios Americanos, nº 1, Vol. 53, 1996, pp. 233-260. También puede consultarse a Rojo Hernández, Severiano, “La prensa nacionalista vasca, del mito a la propaganda (1903-1936)” en *Estrategias de la desinformación: actas del seminario interdisciplinar “Estrategias de la desinformación*, Catalán, González, Miguel Francisco y Veres, Luis (Coord.), Valencia, Biblioteca Valenciana, 2004, pp. 207-228.

²⁹³ Paredes, Javier (Coordinador), *Historia contemporánea de España...*, p. 396 y Delgado Idarreta, José Miguel, “Fuentes para la historiografía Contemporánea de La Rioja”, en *Fuentes y Métodos de la Historia local...*, p. 381.

²⁹⁴ Para más información véase a Desvois, Jean Michel, *La prensa en...*, 1977.

²⁹⁵ Para más información véase a Figueres, Josep M., *Prensa i nacionalisme. El periodismo en la reconstrucció de la identitat catalana*, Barcelona, Pòrtic, 2002, pp. 29-105.

²⁹⁶ Seoane, María Cruz y Saiz, María Dolores, *Cuatro siglos de periodismo en España...*, p.139.

²⁹⁷ Figueres, Josep M., *Prensa i nacionalisme...*, p. 78.

periódico reseñado es *La Veu de Catalunya*, fundado en 1891. La Lliga Regionalista²⁹⁸ fue el primer gran partido político catalanista que agrupó a las dos líneas políticas existentes: la liderada por Prat de la Riba cuyo órgano de difusión fue *La Veu de Catalunya*, editado íntegramente en catalán; y una segunda, de carácter abiertamente radical, cuyo ideario proviene de las Bases de Manresa y cuyo órgano de difusión fue *La Reinaxensa*. *La Veu de Catalunya*, que como tantos otros periódicos políticos de la época, recibieron multas y una suspensión, reapareciendo en 1900 con el título de *La Creu de Catalunya*. El semanario *Cu-Cut!* fue el medio de comunicación de La Lliga (1902) y por último, *La Tralla* (1903) que fue el órgano difusor del catalanismo republicano.

Así como la voz del catalanismo fue *Diari Català* y luego *La Reinaxença*, en el País Vasco lo fue *Bizcaitarra*, fundado en 1893 por Sabino Arana. Se publicó con periodicidad irregular hasta 1895 en castellano. Otro de los periódicos que le sirvió como órgano de difusión pero de corta existencia fue *Baserritara*, editado a lo largo del año 1887 y de muy corta duración²⁹⁹.

Debemos señalar otras cabeceras editadas en las provincias que aparecieron a partir de 1870 según señalan María Cruz Seoane y María Dolores Saiz, consolidándose en el periodo de la Restauración y que se enmarcan en lo que denominamos prensa regionalista a la cual pertenece *La Rioja*, aunque sin los tintes políticos de los ejemplos mencionados anteriormente. Entre otros muchos títulos a estas autoras llaman la atención por su tirada y calidad: *El Correo Gallego* (1878); *La Voz de Galicia* (1882); *El Adelanto de Salamanca* (1883) o *El Heraldo de Aragón* (1895)³⁰⁰.

En La Rioja a raíz de la dinamización de la economía y de los favorables índices de alfabetización como hemos visto en apartados anteriores, la prensa aumentó su número de cabeceras y tiradas. Este aumento debemos situarlo a partir del último tercio del siglo XIX³⁰¹ y es en los archivos del Instituto de Estudios Riojanos donde se reúne la mayor colección de títulos. El número de cabeceras supera las 300 para el periodo comprendido desde finales del siglo XIX e inicios del siglo XX. No todas estas publicaciones fueron de nueva creación, siendo en su mayor parte continuación de

²⁹⁸ Paredes, Javier (Coord.), *Historia contemporánea de España...*, p. 397.

²⁹⁹ *Ibidem*, p. 399.

³⁰⁰ Seoane, María Cruz y Saiz, María Dolores. *Cuatro siglos de periodismo en España...*, p.139.

³⁰¹ Para un estudio detallado de todas las cabeceras publicadas en La Rioja véase a Delgado Idarreta, José Miguel, "La prensa en La Rioja en el siglo XIX. Algunas notas para su estudio", en *Estudios sobre historia de España. Obra homenaje a Manuel Tuñón de Lara*, Universidad Internacional Menéndez Pelayo, Madrid, Vol. 2, 1981, pp. 327-339.

títulos fundados en el siglo XIX como fue el caso de *El Comercio* que pasó a transformarse en *La Rioja*³⁰². Es relevante señalar que en el período que va desde 1879 a 1902 se crearon 50 nuevos periódicos, siendo en Logroño donde se concentran las nuevas cabeceras con un total de 33 nuevos títulos³⁰³. En general, la gran parte de estos periódicos tenían una tirada semanal, siendo los de publicación diaria: *La Rioja*, *El defensor de la Rioja*, *Diario de la Rioja*, *Heraldo de la Rioja* y *Astros y coletas*, (este último dedicado a los eventos taurinos)³⁰⁴.

El resto de publicaciones, podemos dividir las siguiendo la clasificación realizada por José Miguel Delgado Idarreta³⁰⁵: Periódicos de carácter oficial, prensa política, las publicaciones dedicadas a la difusión de intereses diversos como la literatura o anuncios. Revisando las publicaciones, dentro la denominada prensa política podemos reseñar y a modo de antecedente *El Patriota Riojano*³⁰⁶; algunos títulos afines al partido católico como por ejemplo el *Diario de La Rioja* y revistas organizadas según sus ideologías: *Adoradores Nocturnos*, *Las Marías*, etc. Los obreros con *El Trabajo*, *Semilla Roja*, *Cultura y acción*. Algunos de los periódicos representantes del partido republicano fueron *Adelante*, *La Democracia* y *La Unión Republicana*. Los liberales publicaron *El liberal riojano* y los conservadores tuvieron como representante a *Correspondencia riojana*³⁰⁷. *Justicia obrera* fue el órgano del partido socialista de Haro. *Bandera Católica* y *La lealtad riojana* órganos de los carlistas. *La Regeneración* fue el representante de los liberales conservadores y *La Voz de La Rioja* y *La Opinión*, periódicos de los liberales mientras que los republicanos fundaron *El voto del pueblo*, *La Unión Republicana*, *El provenir de la Rioja* y *La Democracia*³⁰⁸.

En la categoría de periódicos de carácter oficial podemos mencionar el *Boletín Oficial de la Provincia de Logroño* o el *Boletín Eclesiástico de la Diócesis de Calahorra-La Calzada* de 1834 y 1853³⁰⁹. En el apartado de periódicos profesionales

³⁰² Delgado Idarreta, José Miguel, “Introducción al estudio de un diario político del siglo XIX: “La Rioja...”, p. 2.

³⁰³ Delgado Idarreta, José Miguel, *La prensa en La Rioja en el siglo XIX...*, p. 330.

³⁰⁴ Delgado Idarreta, José Miguel, “La ciencia y la técnica en los siglos XVIII y XIX” en García Prado, Justiniano (Coord.), *Historia de la Rioja...*, p. 285.

³⁰⁵ Delgado Idarreta, José Miguel, “Introducción al estudio de un diario político del siglo XIX: “La Rioja...”, p. 331.

³⁰⁶ Para más información véase la Introducción de Delgado Idarreta, José Miguel, en la edición de *El patriota riojano (1822-1823)*, Logroño, IER, 1994.

³⁰⁷ Bermejo Martín, Francisco y Delgado Idarreta, José Miguel, *La administración provincial española...*, p. 285

³⁰⁸ *Ibidem*, pp. 284-285.

³⁰⁹ Delgado Idarreta, José Miguel, “La ciencia y la técnica en los siglos XVIII y XIX” en García Prado, Justiniano (Coord.), *Historia de la Rioja...*, p. 275.

reseñamos *Educación Popular: Revista Profesional de Primera enseñanza* (1904)³¹⁰ o *El Boletín del Colegio de Médicos de la provincia de Logroño*³¹¹, además de publicaciones de empresa, ilustrados o de caricatura política y satírica, siendo *La Rioja* el único periódico que actualmente pervive desde su fundación en 1889³¹². En 1907 aumentaron a 14 las nuevas cabeceras publicadas, en 1912 a 17 y en 1917 se contabilizaron un total de 23³¹³.

³¹⁰ Los ejemplares pueden consultarse en la página del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, Biblioteca de Prensa Histórica siguiendo el siguiente enlace: http://prensahistorica.mcu.es/es/consulta/busqueda_referencia.cmd?campo=idlistloc&idValor=26057. Consultado el día 19 de julio de 2014.

³¹¹ Delgado Idarreta, José Miguel, *La prensa en La Rioja en el siglo XIX...*, p. 331.

³¹² Delgado Idarreta, José Miguel, “Recepción e influencia de la prensa madrileña en la prensa riojana” en Delgado Idarreta, José Miguel (Coord.), *La Rioja-Madrid...*, p. 58.

³¹³ Delgado Idarreta, José Miguel, “La prensa riojana de principios de siglo XX” en Delgado Idarreta, José Miguel y Martínez Latre, María Pilar, *Jornadas sobre prensa y sociedad...*, p. 47.

4. Análisis de los grabados de 1889

4.1. Consideraciones generales del año 1889

En los primeros meses del año 1889 en que fue fundado el periódico *La Rioja*, la publicidad ilustrada con grabados tipográficos comienza a aparecer tímidamente en la cuarta página para luego, hacia mediados de agosto, extenderse a la tercera. La publicidad de tipo redaccional estuvo presente desde el primer día de vida del periódico, pero se correspondería con el modelo antiguo de publicidad escrita, que pervive simultáneamente con el anuncio que utiliza el grabado tipográfico y cuya venta de espacio se establece en razón a la línea que ocupa en una de las cuatro columnas del periódico. Este sería el tradicional anuncio por palabras que hoy en día puede verse en casi toda la prensa escrita³¹⁴. Como antecedentes de publicaciones periodísticas con inserción de anuncios de prensa podemos citar dos cabeceras durante el siglo XVIII: el *Diario Noticioso, Curioso-Erudito, Comercial, Público y Económico*, fundado por Francisco Manuel Mariano Nipho³¹⁵, y Cajigal en 1758, y el *Diario Curioso, Histórico, Erudito, Comercial Público y Económico*, editado en 1761 y fundado por Pedro Ángel de Tarazona³¹⁶.

³¹⁴ Fernández Poyatos, María Dolores y Feliu García, Emilio, “Avisos, anuncios...”, pp. 327-328.

³¹⁵ Gürtler, André, *Historia del periódico y su evolución tipográfica...*, p. 15.

³¹⁶ Fernández Poyatos, María Dolores y Feliu García, Emilio, “Avisos, anuncios...”, p. 325.

En el siglo XIX, *La Correspondencia de España* fue el prototipo a seguir por el resto de medios de prensa modernos, ya que fue el periódico que más publicidad tuvo en su época tanto de tipo redaccional como ilustrada. Fundado por José María Santa Ana, hizo su aparición en 1848 con el título de *La Correspondencia Autógrafa Confidencial*³¹⁷, modificándose en 1859 por *La Correspondencia de España. Diario universal de noticias y eco imparcial de la opinión*³¹⁸. Durante el primer año de publicación tuvo una tirada de 500 ejemplares y a su fundador se le reconoce el mérito de haber sido el pionero en modificar aquellos elementos que transformaron el cuerpo estructural del periódico introduciendo reportajes, la venta ambulante de ejemplares y sobre todo, la inserción de publicidad entre sus páginas, lo que propició su independencia económica de cualquier partido político. Según Leopoldo Romero, director del periódico, la venta de espacios publicitarios ascendió a 35.000 pesetas, aproximadamente la mitad del gasto de su producción a finales del siglo XIX.

“El presupuesto de una empresa era muy variable; de lo que podía ser el de un gran diario nos da una idea el que publicó en 1906 *La Correspondencia de España*; según su directo, Leopoldo Romero, este periódico tenía 78.000 pesetas de gastos mensuales; los ingresos eran de 45,000 ptas., que venían de la venta al público, y de 35.000 de la publicidad, es decir que quedaba un beneficio de 1200 ptas. al mes. Pero es sin duda excepcional la importancia que tenía la publicidad en *La Correspondencia de España*. En efecto, la mayoría de los periódicos le dedicaban poco espacio. Aún era muy primitiva, tanto en cuanto a anunciantes (en general fabricantes de medicinas más o menos milagrosas) como a procedimientos técnicos. Con los años iría tomando el aspecto que tiene hoy, mediante el uso del grabado y de la foto y la aparición de slogans y anuncios a favor de productos industriales”³¹⁹.

Tras el precedente de *La Correspondencia*, los periódicos de empresa como *La Rioja* integraron entre sus páginas publicidad que se servía de grabados (además de seguir publicando los anuncios de tipo literal) y composiciones con orlas y tipografías para anunciar productos y servicios variados: desde agencias de viajes, venta de bicicletas, medicinas milagrosas o servicios hasta productos cosméticos y médicos destinados al consumo femenino, masculino e infantil³²⁰. De esta forma, comenzamos a ser testigos del cambio de paradigma en la visualidad e iconografía pública: el producto

³¹⁷ Puede consultarse esta cabecera a través del siguiente enlace: http://prensahistorica.mcu.es/es/consulta/busqueda_referencia.cmd?campo=idtitulo&idValor=17280. Consultado el día 18 de julio de 2014.

³¹⁸ Desvois, Jean Michel, *La prensa...*, p. 11.

³¹⁹ *Ibidem*, p. 6.

³²⁰ Véase a Simón Palmer, María del Carmen, “La prensa local como fuente de la “pequeña historia”, en *La prensa española durante el siglo XIX...*, p. 127.

no solo se anunciaba con un texto que solía destacar sus virtudes, sino que se asociaba a una imagen que reforzaba, por lo general, el mensaje que “vendía” el producto anunciado. Este bien de consumo fue dirigido a la pujante burguesía, que como ya hemos señalado, en Logroño y La Rioja fue el motor del cambio tanto a nivel político como económico y urbanístico³²¹. En este sentido es interesante recordar que:

“La imagen [...] puede operar a nivel de motivaciones profundas: su poder persuasivo reside en su capacidad de influir sobre el inconsciente. El lenguaje, por el contrario, responde a unas estructuras lineales que condicionan la forma de percepción, que se ve tamizada en mayor medida por la razón”³²².

Durante el año 1889 se publicaron un total de 284 ejemplares de *La Rioja*, todos ellos disponibles a través del archivo digital de la Biblioteca Nacional de Madrid, área de Hemeroteca Digital sección de Prensa Virtual Histórica³²³. Se editaron a cuatro páginas, a excepción de su prospecto, que contenía solo una página, con unas medidas aproximadas de 28,5 cm x 40 cm, formato tabloide y a cuatro columnas³²⁴. En cuanto a los grabados publicados, se han dividido por tipologías asociados a una actividad económica concreta como puede ser la agricultura o los anuncios médicos. Cada anuncio tuvo un grabado tipográfico *ad hoc* que no fue necesariamente fabricado para el producto publicitado, salvo raras excepciones, como vemos por ejemplo en el anuncio de Harina lacteada Nestlé³²⁵. La gran mayoría de grabados catalogados fue de fabricación industrial, lo que quiere decir que formaban parte de juegos tipográficos.

Las categorías de anuncios publicitarios en las cuales hemos catalogado los grabados recopilados sumaron un total de 10 y son las siguientes: de médicos, de prensa, privados, de vestuario, de vinos y licores, de compañías navieras, de higiene y cosmética, de alimentación, agrícolas y de instrumentos musicales. La más numerosa en frecuencia de publicación corresponde a la agrícola con 257 anuncios, seguida de la publicidad de instrumentos musicales con 117 anuncios. En tercer lugar encontramos los anuncios médicos, luego las compañías navieras, los anuncios privados, de higiene y cosmética, de alimentación, de vinos y licores, de prensa y por último, de vestuario. A

³²¹ Bozal, Valeriano, *La ilustración gráfica del siglo XIX*...p. 12.

³²² Feliu, Emilio, “Publicidad y connotación: el mensaje de la inferencia” en *Estudios de lingüística*, Alicante, Universidad de Alicante, nº 1, 1983, p. 15.

³²³ Para la consulta del fondo digital del diario *La Rioja*, ver archivo: http://prensahistorica.mcu.es/es/publicaciones/numeros_por_mes.cmd?anyo=1900&idPublicacion=4598#gr01. Consultado el día 20 de julio de 2014.

³²⁴ También puede consultarse en línea a través del siguiente enlace: http://prensahistorica.mcu.es/es/publicaciones/numeros_por_mes.cmd?anyo=1889&idPublicacion=4598. Consultado el día 20 de julio de 2014.

³²⁵ Ver anexo pp. 377 y 507.

medida que avanza el año, el periódico publicó más anuncios ilustrados entre sus páginas siendo los últimos meses del año los que más publicidad concentran tanto por frecuencia de publicación como por el surgimiento nuevos anunciantes. Durante el año 1889, comprobamos en la en *La Rioja* la ausencia de viñetas cómicas, ya comenzaron a editarse a partir del mes de junio de 1899. En gran medida, si hacemos una revisión de las viñetas cómicas y la ilustración satírica en los periódicos y revistas de la época, descubriremos que su uso tuvo una finalidad concreta: la burla dirigida hacia el estamento político, militar e incluso el religioso³²⁶. En cualquier caso, en el año 1900 las viñetas cómicas no serán publicadas en *La Rioja* con un objetivo político ni propagandístico, sino más bien lúdico, amenizando las páginas con una sección humorística dirigida a todos los miembros de la familia, según puede desprenderse de su variedad temática³²⁷.

Cuadro nº 1. Total de reproducciones de anuncios que utilizan grabados tipográficos divididos por meses en 1889

Mes	Agrícolas	Alimentación	Higiene / Cosmética	Instrumentos	Médicos	Navieras	Prensa	Privados	Vestuario	Vinos y licores
Enero	12	1	0	0	0	0	6	0	0	0
Febrero	13	1	0	5	0	9	1	2	0	0
Marzo	20	2	0	24	0	13	0	1	2	5
Abril	21	2	0	0	6	13	0	0	0	4
Mayo	26	3	0	15	1	11	0	1	0	5
Junio	46	3	0	13	1	0	0	1	0	4
Julio	43	3	0	2	1	0	0	0	0	0
Agosto	41	3	5	0	1	0	7	0	15	0
Septiembre	10	2	5	15	5	0	0	0	8	0
Octubre	11	1	6	18	9	0	0	0	7	0
Noviembre	4	3	4	0	15	0	0	0	1	0
Diciembre	10	6	12	25	31	0	0	0	3	0
Total	257	30	32	117	70	46	14	5	36	18

Fuente: *La Rioja*, 1889, elaboración propia.

³²⁶ Martín Sánchez, Isabel, “La caricatura política en la II República...”, p. 203.

³²⁷ Eco, Umberto, *Historia de la fealdad*, Barcelona, Random House Mondadori, 2007, pp. 152-157.

Cuadro nº 2. Frecuencia de publicación de anuncios con grabados tipográficos durante 1889

Tipología	Total	Total %
Agrícolas	257	40,40%
Alimentación	30	4,80%
Higiene/ Cosmética	32	5,03%
Instrumentos musicales	117	18,30%
Médicos	70	11%
Navieras	53	8,33%
Prensa	7	1,10%
Privados	39	6,13%
Vestuario	2	0,31%
Vinos y licores	29	4,60%
Total	636	100,00%

Fuente: *La Rioja*, 1889, elaboración propia.

Tras analizar el marco general en el que se desarrolla la publicación del periódico, pasaremos a realizar el análisis de cada una de las tipologías catalogadas, así como los grabados que forman parte de la colección catalogada de *La Rioja* durante el año 1889.

4.2. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en anuncios médicos

Se han registrado durante el año 1889 un total de 70 anuncios médicos que se sirven del grabado tipográfico para reforzar su mensaje publicitario. El auge de la publicidad de anuncios médicos no es casual, tiene directa correspondencia con el aumento de fábricas de productos “médicos” patentados hacia 1875 y que en 1900

veremos desbordar las páginas con sus anuncios ilustrados³²⁸. Constituyen el 11% del total de grabados publicados, lo cual nos indica que estamos ante una categoría publicitaria ya importante en esta época³²⁹. Si nos fijamos en las tablas que muestran la frecuencia de publicación de los grabados tipográficos, nos encontraremos con que los meses de mayor publicación son los invernales: noviembre y diciembre.

Tanto el origen como el auge de la publicidad de productos medicinales hay que rastrearlo en Gran Bretaña y Estados Unidos, hacia mediados del siglo XIX³³⁰. Ambos países, a los que se sumó más tarde Francia, cuentan con un desarrollo industrial importante y sobre todo una gran cantidad y variedad de periódicos y revistas ilustradas que experimentaron un crecimiento vertiginoso con la inserción de este tipo de publicidad en sus páginas³³¹. Recordemos que en 1625, fue el *Weekly New of London* fue el primer periódico que insertó un anuncio en sus páginas, lo que implica más de 200 años de antelación en la publicación de anuncios si lo comparamos con la industria periodística española. Otro ejemplo es el francés, cuyo primer anuncio ilustrado en prensa data de 1875³³². En Estados Unidos, también a finales del siglo XIX, la publicidad de productos médicos en la prensa de la época no fue superada hasta 1899 por anuncios de muebles y equipamiento para el hogar, mientras que en España, el gran despegue en la fabricación de medicamentos está situado a partir de 1875, según Carlos Cebrían González, gracias a la inserción de anuncios³³³.

Esta publicidad no estuvo exenta de regulación en España aunque no siempre fuese de cumplimiento, como podremos verificar en los textos que acompañan determinados grabados. En un esfuerzo por legislar esta actividad encontramos dos regulaciones: la Ley de Sanidad de 1855³³⁴ y la de Ordenanzas de farmacia de 1860³³⁵. Esta última es muy estricta en cuanto a determinar quién puede fabricar y vender

³²⁸ Cebrían González, Carlos, *Historia de la publicidad...*, p. 37.

³²⁹ Véase a Simón Palmer, María del Carmen, “La prensa local como fuente de la “pequeña historia”, en *La prensa española durante el siglo XIX...*, p. 127.

³³⁰ Fernández Poyatos, María Dolores, “La publicidad de salud en la prensa ilustrada de finales del siglo XIX”, en *Questiones publicitarias*, Vol. 1, nº 16, Facultad de Comunicación, Universidad de Sevilla, 2011, p. 111.

³³¹ Timoteo Álvarez, Jesús, “Crisis del sistema informativo de la restauración” en Timoteo Álvarez, Jesús (Coord.), *Historia de los medios de comunicación en España...*, p. 12. También puede consultarse *La prensa ilustrada en España: Las ilustraciones 1850-1920* en Coloquio Internacional Rennes-Iris, Université Paul Valéry, Montpellier, 1996, ya que da buena cuenta a través de su selección de las diferencias tecnológicas, técnicas e iconográficas de la época entre la prensa española y la inglesa o francesa.

³³² Cebrían González, Carlos, *Historia de la publicidad...*, pp. 33-35.

³³³ Fernández Poyatos, María Dolores, “La publicidad de salud en la prensa ilustrada de finales del siglo XIX...”, p. 111.

³³⁴ *Gaceta de Madrid*, nº 825, 2 de abril de 1885, pp. 2-3.

³³⁵ *Gaceta de Madrid*, nº 115, 24 de abril de 1860, pp.1-2.

productos medicinales, especificando categorías y tipos de productos medicinales con el objetivo de restringir la publicidad engañosa aparecida en los medios de prensa en formatos tan diversos como artículos con cariz científico, cartas testimoniales o grabados ilustrando objetivos finales cumplidos por los medicamentos poco reales. Los grabados tipográficos publicados en anuncios médicos catalogados son los siguientes:

- a. Elixir, Polvo y Pasta dentífricos de los RR. PP. Benedictinos de la Abadía de Soulac, nomenclatura en el catálogo LR 18891304-1³³⁶, fue publicado por primera vez el día 13 de abril de 1889 en la página cuatro. Es el que mayor frecuencia de publicación tiene de todos, con un total de 35 publicaciones a lo largo del año.



Imagen 14. Elixir, Polvo y Pasta dentífricos de los RR. PP. Benedictinos de la Abadía de Soulac.

Fuente: *La Rioja*, 1889.

Cuadro nº 3. Frecuencia de publicación de LR 18891304-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	6	1	1
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	1	1	5	7	6	7
						Total
						35

Fuente: *La Rioja*, 1889, elaboración propia.

Este anuncio se sirve de dos grabados tipográficos insertos en la composición: la figura de un monje y un sello de forma almendrada. El monje es representado con hábito de benedictino y ha sido ubicado en el tercio izquierdo del anuncio junto al texto publicitario, sosteniendo en su mano derecha un frasco cilíndrico que sería la pasta

³³⁶ Ver anexo p. 355.

dental. Ha sido representando en perspectiva de tres cuartos de perfil, con sus sombras bien definidas, lo que nos permite apreciar los volúmenes y semitonos. Otro complemento con que se adorna la figura es el rosario con cruz colgando de su cintura. En la parte derecha del anuncio, figura una medalla de forma almendrada con inscripción que resulta ilegible y una figura pontificia al centro. Su estilo es realista y pretende ilustrar el texto como la casi totalidad de los anuncios de forma literal: la pasta fue inventada según indica su texto por monjes.

El elixir fue preparado por primera vez en 1510 en la Abadía de Fécamp, Francia y no en 1373 como se comunica en el anuncio. La composición química y la preparación del brebaje ha dejado de ser un secreto guardado en las boticas benedictinas, existiendo muchos tipos de fórmulas ya publicados³³⁷.

- b. Bálsamo Fernoline con nomenclatura LR 18892610-1³³⁸, fue publicado por primera vez el día 26 de octubre, página tres, 3ª columna, la página más costosa en cuanto a valor por línea de publicidad según el anuncio del propio diario³³⁹. La frecuencia de publicación de este grabado fue de 21 publicaciones concentradas en los meses de octubre, noviembre y diciembre. Informa sobre su punto de venta en Logroño, nombrando al farmacéutico, Subdelegado de Farmacia y vocal del Colegio Médico Farmacéutico del distrito de Logroño, en la última línea del texto: Patricio Gómez³⁴⁰.



BÁLSAMO DE FERNOLINE
Todas las familias deben tener un frasco.

Este maravilloso bálsamo está compuesto con el **Extracto Puro del Pino Amarillo, y es completamente vegetal.**

Con las aplicaciones locales de este excelente medicamento se obtiene la rápida curación de los **dolores reumáticos, de la neurálgia, ya sea facial, inter-costal ó ciática; de los tumores blancos, calambres de las piernas y brazos; hinchazones, dislocaciones, esguinces, quemaduras, sabañones, llohanillos y toda clase de contusiones golpes y picaduras de insectos**

Lo prescriben los doct.ores en el extranjero para curar los dolores que notan muchos enfermos en el **cuello, pecho y espaldas**, pues, gracias á la **volatilidad** de este remedio, aplicado sobre la piel absorbe en cantidad variable, según la superficie de aplicación, y penetra hasta la parte dolorida, sin acarrear los males que con frecuencia se observan empleando otros similares.

De venta en las principales farmacias y droguerías **UNICOS AGENTES EN ESPAÑA**
VILANOVA HERMANOS Y COMPAÑIA-BARCELONA
 Depósito en Logr Patricio Gomez

Imagen 15. Bálsamo Fernoline. Fuente: *La Rioja*, 1889.

³³⁷ Véase a De Jaime Lorén, José María, *Cordial de los benedictinos*, <http://blog.uchceu.es/eponimos-cientificos/cordial-elixir-dentifrico-licor-de-los-benedictinos/> consultado el día 03 de marzo de 2014.

³³⁸ Ver anexo p. 356.

³³⁹ *La Rioja*, Logroño, 16 de enero de 1889, p. 1.

³⁴⁰ La Farmacia a la cual hace referencia la publicidad estuvo ubicada en la calle San Blas nº 9, actual Capitán Gallarza, según Salas Franco, María Pilar, *Guía de Logroño...*, vol. I, pp. 60, 61 y 73 y vol. II, p. 64.

Cuadro nº 4. Frecuencia de publicación de LR 18892610-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	2	9	10
						Total
						21

Fuente: *La Rioja*, 1889, elaboración propia.

El grabado utilizó la imagen de la Estatua de la Libertad, concebida por Frédéric Auguste Bartholdi, escultor francés nacido en 1834 en Colmar y fallecido en 1904 en París. El encargo surgió para conmemorar los 100 años de la independencia de los Estados Unidos de Norteamérica, pero no será sino hasta 1871 cuando Frédéric Bartholdi viaje a la ciudad de New York para concretar su proyecto escultórico. El conjunto escultural fue remitido por piezas en barco en 1884 y terminado de montar el 28 de octubre de 1886. En los planos y montaje trabajaron dos importantes arquitectos decimonónicos: Eugène Violet-Le-Duc quien fue sustituido a su fallecimiento por Gustave Eiffel³⁴¹. La representación del grabado utilizado en este anuncio fue realizada en un estilo realista, aunque presenta algunas licencias en relación a la escultura en el rostro, los volúmenes del cuerpo y plisados del ropaje o el libro que porta en su mano izquierda. La semiótica de la imagen nos otorga la doble lectura que el anunciante quiere transmitir mediante el texto y la imagen: la idea asociada a lo moderno. La estatua de la libertad fue un símbolo que retrotrajo a las personas de esta época a conceptos como el de modernidad, confort, progreso, etc., una experiencia que no ha sido vivida por el consumidor, pero que es transmitida y contenida mediante una fórmula de unguento para aliviar dolores³⁴².

- c. Elixir de hígado bacalao Morruhol Quesada, registrado con la nomenclatura LR 18890312-1³⁴³. Fue publicado por primera vez el día 3 de diciembre de 1889 en la página cuatro, 4ª columna. Este grabado representa un bacalao dispuesto en la mitad izquierda del anuncio, con el nombre del fabricante inserto en el interior de su cuerpo. El texto que acompaña la imagen nos brinda información sobre su punto de venta en Logroño, la Farmacia de

³⁴¹ Para más información sobre etapas del proyecto, enlaces a la prensa de la época, fotografías y dibujos consultar en el siguiente enlace del Museo Bartholdi: <http://www.musee-bartholdi.com/musee/#>. Consultado el día 05/03/2014.

³⁴² Eco, Humberto, *La estructura ausente*, Madrid, De bolsillo, 2011, p. 241.

³⁴³ Ver anexo p. 357.

Piquer³⁴⁴. Dado que fue publicado por primera vez en invierno, el anuncio invita al consumo del producto durante el período invernal, en el cual la población es más vulnerable a enfermarse de fiebre, catarrros, neumonías, etc. Debemos recordar la situación sanitaria de la ciudad a finales del XIX, cuya tasa de mortalidad infantil llegó a casi al 40% llegando a su disminución progresiva a partir del siglo XX³⁴⁵. El grabado tipográfico además refuerza la calidad del producto, que se vende como un extracto enriquecido.

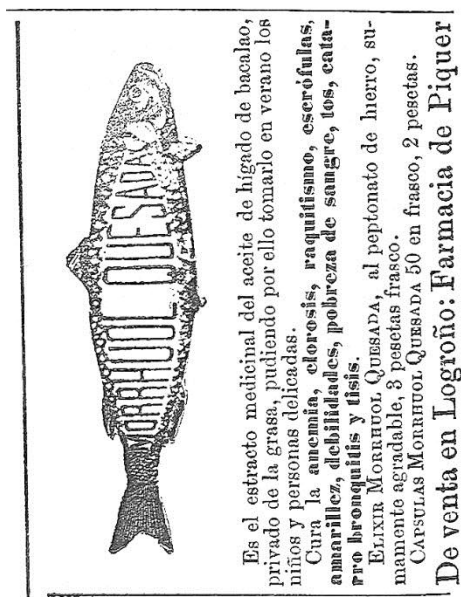


Imagen 16. Elixir de hígado bacalao Morruhol Quesada. Fuente: *La Rioja*, 1889.

Cuadro nº 5. Frecuencia de publicación de LR 18890312-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	6
						Total
						6

Fuente: *La Rioja*, 1889, elaboración propia.

- d. Durante el mes de diciembre un nuevo anuncio de aceite de hígado de bacalao fue editado. Se trata del Aceite de hígado bacalao de Jensen. Catalogado como LR 18890712-1³⁴⁶, fue publicado por primera vez el 7 de

³⁴⁴ Esta farmacia estuvo ubicada en la calle Mayor nº 147 según: Salas Franco, María Pilar, *Guía de Logroño...*, vol. I, p. 61.

³⁴⁵ Bernard Pérez, Gloria, "El crecimiento demográfico finisecular (1881-1900)" en Sesma Muñoz, José A. (Coord.), *Historia de la ciudad de Logroño...* p. 268.

³⁴⁶ Ver anexo p. 358.

diciembre en la página cuatro, 3ª columna y tuvo una frecuencia de publicación de dos. Hay notables diferencias entre ambos productos en cuanto a la iconografía que utilizan para su venta, ya que si bien Morruhol Quesada utiliza un bacalao, Jensen utiliza un grabado que representa a una figura femenina maternal rodeada de cuatro felices niños que se pelean por el turno para beber la cucharada de aceite. La imagen enseña un valor que sitúa a este aceite por sobre el resto, enseñando una escena precisa, considera como relevante por el fabricante. El eslogan situado en la parte inferior de la caja del grabado indica: “Agrada a los niños”, reforzando la escena³⁴⁷. Con una iconografía decimonónica y una composición llena de movimiento, el texto intenta vender un producto destinado al consumo familiar y como refuerzo alimenticio para personas aquejadas de diversas dolencias. Este reclamo es habitual en este tipo de publicidad, ya que enumera los problemas de salud que alivian como parte de su estrategia comercial. Este grabado no indica su distribuidor en Logroño.



Imagen 17. Aceite de hígado bacalao de Jensen. Fuente: *La Rioja*, 1889.

Cuadro nº 6. Frecuencia de publicación de LR 18890712-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	2
						Total
						2

Fuente: *La Rioja*, 1889, elaboración propia.

³⁴⁷ Gombrich, E.H., “La Imagen visual: su lugar en la comunicación” en *La imagen y el ojo*, Madrid, Debate, 2000, p. 144. En este artículo se señala la construcción de la imagen en base a dos elementos: quién la produce y quién la interpreta. En este tipo de grabados con frecuencia se representan personajes lozanos y vigorosos, encarnación de la salud física. En este sentido el anunciante encarga una imagen que debe poseer características concretas en tanto que el grabador debe desarrollar una composición con determinados elementos icónicos representativos de las ideas a transmitir y que logren empatizar con el público lector.

- e. Emplastes perforados americanos del doctor Winter, registrado como LR 18891012-1³⁴⁸. Fue publicado por primera vez el día 10 de diciembre en la página cuatro, 1ª columna. Utiliza un grabado tipográfico que ilustra no ya las bondades del producto, que se anuncian en la columna de la derecha, sino su modo de empleo sobre el cuerpo. Para ello, se ha utilizado la figura de un hombre adulto en perspectiva frontal a modo de modelo sobre el cual se dibujaron los parches a modo de ilustración. Un producto que aliviaba dolencias por inflamaciones musculares mediante un emplaste perforado de fieltro no generaría gran confianza en el público, por tanto la estrategia se basó en la enumeración de dolencias, como fue habitual en todos los anuncios que publicitaron productos médicos. El grabado enseña al lector cómo utilizar los parches, acompañado de un texto explicativo que contiene las referencias a su fabricación estadounidense en la parte inferior derecha, detalle no menos importante en términos de prestigio y venta de la idea de lo moderno, tal y como hemos visto en el grabado LR 18892610-1³⁴⁹ correspondiente a Bálsamo Fernoline, aunque no menciona ningún distribuidor concreto en Logroño.



Imagen 18. Emplastes perforados americanos del doctor Winter. Fuente: *La Rioja*, 1889.

³⁴⁸ Ver anexo p. 359.

³⁴⁹ Ver anexo p. 356.

Cuadro nº 7. Frecuencia de publicación de LR 18891012-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	6
						Total
						6

Fuente: *La Rioja*, 1889, elaboración propia.

4.3. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en anuncios de prensa

Durante 1889 solo se publicó un anuncio de prensa acompañado de un grabado tipográfico. Es el registrado como LR 18891601-2³⁵⁰ e informaba sobre el coste y horario límite para la publicación de esquelas en el diario *La Rioja*, que tuvo como horario límite la seis de la madrugada. Fue publicado por primera vez el día 16 de enero en la página tres, 4ª columna. Su composición es muy sencilla y efectiva: utiliza gruesos ribetes que enmarcan una cruz latina, símbolo del cristianismo asociado al martirio de Jesús³⁵¹. El texto oferta el servicio de publicación de esquelas hasta las 10 de la noche. Este tipo de anuncio acompañado con su grabado tipográfico tuvo una frecuencia de publicación de siete veces a lo largo del año concentrándose en los meses de enero y febrero. A partir de este momento, será habitual ver en las páginas del periódico los anuncios privados de familias anunciando los respectivos decesos, horarios de los servicios funerarios, dolientes, etc. Este anuncio se mantiene invariable en cuanto a horario límite de recepción y publicación en el periódico hasta nuestros días.

³⁵⁰ Ver anexo p. 360.

³⁵¹ La cruz es un símbolo primigenio, es decir que está presente en casi todas las culturas humanas dado que unifica la tierra y el cielo. Posteriormente se asoció a la religión cristiana y en especial al pasaje de la crucifixión de Jesús. Revilla, Federico, *Diccionario de iconografía y simbología*, Madrid, Cátedra, 1999, p. 126.



Imagen 19. Anuncio de prensa. Fuente: *La Rioja*, 1889

Cuadro nº 8. Frecuencia de publicación de LR 18891601-2

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	6	1	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
						Total
						7

Fuente: *La Rioja*, 1889, elaboración propia.

4.4. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en anuncios privados

Bajo esta categoría encontramos anuncios acompañados de grabados tipográficos correspondientes a esquelas anunciando fallecimientos o misas en memoria de algún familiar³⁵². Se dividen en dos tipologías de acuerdo a la iconografía del grabado que utilizaron en su publicación: infantil o adulta. A lo largo del año 1900, podremos apreciar mayor diversidad de grabados tipográficos acompañando estos anuncios tanto en su variante infantil como adulta, sin embargo en 1889 no hay una gran diversidad ya que para las esquelas de adulto y para las infantiles se utilizó un solo modelo.

- a. La esquila destinada al anuncio de decesos de adultos catalogada como LR 18891702-1³⁵³ se publicó por primera vez el día 17 de febrero, y utilizó la 3ª y 4ª columnas de la página tres. En esta primera publicación la utilización de

³⁵² Véase a Simón Palmer, María del Carmen, “La prensa local como fuente de la ‘pequeña historia’”, en *La prensa española durante el siglo XIX...*, p. 127.

³⁵³ Ver anexo p. 361.

dos columnas de página se debe a que la familia quería recalcar la posición social del fallecido, siendo lo habitual su edición a una columna. La iconografía es sencilla: una cruz aguzada sobre tres peldaños en orden ascendente, ubicada en la parte superior del anuncio, centrada, de color negro y vista frontal. El anuncio se enmarca en doble filete negro. Este grabado fue publicado en 36 ocasiones siendo el mes de agosto el de mayor frecuencia con 15 anuncios.



Imagen 20. Esquela de adulto. Fuente: *La Rioja*, 1889.

Cuadro nº 9. Frecuencia de publicación de LR 18891702-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	1	1	0	1	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	15	6	6	1	3
						Total
						36

Fuente: *La Rioja*, 1889, elaboración propia.

- b. El grabado LR 18891910-2³⁵⁴ fue utilizado en las esquelas infantiles. Contiene una imaginería más acorde a la edad de los niños fallecidos: un ángel de rodillas sobre una tumba. El ángel está representado de tres cuartos de perfil, desnudo, alado, con cabellos largos y las manos cubriendo el rostro. La tumba es un monolito en la que se puede distinguir una calavera y huesos. Fue publicada por primera vez el día 19 de octubre también a doble

³⁵⁴ Ver anexo p. 362.

columna en la página tres, columnas 3ª y 4ª. Tuvo una frecuencia de población de uno³⁵⁵.

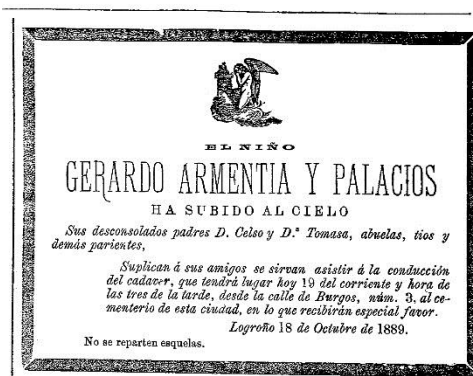


Imagen 21. Esquela infantil. Fuente: *La Rioja*, 1889.

Cuadro nº 10. Frecuencia de publicación de LR 18891910-2

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	1	0	0
						Total
						1

Fuente: *La Rioja*, 1889, elaboración propia.

4.5. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en anuncios de vestuario

Durante este año solo aparece un anuncio: Camisería del Andorrano. Publicado por primera vez el día 23 de marzo en la página tres, 4ª columna, lleva por nomenclatura el código LR 18892003-1³⁵⁶. El grabado que utiliza es muy sencillo: un cuello almidonado de camisa de la fábrica Leger. Lo curioso de este anuncio es que su texto no informa de la venta de camisas, sino de telas para la confección de las mismas a cargo del representante de la marca que, como indica el anuncio, está de paso por Logroño y visita a domicilio. El anuncio parece estar dirigido a compradores particulares, aunque es posible que se incluya a comerciantes mayoristas. La estancia del vendedor es

³⁵⁵ La difusión de las imágenes de ángeles se produjeron tras la propagación del cristianismo en Roma. Los romanos decoraban sus monumentos funerarios con victorias aladas que portaban a los difuntos. Anterior a los romanos fueron los sumerios, babilonios, asirios, Persas, entre otros pueblos del medio oriente antiguo quienes dotaron a sus dioses de alas sobre sus hombros para distinguirlos en las representaciones de estelas y monumentos. Revilla, Federico, *Diccionario de iconografía y simbología...*, pp. 33-35.

³⁵⁶ Ver anexo p. 363.

estacional concentrándose durante el mes de marzo en la Fonda El Suizo, en Calle de la Estación, actual avenida de La Rioja³⁵⁷.

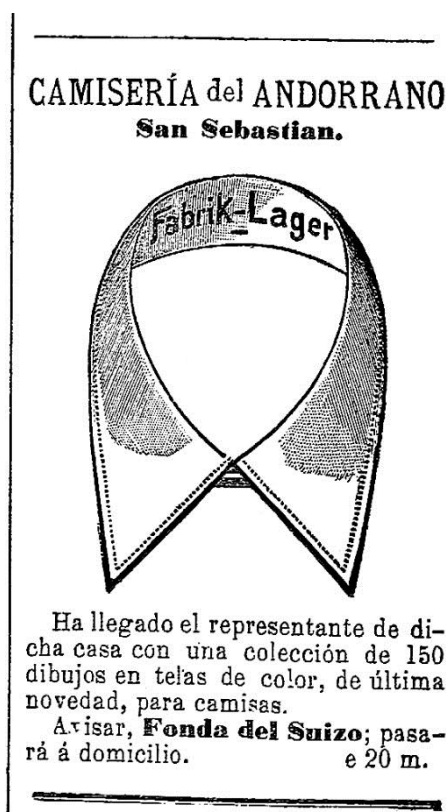


Imagen 21. Camisería del Andorrano. Fuente: *La Rioja*, 1889.

Cuadro nº 11. Frecuencia de publicación de LR 18892003-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	2	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
						Total
						2

Fuente: *La Rioja*, 1889, elaboración propia.

4.6. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en anuncios de vinos y licores

Bajo este epígrafe se anuncia una sola casa fabricante de ponche con un total de 29 anuncios publicitarios publicados a lo largo del año. Representa el 4,60% del total de grabados impresos y solo utiliza dos grabados diferentes en sus anuncios.

- a. El primero de ellos es Pum!, catalogado como LR 18890903-1³⁵⁸ y que fue publicado por primera vez el 9 de marzo, en la página 3, 2ª columna. Es un

³⁵⁷ La Fonda El Suizo figura dirigida por D. Cecilio Modrego en Salas Franco, María Pilar, *Guía de Logroño...*, vol. I, p.71 y vol. II, p. 63.

grabado en estilo realista que representa la botella que contiene el ponche. El texto que acompaña a la imagen incide en los elementos característicos del recipiente, otorgando al lector datos como el color del envase que el grabado no es capaz de reproducir. De esta forma, imagen y texto completan la información que se transmite al lector, mientras que el grabado consigue enseñar a los lectores el producto tal y como es ofertado en los comercios.



Imagen 22. ¡PUM! 1. Fuente: *La Rioja*, 1889.

Cuadro nº 12. Frecuencia de publicación de LR 18890903-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	5	4	5	4
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	1	0	0	0	2	0
						Total
						21

Fuente: *La Rioja*, 1889, elaboración propia.

³⁵⁸ Ver anexo p. 364.

- b. El segundo grabado identificado como LR 18890712-2³⁵⁹, fue publicado por primera vez el 7 de diciembre en la página cuatro, 2ª columna. Toma el relevo del grabado LR 18890903-1 utilizado a lo largo del año, de estilo realista y de carácter identificativo, para dar paso a un grabado de carácter más evocador e ilustrativo.

El anuncio se sirve de la imagen de la heroína aragonesa Agustina Saragossa, conocida popularmente como Agustina de Aragón, nacida en Barcelona en 1786. Contrajo matrimonio en 1803 con Juan Roca Vilaseca, Cabo segundo de artillería, con quién tras permanecer destinado en Menorca, es destinado a Barcelona y posteriormente a Zaragoza en 1808. Ambos personajes participaron en el primer sitio de Zaragoza, Juan Roca como miembro del ejército y Agustina en la defensa la Puerta del Portillo convirtiéndose en imagen de la resistencia frente al asedio francés. Tras contraer la peste a inicios de enero de 1809, es apresada y enviada como prisionera a la frontera francesa aunque a los pocos meses logra escapar y en agosto de 1810 se le concede el grado y sueldo de Subteniente de artillería³⁶⁰.

La imagen recrea el momento en que Agustina de Aragón enciende la mecha de un cañón abandonado tras caer muertos y heridos los soldados encargados de repeler los ataques del ejército invasor³⁶¹. Sobre la iconografía desarrollada en torno a este personaje histórico no se ha localizado ningún óleo o grabado como el que vemos en el anuncio de Pum!. Existen algunas obras como las del pintor Juan Gálvez y Fernando Brambilla, quienes viajaron a Zaragoza durante el sitio para realizar una serie de estampas heroicas en las cuales podemos reconocer a Agustina encendiendo el cañón o de la serie “Los desastres de la guerra” de Francisco de Goya, el grabado titulado “¡Qué valor!”, pero como iconografía y recurso compositivo generalizado, en todas las obras se representan a los pies del cañón y del personaje femenino, soldados caídos en medio de los escombros y de la munición de artillería³⁶². En este segundo grabado catalogado se han depurado estos detalles y se la presenta como una mujer ataviada con sus vestidos, cabello al viento y un cuchillo en su mano derecho, atributos simbólicos que

³⁵⁹ Ver anexo p. 365.

³⁶⁰ Queralt del Hierro, María Pilar, *Agustina de Aragón. La Mujer y el mito*, Madrid, La Esfera de los Libros, 2008.

³⁶¹ Se han encontrado además de las fuentes ya citadas, una obra de teatro con un epílogo correspondiente a las diversas críticas publicadas en diarios como: *Diario Falange*, *El Noticiero de Zaragoza*, *Diario Jaén*, entre otros. Ver a Villaespesa, Francisco y De Mendizábal, Federico, *Agustina de Aragón. (La heroína del Pilar)*, Madrid, Gesta, 1965.

³⁶² Gil Salinas, Rafael, “La imagen de la mujer en el sitio de Zaragoza: Agustina de Zaragoza y María de Aragón” en *Ars Longa: cuadernos de arte*, Universidad de Valencia, nº 1, 1990, pp. 75-79.

intentan transmitir la ferocidad y resistencia de su portadora. En este sentido, se intenta vincular el orgullo colectivo por el personaje histórico con el producto promocionado mediante la imagen de Agustina de Aragón y el texto literal que forma parte del grabado que informa sobre las medallas y premios obtenidos.



Imagen 23. PUM!! 2. Fuente: *La Rioja*, 1889.

Cuadro nº 13. Frecuencia de publicación de LR 18890712-2

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	10
						Total
						10

Fuente: *La Rioja*, 1889, elaboración propia.

4.7. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en anuncios de compañías navieras

Durante el año 1889, la publicidad de las compañías navieras no destacó del resto de anuncios ni por su cantidad ni por su variedad. Con un total de tres empresas y 53 anuncios editados a lo largo del año, representan el 8,3% de publicaciones en 1889. Esta tímida aparición contrasta con la frecuencia de publicación de estos anuncios una década más tarde, en 1900, cuando la emigración en La Rioja aumentó de forma considerable, llegando a 13 de cada mil el promedio³⁶³. Fue durante 1889 cuando se declaró oficialmente el primer brote de la filoxera en los viñedos riojanos en la localidad

³⁶³ Gurría García, A., Pedro y Lázaro Ruiz, Mercedes, *Tener un tío en América...*, p. 18. Para más información sobre la emigración a América véase a: García Sánchez, Juan A., *La Rioja y los riojanos en Chile...*; Gurría, García, A. Pedro y Lázaro, Ruiz, Mercedes, “La emigración riojana durante la Restauración...”, Somalo, Somalo, Casimiro, “El viaje de los sueños: emigración riojana a América...”; Giró Miranda, Joaquín, “La emigración riojana a América en el primer tercio del siglo XX...”, entre otros autores ya citados.

de Sajazarra³⁶⁴, extendiéndose inevitablemente al resto de viñedos y destruyendo las plantaciones, lo que provocó un flujo migratorio hacia América que iría en aumento hasta bien entrado el siglo XX³⁶⁵. A esta causa se añaden otras muchas como el servicio militar obligatorio, el paro estacional que tiene su origen en los períodos de trabajo agrícola o los problemas agrarios endémicos, lo que arroja una cifra de 30,000 desplazamientos ultramarinos entre 1880 y 1930³⁶⁶.

- a. El primer anuncio acompañado de su correspondiente grabado tipográfico fue el de Viajes D. Rufino Mateo. Identificado con la nomenclatura LR 18891002-1³⁶⁷ fue publicado por primera vez el 10 de febrero en la página cuatro. Esta empresa publicó un total de 21 anuncios, concentrándose en los meses de febrero y marzo, debido posiblemente a que ésta es la época del año con menor actividad agrícola. El grabado que utiliza para ilustrar el texto escrito es un vapor de mediados de siglo XIX navegando en medio del mar. En segundo plano y a la misma altura que la línea del horizonte, distinguimos una ciudad y sobre el barco, en sombra, lo que parece ser personajes en cubierta. El grabador ha unido los tres elementos iconográficos más representativos en la línea de horizonte: océano, barco y ciudad, concentrando la atención del espectador-lector. La imagen es literal y acorde al anuncio textual que acompaña a la imagen y que oferta billetes gratuitos a individuos solteros para Brasil. Cabe señalar al respecto que en los estudios realizados sobre emigración riojana de Pedro Gurría y Mercedes Lázaro Ruiz, se indica que Brasil no fue por aquel entonces un destino masivo para la emigración riojana, registrándose las salidas hacia este país según sus estudios en la primera década del siglo XX. Este anuncio vendría a ampliar el rango temporal de estos datos, ya que confirma que se abrieron cupos migratorios para Brasil a finales del siglo XIX:

“Las salidas a Brasil se registraron en fechas muy concretas en la primera década del siglo XX. Fueron muy minoritarias, reducidas básicamente a las localidades del valle del Ebro: Uruñuela, Cenicero y Calahorra. Al igual que el resto de la emigración española a este país, se trataba de una emigración familiar, subvencionada por las

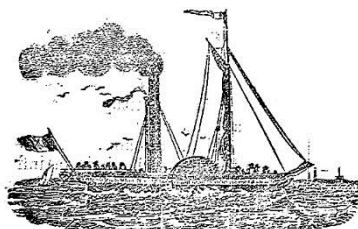
³⁶⁴ López Rodríguez, Pedro, *Sociedad riojana y crisis del caciquismo liberal...*, p. 46.

³⁶⁵ Gurría García, A., Pedro y Lázaro Ruiz, Mercedes, *Tener un tío en América...*, pp. 18-35.

³⁶⁶ Ollero, José Luis, “El contexto histórico de la corriente migratoria a ultramar” en *El viaje de los sueños. Emigración riojana a América*, Gobierno de La Rioja, 2006, p. 18.

³⁶⁷ Ver anexo p. 366.

autoridades brasileñas que reclutaban braceros para los cafetales de Sao Paulo. Desde 1902 los trabajadores españoles venían sustituyendo a los italianos en estas tareas”³⁶⁸.



PASAJES GRATIS Á LAS AMÉRICAS DEL SUR

Aviso á los labradores y jornaleros.

El próximo vapor para el Brasil con pasaje marítimo gratis y sin reintegro; saldrá del puerto de Pasajes (San Sebastian) á primeros de Marzo.

Debe advertirse que este vapor será el último en que se admitan individuos sueltos, pues desde 1.º de Abril han de ser todo familias Desde esta fecha podrán ir también artesanos.—Para más informes, dirigirse á D. Rufino Mateo, Abades, 14, principal, Logroño.

Remitan sello para la coatestación.

Imagen 24. Viajes D. Rufino Mateo. Fuente: *La Rioja*, 1889.

Cuadro nº 14. Frecuencia de publicación de anuncios de compañías navieras

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	9	12	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
						Total
						21

Fuente: *La Rioja*, 1889, elaboración propia.

b. La Agencia general de Pasajes publicó su primer grabado catalogado como LR 18893103-1, el día 31 de marzo, en la página cuatro, 1ª columna³⁶⁹. El grabado tipográfico que utiliza lo veremos en reiteradas ocasiones en los anuncios de diferentes compañías navieras a lo largo de 1900. Este grabado, debido quizás a su sencillez iconográfica, tuvo gran demanda. Representa un barco a vapor con su chimenea y velas al viento. No es un grabado realizado a la medida para el anuncio, sino un cliché tipográfico que probablemente forme parte de algún juego mayor.

En este grabado tipográfico se evidencia el establecimiento del flujo migratorio hacia Chile, ya que fue junto Argentina, Venezuela o Brasil, uno los destinos favoritos al obtener billetes gratuitos si reunían determinadas condiciones como las advertidas en el anuncio: ser obreros de entre 20 a 40 años. Según los estudios realizados por Pedro A. Gurría y Mercedes Lázaro

³⁶⁸ Gurría García, A., Pedro y Lázaro Ruiz, Mercedes, *Tener un tío en América...*, p. 38.

³⁶⁹ Ver anexo p. 367.

Cruz, el 71,35% de los emigrantes tenía como destino Argentina mientras que el 17,55% viajaban a Chile³⁷⁰.



Imagen 25. Agencia general de pasajes. Fuente: *La Rioja*, 1889.

Cuadro nº 15. Frecuencia de publicación de LR 18893103-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	1	11	4	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
						Total
						16

Fuente: *La Rioja*, 1889, elaboración propia.

- c. La Gran Compañía de vapores utilizó un grabado tipográfico catalogado como LR 18890704-1³⁷¹. Publicado por primera vez el día siete de abril, página cuatro, 4ª columna. Durante el año 1900, otros anunciantes de compañías navieras fueron publicados con este grabado para acompañar sus textos, tal y como hemos visto con el grabado anterior, el LR 18893103-1³⁷². Este cliché tipográfico representa en primer plano un barco de vapor, de dos mástiles y chimenea, con bandera en medio del océano. Lleva una firma que resulta poco definida: podría ser Blogati o Blogato en el margen izquierdo, siguiendo la curvatura de la línea que dibuja el contorno del mar. Tiene un estilo muy lineal y abstracto, el dibujante intentó conferir a la imagen la sensación de velocidad, que queda de manifiesto en detalles como el humo

³⁷⁰ Gurría García, Pedro A., y Lázaro Ruiz, Mercedes, “Rasgos generales de la emigración riojana a América (1880-1936)” en *El viaje de los sueños...*, p. 30.

³⁷¹ Ver anexo p. 368.

³⁷² Ver anexo p. 367.

de la chimenea o las banderas al ser reproducidas casi completamente en horizontal.



Imagen 26. La Gran Compañía de vapores. Fuente: *La Rioja*, 1889.

Cuadro nº 16. Frecuencia de publicación de LR 18890704-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	2	7	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	7	0	0	0	0
						Total
						16

Fuente: *La Rioja*, 1889, elaboración propia.

4.8. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en anuncios de higiene y cosmética


La higiene y la cosmética pasan progresivamente de pertenecer al ámbito privado a ser un tema de dominio público, lo que ve reflejado mediante la publicidad de productos destinados tanto al consumo femenino como masculino en medios impresos. Durante este año no encontramos ni una gran variedad ni profusión de anuncios, solo dos grabados representando un total de 5,03% de la publicidad que utiliza imágenes, con una frecuencia de publicación de 32 anuncios distribuidos principalmente a partir de la segunda mitad del año. Estos datos contrastan significativamente con el año 1900, en que se publicaron un total de 165 anuncios durante todos los meses del año.

- a. El primer anuncio de cosmética que aparece en *La Rioja*, y que utiliza un grabado tipográfico, fue Pomada prodigiosa Vega de Ferrando y Martínez, catalogado como LR 18890408-1³⁷³. Publicado el día 4 de agosto, en la página cuatro, 2ª columna. Este grabado tiene una frecuencia de publicación

³⁷³ Ver anexo p. 368.

de 24 reproducciones, siendo su principal característica el haber sido dirigido exclusivamente al público masculino. Representa a dos hombres: uno está sentado sobre un taburete y el otro está de pie. El personaje que está de pie es quien aplica el producto destinado a evitar la caída del cabello. En este sentido, la imagen está ilustrando cómo aplicar el producto tal y como hemos visto en los Emplastes perforados americanos del doctor Winter³⁷⁴. La escena se representa en un espacio interior, pero no se han añadidos detalles compositivos que permitan determinar si es un interior doméstico o una barbería.

LA CALVICIE HA MUERTO



Pomada prodigiosa Vega,
para hacer nacer el pelo y las barbas, de **Ferrando y Martínez.**

Con el uso de este producto, según marga la intrucción que acompaña á cada tarro, se consigue limpiar la cabeza de descamaciones furfuráceas, evitar la caída del pelo y darle fuerza y vigor. **A los 20 dias** nace bello en los sitios que ha habido pelo; bello que se transforma en pelo, si se continúa usándola y teniendo en consideración las condiciones individualidades. El que pruebe una sola vez se convencerá.

Consulta médica diaria y por correo. Precio de los tarros: 15, 25 y 30 pesetas uno.

Despacho continuo.

Depósito general: S. Vicente, 191, entresuelo.—VALENCIA.

NOTAS. Para que el público tenga garantías de lo que anunciamos, devolveremos el importe á quien no obtenga algunos de los resultados que indicamos, «dirigiéndose á la casa central».

Se desean agentes para darle la exclusividad de la venta en la provincia. Condiciones ventajosas.

MARCA DEPOSITADA

Imagen 27. Pomada prodigiosa Vega de Ferrando y Martínez. Fuente: *La Rioja*, 1889

Cuadro nº 17. Frecuencia de publicación de LR 18890408-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	5	5	6	4	4
						Total
						24

Fuente: *La Rioja*, 1889, elaboración propia.

³⁷⁴ Ver anexo p. 359.

b. El grabado LR 18891012-2³⁷⁵ que acompaña al anuncio de Calloesline, se publicó por primera vez el día 10 de diciembre en la página tres, 4ª columna. Tuvo una frecuencia de publicación de ocho únicamente durante el mes de diciembre. El grabado posee una composición compleja y de facturación propia. Dividido en tres columnas, dos laterales representan frascos con el nombre del producto, en perspectiva frontal, seis por columna y dispuestos en sentido vertical. En la columna central se reproduce un hombre de cuerpo entero, bailando con los brazos en alto, vestido con gorra y bufanda y con sol en segundo plano. El producto es una pomada quita callos y la imagen resalta el sentido del bienestar de los pies al presentar al personaje en movimiento. No hay indicación de un distribuidor en concreto, por tanto podemos determinar que el anuncio no ha sido insertado específicamente por algún farmacéutico de la ciudad interesado en atraer clientes mediante la publicidad del producto.



Imagen 28. Calloesline. Fuente: *La Rioja*, 1889.

Cuadro nº 18. Frecuencia de publicación de LR 18891012-2

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	8
						Total
						8

Fuente: *La Rioja*, 1889, elaboración propia.

³⁷⁵ Ver anexo p. 370.

4.9. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en anuncios de alimentación

Dentro de esta categoría solo se ha catalogado un grabado tipográfico, con una frecuencia de publicación equivalente al 4,8% sobre el total de anuncios publicados en 1889. Se trata de Harina Lacteada Nestlé, único anunciante dentro de la categoría de alimentación en el año 1900, con una frecuencia de 165 anuncios que representa el 1,2% del total de anuncios publicados. La aparición de publicidad que incorporó grabados tipográficos en el ámbito de la alimentación fue progresiva. Hay que matizar que en la región se desarrolló una importante actividad conservera, elevándose de 25 los centros de fabricación de alimentos procesados en 1894, a 39 en 1903³⁷⁶.

Durante este año, se publicaron anuncios literales que incluyen a fabricantes de otras provincias como el Galletas Olibet e Hijo de Guipúzcoa³⁷⁷, siendo la imagen relevante en el embalaje del producto, no así en la publicidad. Este hecho se debió a que a partir de 1850 fue obligatorio mencionar en los envoltorios datos como el nombre del fabricante o lugar de origen, lo que derivó en un auge de la industria tipolitográfica. El establecimiento de estas industrias tuvo dos focos: San Sebastián y Tolosa, con sagas familiares como los del taller litográfico de G. Carpenter, Gordón, Pío Zaragoza o Fidel Múgica en San Sebastián. En Tolosa figuran los nombres de Laureano Gordón, Sotero Arrese, Gregorio Arrillaga y Pedro Otegui³⁷⁸.

El grabado de Harina Lacteada Nestlé, catalogado como LR 18892901-1³⁷⁹, fue publicado por primera vez el 29 de enero en la página cuatro, 3ª y 4ª columnas. En primer plano se representa un nido con crías siendo alimentadas por la madre. Es el primer anuncio que se conoce en España de esta marca alimenticia Suiza, y tal como se ha recogido en el catálogo, fue publicado por primera vez en 18 de noviembre de 1879 en *La Alianza de Valencia* en la página cuatro³⁸⁰. El grabado compositivamente es simple y transmite el mensaje elemental del producto mediante la imagen materna que nutre y alimenta a sus crías. Un diseño que permanece en el anonimato, pero que ha ido evolucionando hasta nuestros días con mayor rango de abstracción en sus líneas y formas definidas que podemos apreciar en el nido o las plumas de las aves. Por último,

³⁷⁶ Bernard Pérez, Gloria, “El crecimiento demográfico finisecular (1881-1900)”..., p. 41.

³⁷⁷ *La Rioja*, 7 de mayo de 1889, p. 4.

³⁷⁸ Lidón Martínez, Concepción, *La litografía industrial en el norte de España 1800 a 1950*..., pp. 48-51.

³⁷⁹ Ver anexo p. 371.

³⁸⁰ VV/AA, *Una historia de la publicidad española. Reflejos de más de un siglo de Nestlé*, Barcelona, Sociedad Nestlé, 2005, p. 21.

la etimología de la palabra Nestlé se ha reproducido en su iconografía, ya que la traducción de nido corresponde a Nest en alemán.



Imagen 29. Harina Lacteada Nestlé. Fuente: *La Rioja*, 1889.

Cuadro nº 19. Frecuencia de publicación de LR 18892901-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	1	1	2	2	3	3
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	3	3	2	1	3	6
						Total
						30

Fuente: *La Rioja*, 1889, elaboración propia.

4.10. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en anuncios agrícolas

Los anuncios agrícolas, con un total de 257 anuncios sobre 636, representan el 40,4% del total de anuncios que incluyen grabados tipográficos. Es la tipología que mayor cantidad de anuncios acompañados de imágenes publicó en 1889 seguido muy de lejos por los anuncios de instrumentos musicales, con 117 anuncios ilustrados, lo que representa un 18,3% del total. Este hecho no es tampoco casual dado que la principal actividad económica de La Rioja en este período fue la agricultura derivando a la industria alimentaria a finales del siglo XIX³⁸¹. Este sector llegó a emplear a casi al 50% de la población a principios de siglo XX, convirtiéndose en una fuente importante de ingresos y en un dinamizador de la economía local³⁸².

De los cinco grabados catalogados bajo este epígrafe, dos corresponden a anuncios de maquinaria agrícola de la empresa familiar Marrodán y que es situada por

³⁸¹ Bermejo Martín, Francisco, “La vida político-social: siglos XIX y XX” en García Prado, Justiniano (Coord.), *Historia de la Rioja...*, p. 295 y véase a Elías Pastor, Luis Vicente, “Patrimonio Etnográfico” en *La Cultura de la vid y el vino en La Rioja*, Caballero López, José Antonio y Delgado Idarreta, José Miguel (Coord)..., pp. 46-63.

³⁸² Bernard Pérez, Gloria, “El crecimiento demográfico finisecular (1881-1900)...”, pp. 41-43.

Gloria Bernard dentro de la categoría industrial y no agraria³⁸³. En este trabajo se ha incluido dentro del grupo de anuncios agrícolas debido a que la maquinaria que venden y fabrican está enfocada al sector agrícola, por tanto resultaba más afín incluirlo dentro de esta categoría que crear una por separado³⁸⁴.

- a. El primer anuncio publicado por Marrodán catalogado como LR 18891601-1³⁸⁵, apareció el día 16 de enero en la página cuatro, 1ª columna y tuvo una frecuencia de publicación de 88. El grabado que acompaña al texto representa una bomba de riegos, aunque el texto que forma parte del anuncio, enumera una serie de máquinas como hornos, pisadoras de uva, etc. El cliché tipográfico fue seleccionado en función de una amplia variedad de artículos a la venta, pero no como una imagen concisa y que guarde estrecha relación con el texto del anuncio, ya que no hace referencia directa a lo puntualizado en el texto.



Imagen 30. Juan Marrodán. Fuente: *La Rioja*, 1889.

Cuadro nº 20. Frecuencia de publicación de LR 18891601-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	12	13	20	21	22	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
						Total
						88

Fuente: *La Rioja*, 1889, elaboración propia.

³⁸³ Véase el desarrollo de este tema en: Bernard Pérez, Gloria, “El crecimiento demográfico finisecular (1881-1900)...”, pp. 40 a 47.

³⁸⁴ Bernard Pérez, Gloria, “El crecimiento demográfico finisecular (1881-1900)...”, p. 41. También se recomienda la lectura de Alonso Castroviejo, Jesús Javier, *Problemática agraria y solución burguesa...*, IER, ya que realiza un seguimiento de la evolución de este tema, con datos muy precisos e ilustrativos.

³⁸⁵ Ver anexo p. 372.

b. El grabado identificado con la nomenclatura LR 18892805-1³⁸⁶ fue publicado por primera vez el 28 de mayo, página cuatro, 1ª columna, con una frecuencia total de 138. El grabado tiene directa relación con el texto, ya que ilustra el tipo de trillo que este comercio tiene a la venta. La imagen tiene el estilo de ilustración científico, enseñando al lector las características esenciales del objeto. La ilustración científica data del siglo XV y se reconoce a Albert Durero el inicio de esta disciplina plástica³⁸⁷. Aún hoy en día no ha sido superada por las modernas técnicas de la fotografía, ya que sigue valorándose la condensación de las características del objeto representado, lo que favorece la eficacia comunicativa³⁸⁸. Este es uno de los pocos grabados que llevan firman: MASI, aunque nos ha encontrado ningún nombre vinculado a estas iniciales.



Imagen 31. Trillos mecánicos para mies. Fuente: *La Rioja*, 1889.

Cuadro nº 21. Frecuencia de publicación de LR 18892805-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	4	46
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	43	41	4	0	0	0
						Total
						138

Fuente: *La Rioja*, 1889, elaboración propia.

³⁸⁶ Ver anexo p. 373.

³⁸⁷ Para más información véase a Blanco, Laura y Guido, Vanesa, “¿Qué es la ilustración científica” en *Mito revista cultural*: <http://revistamito.com/que-es-la-ilustracion-cientifica>. Consulta realizada el día 19 de junio de 2014.

³⁸⁸ Ver a Mayor Iborra, José y Flores Gutiérrez, Mariano, “El dibujo científico. Introducción al dibujo como lenguaje en el campo de trabajo” en *VAR Virtual Archaeology Review*, Peccioli, Vol. 4, nº 9, 2013, pp, 130-134. Todos sus números están disponibles a través del siguiente enlace: <http://varjournal.es/index.html>. Consulta realizada el 20 de junio de 2013.

- c. El grabado registrado con la nomenclatura LR 18891009-1³⁸⁹ lleva un texto en el que solicita caballos para la pica y lidia del toro³⁹⁰. Es estacional y tiene directa relación con las fiestas de los pueblos que se celebran en los meses estivales, motivo por el cual este anuncio solo fue publicado en el mes septiembre. Su primera publicación fue realizada el día 10 de septiembre, página tres, 4ª columna. Ya hemos mencionado que esta página era la más costosa del periódico según el anuncio informativo de tarifas del propio periódico³⁹¹. El grabado que acompaña el anuncio no cumple ninguna función ilustrativa, metafórica o pedagógica en relación al texto, ya que se trata de un hombre vestido de época sosteniendo un cartel donde se incluye el texto del anuncio. Si bien no hay se registran grabados tipográficos que reproduzcan carteles taurinos, está documento que los máximos exponentes fueron a su vez los dibujantes de la ilustración satírica decimonónica que publicaron en *Gil Blas*, *El Guirigay* entre otras publicaciones de la época y que son Francisco Ortego³⁹² o los hermanos Alfredo y Daniel Pereda³⁹³.

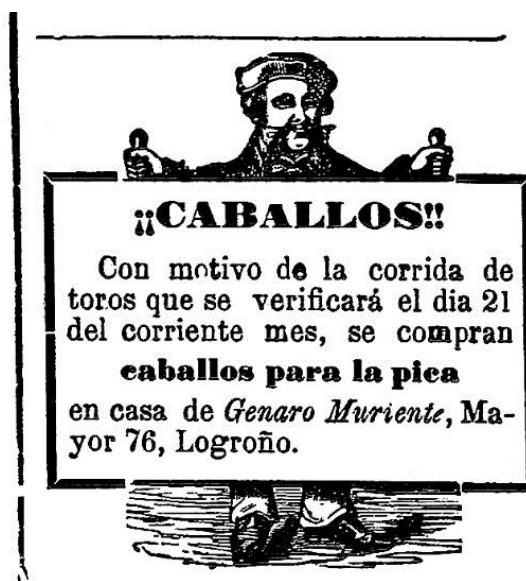


Imagen 32. ¡¡Caballos!!.. Fuente: *La Rioja*, 1889.

³⁸⁹ Ver anexo p. 374.

³⁹⁰ Véase a Simón Palmer, María del Carmen, “La prensa local como fuente de la “pequeña historia”, en *La prensa española durante el siglo XIX...*, p. 128.

³⁹¹ *La Rioja*, Logroño, 16 de enero, 1889, p. 1.

³⁹² Sus primeros grabados firmados fueron publicados en 1858 en *El Museo Universal*. Para más información véase a Ortega, Marie-Linda, “Algunas noticias del editor madrileño Miguel Guijarro y sus colaboraciones con Francisco Ortego” en *Prensa, impresos, lecturas en el mundo hispánico contemporáneo: homenaje a Jean François Bortrel*, Desvois, Jean Michel (Coord.), Bordeaux, Université Michel de Montaigne, 2005, pp. 151-164.

³⁹³ Zaldívar, Rafael, *El cartel taurino*, Madrid, Espasa-Calpe, 1990, pp. 18-19.

Cuadro nº 22. Frecuencia de publicación de LR 18891009-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	6	0	0	0
						Total
						6

Fuente: *La Rioja*, 1889, elaboración propia.

- d. El grabado identificado como LR 18891910-1³⁹⁴ fue publicado por primera vez se el día 19 de octubre, en la página tres, 2º columna. Este anuncio es igual al de compra de caballos para la lidia, estacional, llegando a publicarse solo 13 anuncios distribuidos entre los meses de octubre y noviembre. Representa una mujer ordeñando una vaca de espaldas. El grabado ilustra el momento en que el comprador del animal saca provecho de su inversión, lo que convierte a la imagen en una ilustración precisa de la función de venta. Este cliché tipográfico es genérico y será utilizado con el mismo propósito en anuncios similares a lo largo del año 1900.



Imagen 33. Venta de vacas. Fuente: *La Rioja*, 1889.

Cuadro nº 23. Frecuencia de publicación de LR 18891910-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	11	2	0
						Total
						13

Fuente: *La Rioja*, 1889, elaboración propia.

³⁹⁴ Ver anexo p. 375.

- e. El último anuncio de esta categoría es el LR 18892711-1³⁹⁵, destinado al uso veterinario. Fue publicado por primera vez el día 27 de noviembre, en la página cuatro, 3ª columna, con una frecuencia de publicación de 12 anuncios concentrados entre los meses de noviembre y diciembre. El grabado que utiliza para ilustrar el texto es un caballo de perfil, con la cabeza hacia la izquierda y enjaezado. Es de destacar la ornamentación que se ha creado mediante la orla tipográfica que enmarca el anuncio y que puede verse utilizada en reiteradas ocasiones en otros anuncios y elementos que el cajista de la plana debía enfatizar.



Imagen 34. Linimento Resolutivo, Saiz Martínez. Fuente: *La Rioja*, 1889.

Cuadro nº 24. Frecuencia de publicación de LR 18892711-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	10	2
						Total
						12

Fuente: *La Rioja*, 1889, elaboración propia.

4.11. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en anuncios de instrumentos musicales

Los anuncios de instrumentos musicales acompañados de grabados tipográficos representan la segunda categoría más numerosa entre todos los grabados publicados.

³⁹⁵ Ver anexo p. 376.

Con un total de 117 anuncios suponen el 18,30% del total de anuncios, los tres diferentes grabados que veremos publicados corresponden a la misma empresa familiar que ofrecía sus servicios en Logroño, aunque su sede estuvo ubicada en la ciudad de Pamplona. Es de destacar que esta categoría no se registró en el catálogo de 1900, aunque sí pueden encontrarse anuncios literales ofertando instrumentos musicales en ambos períodos estudiados e incluso clases de música.

- a. El primer anuncio corresponde al LR 18892302-1³⁹⁶ y fue publicado el 23 de febrero, en la página cuatro, 1ª, 2ª y 3ª columnas. Este anuncio de formato rectangular, utilizó grabados tipográficos que representan un piano de pared y un armonius. En este sentido, la imagen y el texto se funden acompañándose mutuamente en el mensaje y el contenido. Fue publicado un total de 29 veces entre los meses de febrero y marzo.



Imagen 35. Viuda de Conrado García e hijo 1. Fuente: *La Rioja*, 1889.

Cuadro nº 25. Frecuencia de publicación de LR 18892302-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	5	24	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
						Total
						29

Fuente: *La Rioja*, 1889, elaboración propia.

- b. El segundo anuncio LR 18891405-1³⁹⁷ solo utiliza un grabado que representa un piano de pared con diversos textos insertos en su cuerpo. Fue publicado por primera vez el día 14 de mayo en la página cuatro, 1ª columna. Durante los meses de mayo, junio y julio con una frecuencia total de 30

³⁹⁶ Ver anexo p. 377.

³⁹⁷ Ver anexo p. 378.

publicaciones. En comparación con el primer anuncio éste es más económico dado sus dimensiones pero igual de efectivo ya que la publicidad atenúa el texto literario que describe los tipos de instrumentos musicales disponibles, así como ubicación del comercio y otras características, para centrar la atención del espectador únicamente en el objeto representando.

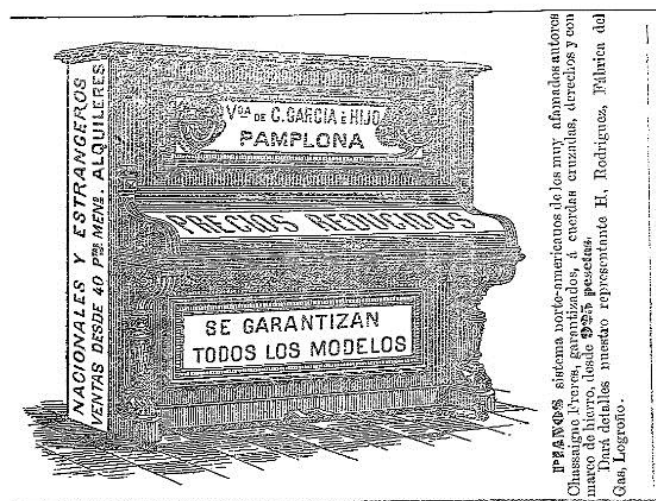


Imagen 36. Viuda de Conrado García e hijo 2. Fuente: *La Rioja*, 1889.

Cuadro nº 26. Frecuencia de publicación de LR 18891405-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	15	13
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	2	0	0	0	0	0
						Total
						30

Fuente: *La Rioja*, 1889, elaboración propia.

- c. El anuncio LR 18891209-1³⁹⁸ publicado por primera vez el día 12 de septiembre, página tres, 3ª columna. Representa un piano de pared, incidiendo en la forma del instrumento: un piano. El texto literal indica detalles como la dirección comercial o valor de algunos instrumentos musicales a la venta. En este grabado la composición de las cajas de texto fueron compuestas tipográficamente de forma ordenada, en sentido horizontal, a continuación de la imagen (no en un formato vertical como en el anuncio LR 18891405-1 anteriormente analizado), incorporando cajas de texto en vertical en los laterales únicamente. Fue publicado 58 veces durante

³⁹⁸ Ver anexo p. 379.

los meses de septiembre, octubre y diciembre, siendo este último mes el de mayor frecuencia de publicación debido probablemente a la proximidad de las fiestas de fin de año.

CASA DE CONFIANZA



FUNDADA EN 1859

Viuda de Conrado García e hijo
 36-Boulevard de Valencia-36
 PAMPLONA.

Pianos y armoniums de las mejores fábricas españolas y extranjeras.
Elegantes pianos de los muy acreditados fabricantes *Chassaingne Frères* que tan buen resultado han dado en esta población «**garantizados**» desde 3.700 reales.—**Pianos españoles** id. id. 3 300 id.
 Venta á plazos por mensualidades

Imagen 37. Viuda de Conrado García e hijo 3. Fuente: *La Rioja*, 1889.

Cuadro nº 27. Frecuencia de publicación de LR 18891209-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	15	18	0	25
						Total
						58

Fuente: *La Rioja*, 1889, elaboración propia.

5. Análisis de los grabados de 1900

5.1. Consideraciones generales del año 1900

En los archivos digitalizados de la Biblioteca Nacional de Madrid, área de Hemeroteca Digital sección de Prensa Virtual Histórica, se registran un total de 314 periódicos del diario *La Rioja*³⁹⁹. Algunos de estos ejemplares han llegado incompletos hasta nuestros días, pero podemos dar por válido el muestreo dada la cantidad de ejemplares y la buena calidad en que han sido conservados.

Formalmente, *La Rioja* experimentó una serie de modificaciones desde el año de su fundación en 1889 hasta el año 1900, como las registradas en la medida de sus páginas: 35 cm. x 55 cm. aproximadamente, en lugar de los 28,5 cm. x 40 cm. con que fue maquetado en el año 1889. Su formato continuó siendo el tabloide, pero variaron las columnas en que se distribuían los corondeles de sus páginas. De las cuatro columnas de 1889 pasó a editarse en 1900 a cinco columnas. La cantidad de columnas fue variable en función de la disposición de las cajas que contenían publicidad redaccional y con grabados⁴⁰⁰. El número de páginas se mantuvo a lo largo de la década en cuatro. Si bien

³⁹⁹ Fondo digital del diario *La Rioja* se introduce este enlace y se accede directamente al archivo:http://prensahistorica.mcu.es/es/publicaciones/numeros_por_mes.cmd?anyo=1900&idPublicacion=4598#gr01. Consultado el día 20 de mayo de 2014.

⁴⁰⁰ La publicidad de tipo redaccional corresponde al anuncio por palabras, su definición puede consultarse en Fernández Poyatos, María Dolores y Feliu García, Emilio, “Avisos, anuncios...”, p. 330.

estos cambios parecen meramente estéticos, encierran un cambio de paradigma tanto a nivel técnico como social, dado que la maquetación horizontal del periódico posibilitó la inserción de una publicidad que abarcaba más superficie impresa, lo que redundó en una mayor financiación independiente de cualquier personalidad política o partido⁴⁰¹.

Constatamos que el total de grabados tipográficos impresos en el diario *La Rioja* durante el año 1900 asciende a 3.694 (sin contar con los anuncios de tipo redaccional, donde no se utilizó ningún tipo de imagen)⁴⁰². Si lo comparamos con el total de grabados tipográficos publicados en el año 1889 con 636, verificamos la gran importancia que adquiere la imagen en la publicidad, siendo su uso ascendente a medida que los anunciantes y fabricantes necesitan fijar sus productos y mensajes en el imaginario del lector, en lo que hoy en día es una práctica publicitaria consolidada⁴⁰³.

Para su estudio y siguiendo las categorizaciones del año 1889, se han dividido los anuncios en 17 diferentes tipologías: Anuncios médicos, de muebles, de prensa, privados, de relojerías, óptica y electricidad, de espectáculos, de vestuario, de coches y bicicletas, de vinos y licores, compañías navieras, de aseguradoras, higiene y cosmética, de alimentación, de material de oficina, de sillas de montar, agrícolas y viñetas cómicas.

A la par que se mantienen categorías ya existentes durante el año 1889 encontramos otras diferentes como por ejemplo las viñetas cómicas que aportan un contenido lúdico y familiar o los anuncios de compañías aseguradoras, éstas últimas darían cuenta de la moderada industrialización de la región que generaba la demanda por asegurar los comercios y fabricas⁴⁰⁴.

Como ya se ha hecho mención, a lo largo de 1900 las imágenes se multiplicaron entre las páginas de *La Rioja*, llegando a publicarse anuncios acompañados de grabados tipográficos incluso en la portada de los ejemplares, normalmente reservada a los titulares de mayor relevancia así como a la editorial. Ejemplos de ello lo encontramos en el anuncio identificado con las nomenclaturas LR 19000101-1⁴⁰⁵, que utiliza un

⁴⁰¹ Gürtler, André, *Historia del periódico y su evolución tipográfica...*, pp. 18-21 y Rueda Laffont, José Carlos, “La fabricación del libro. La industrialización de las técnicas: máquinas, papel y encuadernación” en Martínez Martín, A. Jesús (Coord.), *Historia de la edición...*, p. 222.

⁴⁰² Fernández Poyatos, María Dolores y Feliu García, Emilio, “Avisos, anuncios...”, pp. 327-328.

⁴⁰³ Para más información sobre el mensaje publicitario véase a: Feliu, Emilio, “Publicidad y connotación: el mensaje de la inferencia...”, pp. 113-126.

⁴⁰⁴ Véase por ejemplo a López Rodríguez, Pedro, *Sociedad riojana y crisis del caciquismo liberal: Logroño...* o Bermejo Martín, Francisco, “Hacia la industrialización de Logroño (1900-1940)”, pp. 151-178 y del mismo autor “Los sectores económicos en el último cuarto del siglo XIX”..., pp. 39-54, ambos en Sesma Muñoz, José A., (Coord.), *Historia de la ciudad de Logroño...*, entre otros autores mencionados.

⁴⁰⁵ Ver anexo p. 387.

grabado tipográfico de una oreja y que fue publicado el 1 de enero de 1900, o el anuncio LR 19000516-1⁴⁰⁶, publicado el 16 de mayo de 1900 y que es una composición a base de diferentes tipos de sombreros. Otro fenómeno que explica este crecimiento tanto de la imagen como de la variedad de las tipologías, fue el hecho de que ya no bastó para dar visibilidad al comercio o producto anunciarlo de forma escrita, la imagen se hizo imprescindible para destacar sobre otros comercios similares⁴⁰⁷.

Hay algunos anuncios que tienen un marcado carácter temporal, esto quiere decir que no se publicaron a lo largo del año, sino en meses concretos. Un ejemplo de la temporalidad en la publicidad la encontramos en el grabado tipográfico que ilustra el anuncio del dentista Juan Garaitia, LR 19000320-2⁴⁰⁸, dentista que atendía en determinados periodos de tiempo a pacientes en diferentes ciudades. Otro ejemplo es el anuncio publicitado como “El Vichy español” (LR 19000807-1⁴⁰⁹), publicado en 10 ocasiones durante los meses de julio y agosto y solo una vez en el mes de septiembre, lo que se explica porque son los meses más calurosos del año y la gente bebe más líquidos para apaciguar la sed producida por el calor del verano.

Al igual que en 1889, los anuncios se dirigen a un público lector burgués, aunque el aumento de los anuncios de compañías marítimas destinados a emigrantes de origen rural se incrementa notablemente. Este hecho tiene su paralelismo en las condiciones económicas y sociales de estos sujetos, afectados por la crisis de la filoxera, las crisis agrícolas y sus reconversiones y por las oportunidades que se les ofrecía al otro lado del océano⁴¹⁰.

A continuación pasaremos a revisar cada una de las categorías del año 1900. Se han incluido al igual que en el análisis de los grabados tipográficos de 1889 cuadros que sintetizan la frecuencia de publicación por tipología para facilitar su comprensión.

⁴⁰⁶ Ver anexo p. 462.

⁴⁰⁷ Véase a Simón Palmer, María del Carmen, “La prensa local como fuente de la “pequeña historia”, en *La prensa española durante el siglo XIX...*, p. 127.

⁴⁰⁸ Ver anexo p. 385.

⁴⁰⁹ Ver anexo p. 391.

⁴¹⁰ Para más información véase a: Delgado, Idarreta, José Miguel, Gurría García, Pedro y Lázaro Ruíz, Mercedes, “Los estudios demográficos en La Rioja...”; Gurría García, Pedro y Lázaro Ruíz, Mercedes, *Tener un tío en América...*; García Sánchez, Juan Antonio., “La Travesía” en *El viaje de los sueños...*; Giró Miranda, Joaquín, “La emigración riojana a América en el primer tercio del siglo XX...”; Alonso Castroviejo, Jesús Javier, *Problemática agraria y solución burguesa*; entre otros textos reseñados.

Cuadro nº 28.1. Total de reproducciones de anuncios que utilizan grabados tipográficos divididos por meses en 1900

Tipología	Agrícolas	Alimentación	Aseguradoras	Bicicletas
Enero	23	3	13	3
Febrero	13	2	21	5
Marzo	12	2	22	4
Abril	20	2	8	3
Mayo	62	5	8	0
Junio	33	4	17	0
Julio	39	3	13	0
Agosto	17	4	16	5
Septiembre	24	5	14	12
Octubre	15	1	21	2
Noviembre	14	5	23	6
Diciembre	0	6	13	0
Total	272	42	189	40
Tipología	Ocio	Prensa	Privados	Relojerías
Enero	0	2	14	5
Febrero	0	2	9	1
Marzo	0	1	20	3
Abril	0	1	7	1
Mayo	0	2	16	0
Junio	0	2	9	9
Julio	0	2	7	9
Agosto	3	2	2	8
Septiembre	4	2	3	8
Octubre	0	2	6	11
Noviembre	0	1	6	16
Diciembre	0	5	10	20
Total	7	24	109	91

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

Cuadro nº 28.2. Total de reproducciones de anuncios que utilizan grabados tipográficos divididos por meses en 1900

Tipología	Higiene Cosmética	Material oficina	Médicos	Muebles	Viñetas cómicas
Enero	3	11	84	19	12
Febrero	5	7	79	15	14
Marzo	19	9	92	26	6
Abril	17	5	114	9	1
Mayo	8	9	96	12	6
Junio	6	8	77	11	8
Julio	6	10	80	5	8
Agosto	18	6	92	16	3
Septiembre	19	18	87	25	1
Octubre	22	15	81	20	1
Noviembre	19	12	89	27	1
Diciembre	23	11	119	23	0
Total	165	121	1.090	208	61
Tipología	Navieras	Sillas de montar	Vestuario	Vinos y licores	
Enero	77	0	26	0	
Febrero	69	0	22	6	
Marzo	71	1	21	6	
Abril	63	12	22	0	
Mayo	54	9	43	0	
Junio	60	4	15	0	
Julio	59	10	22	0	
Agosto	71	8	14	0	
Septiembre	63	12	33	0	
Octubre	68	4	35	0	
Noviembre	70	0	51	0	
Diciembre	53	0	22	0	
Total	778	60	326	12	

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

Cuadro nº 29. Frecuencia de publicación de anuncios con grabados tipográficos durante 1900

Tipología	Total	Total %
Agrícolas	272	7,4
Alimentación	48	1,3
Aseguradoras	189	5,1
Coches y Bicicletas	45	1,2
Espectáculos	7	0,2
Higiene y Cosmética	165	4,5
Material oficina	121	3,3
Médicos	1161	31,4
Muebles	208	5,6
Navieras	782	21,2
Prensa	24	0,7
Privados	112	3
Relojerías	91	2,5
Sillas de montar	66	1,8
Vestuario	326	8,8
Vinos y licores	12	0,3
Viñetas cómicas	58	1,6
Total	3694	100,1

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

5.2. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en anuncios médicos

Los anuncios médicos son los más numerosos y, por tanto, los que más variedad de grabados tipográficos publicaron a lo largo del año 1900, con un total de 1.161 de los 3.694 registrados. Esta tipología, representa el 31,4% del total de grabados publicados en anuncios publicitarios, y es la categoría más numerosa registrada seguida de los grabados tipográficos utilizados en los anuncios de compañías navieras. La proliferación de este tipo de anuncios es datada a partir de 1875, momento en el cual hubo un gran crecimiento en la fabricación de medicinas patentadas en Estados Unidos⁴¹¹.

Los anuncios catalogados bajo este epígrafe no se corresponden necesariamente con lo que hoy entendemos por medicamentos, ya que en esta época hay un vacío legal respecto a qué es un medicamento, cuáles son los límites legales en la publicidad y en la comprobación sobre los resultados de su ingesta. Se ha hecho mención a las dos legislaciones que regularon por una parte la fabricación y distribución de medicinas, así como a las diferentes categorizaciones con las que se definieron los productos, aunque el control real de la fabricación de pomadas, píldoras o jarabes, por mencionar algunos, no sea de cumplimiento, tal y como se atestigua en la publicidad de la época⁴¹². Dada su cantidad y variedad, han sido divididos en las siguientes cuatro subcategorías para su estudio:

- a) dentistas
- b) servicios médicos
- c) tónicos
- d) bálsamos
- e) gotas y bebidas
- f) pastillas y confites

Las dos primeras categorías son avisos de carácter personal, ya que son anuncios de profesionales independientes y liberales, parte de los cuales no eran residentes en la ciudad sino viajeros que atendían a pacientes en pensiones y fondas donde acostumbraban a alojarse. Se ha verificado que los anuncios más numerosos, como los de jarabes reconstituyentes o pastillas para aliviar enfermedades o prevenirlas, son

⁴¹¹ Cebrián González, Carlos, *Historia de la publicidad...*, p. 37.

⁴¹² “Ley de Sanidad de 1855”, *Gaceta de Madrid*, nº 825, 2 de abril de 1885, pp. 2-3 y “Ordenanzas de Farmacia de 1860”, *Gaceta de Madrid* nº 115, 24 de abril de 1860, pp. 1-2.

dirigidos al sector infantil y al femenino. Y dentro de este último, en especial a las mujeres en estado de gestación⁴¹³. Dadas las cifras de mortandad infantil y adulta no es de extrañar que este tipo de anuncios recurra a imágenes relacionadas con bebés, niños o matronas. En este sentido existe una preocupación real por aumentar la esperanza de vida, unida a la aparición de fabricantes y comerciantes que ofertan una diversidad de productos destinados a este consumo⁴¹⁴, y que se implantan en el imaginario colectivo bajo las sugerentes imágenes de niños fuertes y rebosantes de salud bajo la atenta mirada materna⁴¹⁵.

Desde el punto de vista iconográfico existen una clara diferenciación entre aquellos anuncios que se sirven de grabados tipográficos genéricos y los que utilizan grabados tipográficos que dada su calidad técnica visible en la composición, los detalles ornamentales y los elementos que integran la imagen, han sido producidos ex profeso para la marca, siendo distribuidos posteriormente a los diferentes periódicos para publicarse. Por su parte se hace mención a la división establecida por Fernández Poyatos sobre los diferentes anuncios médicos estudiados en la revista *Blanco y Negro*, ya que los diferencia en tres subtipos dependiendo del contenido del mensaje inserto en el texto: los que hacen publicidad del producto, los que publicitan al comercio donde pueden encontrarse determinados productos y aquellos anuncios que aportan un plus artístico mediante la elaboración de etiquetas e imágenes⁴¹⁶.

5.2.1. Dentistas

En esta categoría se han catalogado los grabados tipográficos utilizados por tres dentistas. Los dos primeros corresponden a González Cirujano Dentista y a Ruiz Cirujano Dentista, identificados con las nomenclaturas: LR 19000118-1⁴¹⁷ y LR 19000105-1⁴¹⁸ ambos residentes en Logroño⁴¹⁹. El tercer grabado corresponde a un dentista de paso por la ciudad, según se indica en el anuncio. En 1897 se encuentran

⁴¹³ *La Rioja*, Logroño, 23 de marzo de 1900, p. 3.

⁴¹⁴ Fernández Poyatos, María Dolores, “La publicidad de salud en la prensa ilustrada a finales del siglo XIX”, en *Questiones publicitarias*, Universidad de Sevilla, Vol. I, nº 16, 2011, p.115.

⁴¹⁵ *La Rioja*, Logroño, 6 de febrero de 1900, p.2.

⁴¹⁶ Fernández Poyatos, María Dolores y Feliu García, Emilio, “La publicidad de salud en la prensa ilustrada a finales del siglo XIX...”, p. 113.

⁴¹⁷ Ver anexo p. 384.

⁴¹⁸ Ver anexo p. 383.

⁴¹⁹ Véase a Simón Palmer, María del Carmen, “La prensa local como fuente de la ‘pequeña historia’...”, p. 128.

registrados con sus consultas en Logroño tres de estos profesionales: Celedonio Ruiz, Eusebio González y Basilio Gurrea. Los dos primeros se anunciarán utilizando grabados tipográficos de forma continua en *La Rioja*, el tercero prescindirá de cualquier tipo de imagen⁴²⁰. Una característica genérica de los tres grabados utilizados en los anuncios es que carecen de cualquier precisión científica, si bien conceptualmente actúan como eficaces símbolos de la profesión que los utiliza y su ámbito de trabajo. Tal y como señala E. H. Gombrich, no son descripciones detalladas sino modelos funcionales⁴²¹.

- a. El grabado LR 19000105-1⁴²², publicó por primera vez el día 5 de enero de 1900, en la página cuatro, 1ª columna y utilizó un grabado tipográfico similar al LR 19000118-1⁴²³: la parte superior del paladar y dentadura humana. El estilo utilizado corresponde al de ilustración científica, aunque carece de la precisión necesaria. Al igual que su colega de profesión, nunca varió el grabado tipográfico con el cual acompañó su anuncio. Su consulta estuvo ubicada en la calle Mercado 39 y publicó un total de 293 anuncios acompañados de la misma imagen de forma ininterrumpida a lo largo de todo el año⁴²⁴.



Imagen 38. Ruiz Cirujano-dentista. Fuente: La Rioja, 1900.

Cuadro nº 30. Frecuencia de publicación de LR 19000105-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	24	24	24	24	25	25
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	25	26	26	22	24	25
						Total
						293

Fuente: La Rioja, 1900, elaboración propia.

⁴²⁰ Salas Franco, María Pilar, *Guía de Logroño...*, vol. I, p. 73.

⁴²¹ Gombrich, E.H., "La Imagen visual: su lugar en la comunicación" en *La imagen y el ojo...*, p. 120.

⁴²² Ver anexo p. 383.

⁴²³ Ver anexo p. 384.

⁴²⁴ Salas Franco, María Pilar, *Guía de Logroño...*, vol. I, p. 73.

- b. Eusebio González utilizó un grabado identificado con la nomenclatura LR 19000118-1⁴²⁵. Publicó su primer anuncio 13 días después de que comenzara a anunciarse Ruiz, esto es el 18 de enero de 1900, en la página dos, 5ª columna. Tuvo su consulta en la calle Sagasta 14 e indica su número de teléfono. Publicó un total de 298 anuncios utilizando una imagen de un paladar y una mandíbula humanos, representados en perspectiva cónica de tres cuartos de perfil, abiertos y con dentadura.

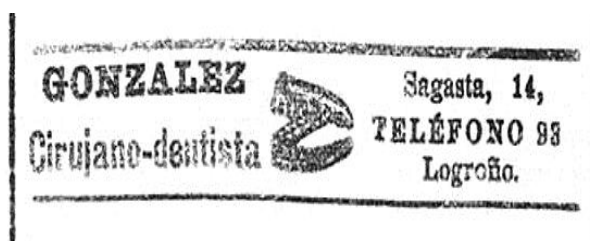


Imagen 39. González Cirujano-dentista. Fuente: La Rioja, 1900.

Cuadro nº 31. Frecuencia de publicación de LR 19000118-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	26	24	25	23	26	24
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	26	26	26	23	24	25
						Total
						298

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- c. Juan Garaitía fue el tercer dentista que utilizó un grabado tipográfico para publicitarse. Identificado con la nomenclatura LR 19000320-2⁴²⁶, su anuncio apareció por primera vez el día 20 de marzo, en la página tres, columna 1ª. Su frecuencia de publicación fue de un total de 40 anuncios en primera página, utilizando el mismo modelo de grabado tipográfico: una dentadura con lengua, poco clara debido al traspaso de tintas pero que conserva volúmenes y líneas suficientes para interpretarla. A diferencia de los otros dos dentistas, Juan Garaitia solo estuvo temporalmente prestando sus servicios a la población. El anuncio literal informa de que el dentista atendería en la Fonda de Europa, ubicada en Muro de los Reyes (actual Muro

⁴²⁵ Ver anexo p. 384.

⁴²⁶ Ver anexo p. 385.

de Francisco de la Mata) y a cargo de la viuda de Paúl⁴²⁷. Este hecho nos hace inferir que no disponía de consulta propia y que, por tanto, su tarifa de servicios posiblemente fuera muy inferior que la de otros dentistas residentes en la ciudad. Solo se anunció durante los meses de marzo, abril y mayo.



Imagen 40. D. Juan Garaita. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 32. Frecuencia de publicación de LR 19000320-2

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	10	24	6	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
						Total
						40

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

5.2.2. Servicios médicos

En este apartado hemos catalogado dos grabados que fueron utilizados para anunciar servicios médicos correspondientes a un ortopédico y a un médico que anuncia la creación de un aparato auditivo para las personas con problemas de sordera. Ambos profesionales no residían en Logroño y utilizaron los anuncios y los grabados tipográficos para dar a conocer sus servicios.

- a. El grabado LR 19000822-1⁴²⁸, que corresponde a Aznar Ortopédico, apareció por primera vez el día 22 de agosto, en la página cuatro, 4ª y 5ª columnas. Tuvo una frecuencia de publicación de seis durante los meses de agosto y septiembre. Esta temporalidad se debió a que el médico no residía en la capital riojana, atendiendo única y exclusivamente durante estos dos

⁴²⁷ Salas Franco, María Pilar, *Guía de Logroño...*, vol. I, p. 72.

⁴²⁸ Ver anexo p. 386.

meses en la Fonda Europa⁴²⁹. La iconografía utilizada en el grabado representa una pierna izquierda de perfil, con una prótesis que se extiende por toda la extremidad. Se ha dibujado con calzado y parte del tronco (cintura y abdomen). En estilo realista y lineal, carece de precisión científica e ilustra y refuerza el mensaje textual del anuncio, siendo la función de la imagen instructiva en relación a los servicios y adelantos médicos ofertados y no un mero refuerzo al texto⁴³⁰. Este tipo de prótesis se utilizó con frecuencia en los pacientes que sobrevivían a la Poliomielitis, una enfermedad común durante el siglo XIX y principal causa de discapacidad durante el siglo XX, aunque no será hasta la década de 1930, cuando en España destaque la figura del Médico Ortopédico con el Dr. Vicente Sanchís Olmos, especializado en Bologna, Italia, y cuya tesis doctoral trató sobre el pie en los afectados por la polio⁴³¹.



Imagen 41. Aznar, Ortopédico. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 33. Frecuencia de publicación de LR 19000822-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	3	3	0	0	0
						Total
						6

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

⁴²⁹ La Fonda El Suizo figura dirigida por D. Cecilio Modrego y estuvo ubicada en la calle de la Estación, la actual Avenida de La Rioja. En Salas Franco, María Pilar, *Guía de Logroño...*, vol. I, p. 71 y vol. II, p. 63.

⁴³⁰ Gombrich, E.H., "La Imagen visual: su lugar en la comunicación" en *La imagen y el ojo...*, p. 144.

⁴³¹ Martínez Pérez, José, "Consolidando el modelo médico de discapacidad: sobre la poliomielitis y la constitución de la traumatología y ortopedia como especialidad en España (1930-1950)" en *Asclepio: Revista de historia de la medicina y la ciencia*, vol. 61, nº 1, 2009, pp. 7-22. En este artículo resultan particularmente de interés las ilustraciones y fotografías que incorpora enseñando aparatos ortopédicos portados por niños y que son similares al grabado del anuncio catalogado.

- b. El grabado LR 19000101-1⁴³² fue publicado por primera vez el 1 de enero en la página uno, 1ª columna. Tuvo una frecuencia de publicación de 24 anuncios repartidos a lo largo de todos los meses del año. La iconografía utilizada en este anuncio es muy sencilla: una oreja derecha en estilo realista que tiene como objetivo llamar la atención hacia el lector del periódico en relación al servicio ofertado, un aparato que eventualmente ayuda a recobrar la audición a los sordos. En su texto comenta que el anunciante cuenta con el patrocinio real, aunque no incorpora ningún símbolo al uso en esta época como son los escudos o el membrete de la casa real. También lo hemos encontrado en otros ejemplares de la época como *La Correspondencia de España*⁴³³ o *ABC* cuyo último anuncio de este gabinete se editó el 2 de octubre de 1912⁴³⁴, aunque con modificaciones en el formato del texto que acompaña al grabado y una mayor calidad del cliché tipográfico. La educación de los discapacitados a causa de problemas auditivos tiene su punto de partida en el siglo XVI en España con el monje benedictino Fray Pedro Ponce de León y sus sistemas de enseñanza pedagógica⁴³⁵. Por tanto este anuncio no debe entenderse como un hecho aislado, sino como una consecuencia del desarrollo de la investigación científica y educativa. Este grabado fue utilizado en posteriores ediciones de anuncios relativos al mismo tipo de servicio médico aunque con otro texto y otro doctor, Ruiz Lozano, a cargo del gabinete de sordos de Madrid ubicado en la calle Mayor⁴³⁶.

⁴³² Ver anexo p. 387.

⁴³³ *La Correspondencia de España*, Madrid, 1 de enero de 1900, p. 4.

⁴³⁴ *ABC*, Madrid, 2 de octubre de 1912, p. 8. Médico, señalándose como tal el nº 21 de la calle Montera.

⁴³⁵ Llopis Coloma, Eva, “Educación de sordos y lenguaje de signos en la Francia prerrevolucionaria: el caso de Pierre Desloges” en *Synergies*, Valencia, nº 2, 2009, pp. 99-106. El artículo destaca por la exposición realizada sobre el desarrollo de los métodos pedagógicos y estudios relacionados con la sordera situando su inicio en España para continuar exponiendo el testimonio de un hombre adulto sordo que fue capaz de comunicar sus síntomas y ayudar a los investigadores a elaborar y mejorar los métodos de la lectoescritura.

⁴³⁶ *ABC*, Madrid, 7 de mayo de 1920, p. 8.



Imagen 42. Sordos. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 34. Frecuencia de publicación de LR 19000101-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	2	2	2	2	2	2
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	2	2	3	1	2	2
						Total
						24

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

5.2.3. Tónicos, bálsamos, gotas y bebidas

En esta categoría se han catalogado 10 grabados tipográficos que representan a diferentes casas comerciales. En su conjunto tuvieron una frecuencia de publicación total de 338 grabados publicados a lo largo de 1900.

- a. El grabado LR 19000101-2⁴³⁷ corresponde a Vino Nourry, que fue publicado por primera vez el 1 de enero en la página cuatro, 1ª, 2ª y 3ª columnas. Su frecuencia de publicación fue de 43, reproduciéndose a lo largo de todos los meses del año. Este anuncio tiene un tamaño mayor que el resto de anuncios que incluyen grabados tipográficos, ya que generalmente éstos se maquetaron a una o dos columnas, en tanto que este anuncio utiliza tres. Se comercializó como sustitutivo de las emulsiones y aceites de bacalao, según la información que proporciona en su anuncio actuaba como fortificante para diversas enfermedades como debilidad, anemia, linfatismo y enfermedades del pecho. Su iconografía representa una botella, ubicada en la parte

⁴³⁷ Ver anexo p. 388.

izquierda del anuncio, que contiene al centro una etiqueta indicando el nombre del producto y otros detalles de fabricación con sello circular bajo el gollete. Dada la gran cantidad de detalles que se han representado, es ilegible el contenido del símbolo central, que aparece rodeado de laureles, alegoría del triunfo, la vida eterna y símbolo de la victoria al estar consagrado desde la época de los romanos al dios Júpiter⁴³⁸. Este pequeño signo nos introduce en un segundo nivel de lectura de la imagen, que simbolizaría el triunfo sobre la enfermedad a través del consumo del vino. Otro detalle destacable se encuentra en el texto incorporado en la imagen: fue escrito en francés y su nombre Vin Nourry, probablemente provenga de “nourriture”, que traducido al español significa comida, alimentos, etc.



Imagen 42. Vino Nourry. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 35. Frecuencia de publicación de LR 19000101-2

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	4	3	4	4	3	4
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	3	3	3	4	4	4
						Total
						43

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

⁴³⁸ Impelluso, Lucía, “La naturaleza y sus símbolos. Plantas, flores y animales” en *Los diccionarios de Arte*, Barcelona, Mondadori, 2005, pp. 38-42.

- b. El grabado LR 19000113-2⁴³⁹, utilizado por la marca Jarabe Olis, publicó un anuncio en el mes de enero, en la página cuatro, extendiéndose a las cinco columnas de la página. Es un anuncio que utiliza como iconografía la forma de ambas manos cerradas, con el dedo índice apuntando hacia el texto publicitario, en color negro, con mangas de camisa y borde de chaqueta. Estos pequeños símbolos que abren y cierran el anuncio tienen una función ornamental para llamar la atención del lector en relación al texto explicativo del producto ofertado: un jarabe para la tos. Fueron de uso común en toda la prensa de la época dada la versatilidad de tamaños y usos, formando parte de juegos tipográficos industriales.

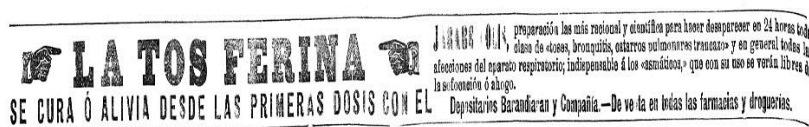


Imagen 43. Jarabe Olis Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 36. Frecuencia de publicación de LR 19000113-2

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	1	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
						Total
						1

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- c. El grabado LR 19001004-1⁴⁴⁰, que acompaña al anuncio del Pectoral de Cereza del Dr. Ayer, se publicó por primera vez el 4 de octubre, página dos, 5ª columna. La iconografía que desarrolló en su anuncio fue dirigida al cuidado infantil, de ahí que la composición desarrollada para este grabado haya sido un niño cargando pesas. Esta imagen transmitió el concepto de fortaleza y salud infantil, en una época donde las tasas de mortandad rondaban al 40%, siendo la población más vulnerable la infantil⁴⁴¹. El texto que acompaña al grabado no indica un distribuidor específico de Logroño.

⁴³⁹ Ver anexo p. 389.

⁴⁴⁰ Ver anexo p. 390.

⁴⁴¹ Bernard Pérez, Gloria, “Logroño: sus relaciones con los poderes centrales” en Sesma Muñoz, José A., (Coord.), *Historia de la ciudad de Logroño...*, p. 34.

¡Un León Joven!

Las toses son cual los leoncillos: débiles é inofensivas en su primer periodo; pero más fuertes y peligrosas á medida que transcurre el tiempo.

La influenza, la congestión pulmonal y la pleuresía se curan fácilmente si se las somete á un tratamiento tan luego de presentarse la tos.

La bronquitis, la pulmonía y hasta la tisis se dominan prontamente si se las atiende al iniciarse.

El Pectoral de Cereza del Dr. Ayer

pronto vence la tos que acompaña á estas enfermedades en sus comienzos. Empléandose pronto el pectoral cura pronto.

Quando la enfermedad está bien desarrollada, a ún entences el Pectoral de Cereza reduce la fiebre, mata el dolor, facilita la respiración y restablece rápidamente la salud.

Para todas las afecciones de la garganta y los pulmones, agudas ó crónicas, el Pectoral de Cereza del Dr. Ayer ofrece una curación cierta y completa cuando la curación es posible.

Pero, recuérdese que es más fácil dominar un león joven que un león en la plenitud de su desarrollo.

Se halla de venta ahora en frascos de mediano tamaño á precios reducidos.



Imagen 44. Pectoral de Cereza del Dr. Ayer. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 37. Frecuencia de publicación de LR 19001004-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	3	3	4
						Total
						10

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- d. El grabado LR 19000807-1⁴⁴², de El Vichy Español, se publicó por primera vez el 7 de agosto, en la página tres, 3ª y 4ª columnas. Su frecuencia de publicación fue de 43 y se limitó a los meses más calurosos del año: agosto, septiembre y octubre. Fue un producto, que como su texto indica, aliviaba las dolencias relacionados con el estómago, intestinos, hígado, conductos biliares, riñones y vías urinarias, de ahí que recomendara su consumo durante las comidas. La composición del anuncio contiene dos grabados: el primero de ellos, es una mano con camisa y borde de chaqueta, sosteniendo un cartel, en el cual se indican las dolencias que alivia el producto, sus características, beneficios y lugares de consumo. El segundo grabado

⁴⁴² Ver anexo p. 391.

reproduce un escudo de forma ovalada, de estilo barroco con una corona real cerrada en la parte superior y un fajín sin ningún tipo de inscripción en la parte inferior. El cuerpo tiene particiones regulares cerrado al centro por un óvalo partido en cuatro con diferente simbología⁴⁴³. La corona real es el elemento más relevante en términos comerciales, ya que eleva el producto a un rango social superior, induciendo al espectador a creer que cuenta con el patrocinio real. Aunque no hay una buena calidad de imagen debido al traspaso de tintas y, sobre todo, al tamaño del grabado, podríamos aventurar que se ha reproducido el escudo de armas de Carlos III⁴⁴⁴. Sin embargo, este anuncio no indica que haya obtenido una medalla o sea patrocinado por la casa real ya que los productos que contaban con este importante respaldo no dudaban en incluirlo en los textos literales de su publicad. La publicidad utiliza el nombre de la localidad francesa de Vichy, ubicada en la región de Auvernia, conocida por sus variadas fuentes minerales y termales de rico contenido mineral, lo que convertía a sus aguas en una bebida con propiedades digestivas⁴⁴⁵.



Imagen 45. El Vichy Español. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 38. Frecuencia de publicación de LR 19000807-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	10	10	1	0	0
						Total
						21

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

⁴⁴³Fatás, Guillermo y Borrás Gualis, Gonzalo, *Diccionario de términos de arte y elementos de Arqueología, Heráldica y Numismática*, Madrid, Alianza, 2004, pp. 359 y 371.

⁴⁴⁴ Para más información sobre la historia del escudo de Carlos III puede consultarse la página del Ministerio de Defensa, apartado de Historia de la armada. Se puede acceder a través de: http://www.armada.mde.es/ArmadaPortal/page/Portal/ArmadaEspañola/conocenos_historia/prefLang_es/03_bandera_armada--06_carlos_iii. Consultado el día 20 de julio de 2014.

⁴⁴⁵ <http://www.ville-vichy.fr>. Consultado el día 20 de julio de 2014.

- e. El grabado LR 19000723-1⁴⁴⁶, que publicitó el Elixir San Vicente de Paul, fue publicado por primera vez el 23 de julio, página dos, 4ª columna. Tuvo una frecuencia de 13, distribuida a entre los meses de julio a diciembre. La iconografía que emplea el grabado representaría un retrato de busto exento, de San Vicente de Paul anciano, con aureola de santidad sobre su cabeza. El retrato fue realizado en estilo realista, aunque carece de los elementos característicos de sus hábitos religiosos, como es el gorro negro. Por otra parte, la expresión del rostro es más cercana al sufrimiento que al alivio, detalle que puede deberse a la falta de habilidad del grabador que copió el retrato. El consumo del producto estuvo destinado al público enfermo de anemia y no hay nada en la biografía del santo que relacione el elixir con las causas de su fallecimiento, por tanto la imagen cumpliría una función meramente decorativa y asociativa. Esta segunda función asociativa podría deberse a que el texto del anuncio indica que quien quisiera recibir información debía dirigirse a la Congregación de las Hermanas de la Caridad, con dirección en París. Esta congregación fue fundada conjuntamente por San Vicente de Paul y Luisa de Marillac en 1603⁴⁴⁷. También se incluye en el anuncio la dirección en España para despachos y consultas.



Imagen 46. Elixir de San Vicente de Paul. Fuente: *La Rioja*, 1900.

⁴⁴⁶ Ver anexo p. 392.

⁴⁴⁷ Para más información sobre la biografía de San Vicente de Paul véase a Román, José María, *San Vicente de Paul: Biografía*, Madrid, Biblioteca autores cristianos, 1982.

Cuadro nº 39. Frecuencia de publicación de LR 19000723-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	3	4	2	1	2	1
						Total
						13

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- f. El grabado LR 19000116-1⁴⁴⁸, de Emulsión Forcada, publicó su primer anuncio el día 16 de enero, página cuatro, 4ª y 5ª columnas, ofreciendo un total de 13 anuncios a lo largo de 1900. Solo se publicitó durante los meses invernales y no se ha registrado ningún aviso ni de tipo redaccional durante los meses de clima más templado. Esto se debe a que fue un producto destinado a fortalecer las defensas y mejorar la salud en general. Los grabados que incorpora en su anuncio son muy sencillos: la imagen de una medalla otorgada por el colegio de farmacéuticos de Barcelona que reproduce en el centro un escudo rodeado de laureles y coronado con yelmo con penachos⁴⁴⁹. El segundo grabado consta de un sello con hojas de laurel. Ambos grabados tienen formato circular. La composición del anuncio fue realizada en un mismo bloque, lo que sugiere que el cliché tipográfico fue distribuido entre varios periódicos. Este grabado fue publicado también en otros periódicos como por ejemplo *La Correspondencia de España*⁴⁵⁰.

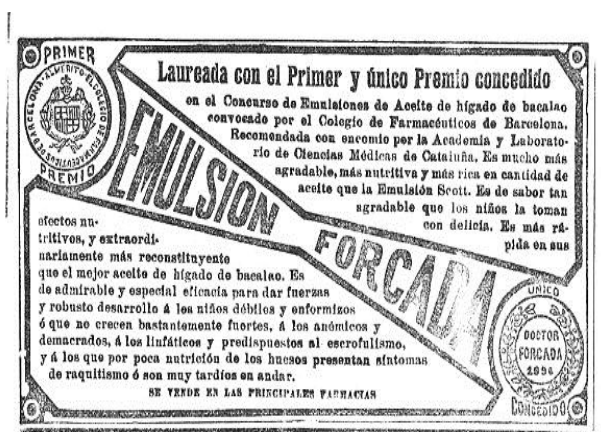


Imagen 47. Emulsión Forcada. Fuente: *La Rioja*, 1900.

⁴⁴⁸ Ver anexo p. 393.

⁴⁴⁹ Como ya se mencionó anteriormente, el laurel es el símbolo del triunfo, la victoria y la vida eterna. Desde época romana está asociado al dios Júpiter. Impelluso, Lucía, "La naturaleza y sus símbolos. Plantas, flores y animales" en *Los diccionarios de Arte...*, pp. 38-42.

⁴⁵⁰ *La Correspondencia de España*, Madrid, 20 de diciembre de 1900, p.4.

Cuadro n° 40. Frecuencia de publicación de LR 19000116-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	3	3	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	3	2	2
						Total
						13

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- g. El grabado LR 19000110-1⁴⁵¹, utilizado por Bálsamo Neuralgine, se publicó por primera vez el 10 de enero, página cuatro, 3ª columna. Su frecuencia de publicación fue de 61 anuncios concentrados en los meses invernales, época para la que estuvo destinado el consumo del medicamento. Se promocionó indicando que curaba “como por encanto” los dolores producidos por ciática, gota, nerviosos, etc. El grabado tipográfico que lo acompaña es de los más elaborados y hermosos, ya que representa una mujer vestida con traje largo y vaporosas gasas sobre una rueda de carreta, que porta en su brazo derecho un frasco del producto anunciado. Esta representada en estilo Nouveau, caracterizado por sus representaciones femeninas elegantes, con líneas curvas y ornamentos de tipo vegetal, con el único fin de que resultara bello a la vista⁴⁵². En este sentido, esta corriente artística estuvo estrechamente ligada al mundo publicitario y de la impresión gráfica, continuando su pervivencia más allá del período pictórico en que germinó⁴⁵³. Este anuncio lleva inscrita sobre el eje de la rueda, una leyenda en inglés de la cual podemos traducir únicamente: “... remedio en el mundo”.

Cuadro n° 41. Frecuencia de publicación de LR 19000110-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	10	8	8	8	7	6
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	1	0	0	0	0	13
						Total
						61

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

⁴⁵¹ Ver anexo p. 394.

⁴⁵² Gombrich, E.H, *La Historia del Arte contada por E. H. Gombrich*, Madrid, Debate, 1997, pp. 536-555.

⁴⁵³ Lucie-Smith, Edward, “*Artes visuales en el siglo XX*”, Colonia, 2000, Köneman, p. 37.



Bálsamo Neuralgine
GRAN REMEDIO

para la curación del
reumatismo, neuralgia, gota sciática, umbago, contusiones torceduras y toda clase de punzadas y dolores nerviosos, cura como por encanto.

Ninguna preparación en tierra iguala al BALSAMO NEURALGINE como remedio externo, SENCILLO y EFICAZ. Su baratura lo pone al alcance de todos, y cualquiera que sufra algún dolor puede inmediatamente tener una prueba poco costosa y positiva de sus virtudes. — De venta en todas las farmacias y droguerías.

Trade Mark Registered.
S. James Laboratori
Eastville

Imagen 48. Bálsamo Neuralgine. Fuente: *La Rioja*, 1900.

- h. El grabado LR 19000103-3⁴⁵⁴ corresponde al anuncio publicado por La gota de licor del Dr. Laville. Fue publicado el día 3 de enero, página cuatro, 1ª y 2ª columnas, y tuvo una frecuencia de publicación de uno. Fue elaborado en un solo bloque tipográfico, probablemente en serie tal y como lo identifica el número ubicado en la parte inferior derecha 508. La iconografía que utiliza es lineal y representa un sello enmarcado en orla circular en cuyo interior figura un grabado de jarrón triangular con tres flores y hojas, sobre el cual se pueden leer “rreia” o “tteia”. La iconografía de un jarrón conteniendo elementos vegetales es usual en la industria farmacéutica, como podemos comprobarlo en nuestros modernos medicamentos⁴⁵⁵. Simboliza el origen vegetal de las medicinas en estado puro, esto es, sin el debido procesamiento que extrae los elementos necesarios para elaborar las píldoras, jarabes, etc. La flor representada podría ser una centaurea en capullo, siendo utilizada para la elaboración de antiinflamatorios, entre otros muchos usos. El licor se publicita como un remedio eficaz para el reumatismo, por tanto utilizaría como emblema de sus propiedades esta flor.

⁴⁵⁴ Ver anexo p. 395.

⁴⁵⁵ Véase por ejemplo los logotipos de ciertos productos de Apivita, Cinfa, Erborian, Pedi Relax, Uriach, Weleda, Sanaflore, Lavoisier, etc. que lógicamente tienen un aspecto más actualizado, pero que parten desde el mismo marco conceptual: la connotación mediante el uso de una imagen de una serie de características asociadas con ese producto.



Imagen 49. Gota Licor del Dr. Laville. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 42. Frecuencia de publicación de LR 19000103-3

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	1	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
						Total
						1

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- i. Gotas concentradas de Hierro Bravais publicó por primera vez su anuncio el día 26 de enero en la página tres, 3ª columna. Identificado como LR 19000126-1⁴⁵⁶, tuvo una frecuencia de publicación de 16, distribuidos a lo largo de todo el año exceptuando el mes de diciembre. Este producto se vendía para curar la anemia, pero está dirigido al sector femenino tal y como su iconografía nos muestra. Representa una mujer dormida en un sillón, sobre un mullido cojín de volantes y mantas, vestida de traje de finales del XIX junto a una mesa con implementos de costura sobre una mesita. La imagen sugiere un síntoma: la somnolencia y debilidad producida por la anemia, consecuencia directa de la falta de hierro. Al mensaje icónico, se añade el mensaje literal, que refuerza sus propiedades benéficas: Salud-vigor-fuerza y belleza. Como la mayoría de los anuncios de las medicinas de esta época, enumeraba los síntomas que aliviaba y lo más importante, las consecuencias derivadas del consumo de productos similares que éste no producía como los dientes negros o el estreñimiento. El grabado no llega a ocupar la mitad de la superficie del cliché, pero su ubicación en el margen

⁴⁵⁶ Ver anexo p.396.

izquierdo centrado lo convierte en un elemento muy presente en la composición, que juega además con diferentes tipografías, tamaños y estilos.



Imagen 50. Gotas concentradas de Hierro Bravais. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 43. Frecuencia de publicación de LR 19000126-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	1	1	1	2	1	2
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	2	1	1	2	2	0
						Total
						16

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- j. Identificado con la nomenclatura LR 19001124-1⁴⁵⁷, Tónico Koch fue publicado por primera vez el 24 de noviembre, página cuatro, 5ª columna. Tuvo una frecuencia de publicación de 9 anuncios repartidos entre los meses de noviembre y diciembre. Este “medicamento” se vendía para “hombre débiles y mujeres nerviosas y estériles” y curaba todo tipo de males, desde los imaginarios a los reales. Consta de un largo texto que incluye la enumeración de dolencias de niños y jóvenes además de hombres y mujeres, pero lo realmente interesante es la serie de grabados tipográficos que utiliza en su anuncio ya que representan el antes y el después del consumo del producto en sujetos imaginarios, carentes de cualquier intento de testimoniar el éxito de la medicina, mediante la identificación de los retratos que ilustran el “después” de consumo, como si se tratará de una fotografía realista. En este sentido, el grabado se convierte en la realidad y los sujetos representados son personas de carne y hueso que tras el consumo del producto recobraron su salud. Compositivamente el grabado se ha estructurado de la siguiente forma: en el margen derecho y en vertical se

⁴⁵⁷ Ver anexo p. 397.

distribuyen tres retratos. El primero representa a un hombre vestido con traje, bigote mostacho y barba. El siguiente grabado representa a una mujer con cabello recogido y el último un niño de pelo corto. Estos personajes están representados con sobrepeso y sobre ellos una leyenda que indica “Los que la usan a diario”. En la columna de la izquierda se reprodujeron los tres personajes representados con los mismos formalismos visuales pero con aspecto enfermizo y delgadez acentuada, en la parte superior de su columna se lee “Los que no usan el tónico”. Recordemos que el canon de belleza de aquella época estaba asociado con la gordura, al contrario que en nuestros días, donde la delgadez es sinónimo de salud y bienestar. Una persona o un niño rollizo demostraba poseer salud y bienestar económico, ya que implicaba que comía en abundancia y con regularidad. Si este anuncio se ilustrara hoy en día para publicar en prensa, lo más probable es que la columna de los sujetos que toman el medicamento, estaría compuesta por imágenes de modelos extremadamente delgados y muy jóvenes.



Imagen 51. Tónico Koch. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 44. Frecuencia de publicación de LR 19001184-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	2	7
						Total
						9

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

k. Emulsión Scott publicó por primera vez un anuncio acompañado de un grabado tipográfico en *La Rioja*, el día 3 de enero, página dos, 5ª columna⁴⁵⁸. Se han registrado un total de 76 anuncios publicados a lo largo del año, aunque solo 21 de ellos emplearon diferentes grabados y algunos repiten su frecuencia de publicación. Su función como imagen varió de acuerdo al contenido del texto que acompaña a la publicidad y que sigue un patrón de artículo periodístico en el cual se enuncian las propiedades del medicamento, para luego incluir una carta supuestamente remitida por un consumidor que testifica la eficacia del producto. En este sentido, debemos señalar que este tipo de publicidad hoy en día sería considerada engañosa, pero en aquellos momentos, existía un vacío en la legislación como ya hemos comentado anteriormente, a pesar de la que ley sí regularizaba el ejercicio de farmacéutico, confección de drogas y venta de plantas con el objetivo de delimitar el ejercicio profesional y la venta de medicinas⁴⁵⁹. A pesar de esta ordenación jurídica, no hubo ningún impedimento para que la emulsión fuese vendida a los consumidores como un medicamento destinado a reforzar las defensas, obrar milagrosas recuperaciones de enfermedades de todo tipo o proporcionar salud físico a hombres, mujeres y niños. La publicación de estos anuncios se realiza en los meses fríos y de cambio de estación. En los meses de junio, julio, agosto y septiembre no se registraron publicaciones.

Cuadro nº 45. Frecuencia de publicación de Emulsión Scott

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	10	9	8	8	9	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	9	10	13
						Total
						76

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

Para el estudio de los grabados tipográficos, hemos dividido los anuncios dependiendo de si la iconografía contiene una representación masculina, femenina o infantil. Esto nos permitió dar buena cuenta del público al cual iba dirigido este medicamento.

⁴⁵⁸ Ver anexo pp. 398-419.

⁴⁵⁹ RR.DD. por el cual se regula el ejercicio de farmacéutico, confección de drogas y venta de plantas medicinales aprobada, el 24 de abril de 1860. *Gaceta de Madrid*, nº 115, 24 de abril de 1860, pp. 1-2.

De los 21 grabados tipográficos originales publicados en *La Rioja*, tan solo tres de ellos utilizan figuras masculinas acompañando sus textos y suman una frecuencia de siete anuncios a lo largo de 1900. El patrón iconográfico es el mismo en todos los grabados: un retrato de busto exento de un hombre de mediana edad, con gestualidad seria, que se identifica con un nombre y apellido. Se informa en todos los casos, que los personajes representados son licenciados en medicina y cirugía, certificando los muchos beneficios que obtienen sus pacientes con la ingesta de este producto. La imagen se convierte así en un garante del texto, aportando una voz “real” que respalda, mediante su titulación como médico y la carta publicada, la eficacia del producto.

Cuadro nº 46. Frecuencia de publicación de Emulsión Scott con figuras masculinas

Mes	Emulsión Scott. LR 19000103-2	Emulsión Scott. LR 19000117-2	Emulsión Scott. LR 19000125-1
Enero	2	2	1
Febrero	1	0	0
Marzo	1	0	0
Abril	0	0	0
Mayo	0	0	0
Junio	0	0	0
Julio	0	0	0
Agosto	0	0	0
Septiembre	0	0	0
Octubre	0	0	0
Noviembre	0	0	0
Diciembre	0	0	0
Total	4	2	1

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

Los grabados que representaban a comadronas ascienden a seis diferentes retratos, registrándose una frecuencia de publicación de 23 anuncios. Por lo general la iconografía no cambia: se representa un retrato femenino de busto exento, al pie del cual se encuentra el nombre de la persona que testimonia los beneficiosos resultados del producto publicitado. Al igual que los grabados masculinos, su función es la de ser garante de aquello que el texto comunica mediante el uso de una imagen que pretende ser “real”.

Cuadro nº 47. Frecuencia de publicación de Emulsión Scott con figuras femeninas

Mes	Emulsión Scott. LR 19000119-1	Emulsión Scott. LR 19000206-1	Emulsión Scott. LR 19000320-1	Emulsión Scott. LR 19000313-2	Emulsión Scott. LR 19001017-1	Emulsión Scott. LR 19001023-1
Enero	1	1	0	0	0	0
Febrero	1	2	0	0	0	0
Marzo	0	0	2	2	0	0
Abril	0	0	2	2	0	0
Mayo	0	0	2	2	0	0
Junio	0	0	0	0	0	0
Julio	0	0	0	0	0	0
Agosto	0	0	0	0	0	0
Septiembre	0	0	0	0	0	0
Octubre	0	0	0	0	1	1
Noviembre	0	0	0	0	1	1
Diciembre	0	0	0	0	2	2
Total	2	3	6	6	4	4

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

Por último, se han registrado 19 grabados tipográficos representando a niños. Estos grabados simulaban ser retratos de niños reales, enviados al periódico (en este caso *La Rioja*) por sus padres, junto a una carta cuyo objetivo era testimoniar cómo el consumo de la emulsión propició la recuperación de la salud e incluso salvó la vida de sus hijos. Cada grabado indica el nombre y apellidos de los niños y el texto publicitario acompaña el nombre del padre o la madre que testimonian la milagrosa recuperación de su hija/o. En este sentido, la imagen vuelve a utilizarse como un garante de realidad de aquello que es transmitido por el texto del anuncio.

Cuadro n° 48. Frecuencia de publicación de grabados de Emulsión Scott representando niños

Mes	Emulsión Scott. LR 19000108-1	Emulsión Scott. LR 19001113-1	Emulsión Scott. LR 19000123-1	Emulsión Scott. LR 19000310-1	Emulsión Scott. LR 19000316-1	Emulsión Scott. LR 19001003-1
Enero	1	0	0	0	0	0
Febrero	0	0	2	0	0	0
Marzo	0	0	0	2	1	0
Abril	0	0	0	2	2	0
Mayo	0	0	0	2	3	0
Junio	0	0	0	0	0	0
Julio	0	0	0	0	0	0
Agosto	0	0	0	0	0	0
Septiembre	0	0	0	0	0	0
Octubre	0	1	0	0	0	0
Noviembre	0	1	0	0	0	0
Diciembre	0	2	0	0	0	1
Total	1	4	2	6	6	1

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

5.2.4. Pastillas y confites

Bajo este epígrafe se han registrado tres diferentes fabricantes de medicamentos: Milagrosos confetis Costanzi, destinado a las enfermedades venéreas; Confites Carpa, para la tos y finalmente Píldoras Pink, una especie de reconstituyente milagroso de amplio alcance. El total de anuncios publicados por estos tres anunciantes asciende a 162, siendo todos editados en una sola ocasión durante el año 1900.

- a. Milagrosos confites Costanzi, identificado como LR 19000104-2⁴⁶⁰, fue publicado por primera vez el día 4 de enero, página cuatro, 1ª columna y tuvo una frecuencia de publicación de 128. Durante los tres primeros meses, la frecuencia de publicación fue menor a 6, siendo en el mes de mayo cuando sube el número de ediciones, permaneciendo entre 11 a 16 frecuencias de publicación hasta el mes de diciembre. El grabado tipográfico utilizado es supuestamente el retrato del inventor del producto: A. Salveti Costanzi, representado en busto exento y con vestimenta de la época. El retrato representa a un hombre joven, con mostacho a la moda y vestimenta

⁴⁶⁰ Ver anexo p. 420.

burguesa. Este medicamento estaba destinado al tratamiento de enfermedades venéreas e infecciones de tipo urinarias. Tal como hemos señalado en anteriores casos, la elaboración del cliché tipográfico incluía tanto el anuncio de texto como el grabado ya que se ha encontrado reproducido el mismo grabado en otros ejemplares de la época⁴⁶¹. El texto enumera las dolencias que alivia y lo que es poco habitual, su fórmula química. También nos indica que se vende en la farmacia de Patricio Gómez, ubicada en calle San Blas nº 9⁴⁶².



Imagen 52. Milagrosos Confites Costanzi. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 49. Frecuencia de publicación de LR 19000104-2

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	4	3	6	12	12	11
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	13	16	13	12	13	13
						Total
						128

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- b. El grabado identificado como LR 19001213-1⁴⁶³, que corresponde a Confites Carpa, fue publicado por primera vez el día 13 de diciembre, página cuatro, 2ª columna, siendo éste el único mes en que lo veremos impreso con una frecuencia de 10 reproducciones⁴⁶⁴. Este grabado tipográfico, elaborado en

⁴⁶¹ *La Correspondencia de España*, Madrid, 7 de noviembre de 1900, p. 4.

⁴⁶² Como ya se ha mencionado, Patricio Gómez fue farmacéutico, Subdelegado de Farmacia y vocal del Colegio Médico Farmacéutico del distrito de Logroño y la calle San Blas correspondería a la actual calle Capitán Gallarza. Ver Salas Franco, María Pilar, *Guía de Logroño...*, vol. I, pp. 60, 61 y 73 y vol. II, p. 64.

⁴⁶³ Ver anexo p. 421.

⁴⁶⁴ Revisando ejemplares de 1901, se ha confirmado que continuó editando publicidad con el mismo grabado tipográfico a lo largo de ese año, lo que indica que si bien existe una temporalidad dentro del año 1900, hay una continuidad de contratación del espacio publicitario.

un solo cliché, incluye una iconografía que refuerza su mensaje literal. Su objetivo fue transmitir confianza y respetabilidad al estar “a la venta en las buenas farmacias”. Para ello se sirve de cuatro medallones ubicados en el extremo izquierdo y el derecho del anuncio, agrupados en dos círculos superpuestos. Las imágenes que contienen los medallones, resultan inteligibles debido a la transferencia de las tintas y al tamaño del anuncio, unos 6,5 x 9,5 cm. aproximadamente. Tanto en los medallones de la derecha como en la izquierda se aprecian dos figuras masculinas de busto exento, en el segundo medallón de la derecha se distingue un paisaje con montañas, en tanto que en el medallón de la izquierda ha resultado imposible distinguir la iconografía utilizada. La montaña conlleva el significante asociado de aire puro y fortaleza, mensaje acorde con la dolencia que trata la medicación: la tos.



Imagen 53. Confites Carpa. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 50. Frecuencia de publicación de LR 1901202-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	10
						Total
						10

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

c. Píldoras Pink del Doctor Williams emplea un tipo de grabado similar al de Emulsión Scott, en el sentido de que la imagen ficticia se convierte en real, dando testimonio de acontecimientos que el texto narra a través de la publicación de cartas testimoniales. Sin embargo, ciertos grabados ilustran situaciones cotidianas en el ámbito familiar o laboral, lo que transforma la función de estos grabados tipográficos en ilustrativa. Este medicamento era aconsejado para todo tipo de padecimientos físicos: nerviosismo, malas digestiones, enfermedades de la sangre, reconstituyente, reuma, artritis, asma, etc. El total de grabados publicados asciende a 22, encontrándose en algunos de ellos la firma del autor que se identifica una inicial G y letras que podrían ser “i” y “l” en los siguientes: el LR 19000213-1⁴⁶⁵, LR 19000131-1⁴⁶⁶ y LR 19000220-1⁴⁶⁷. Gran parte de ellos mantiene la misma factura: trazos limpios, ausencia de sombreado, gran predominio de los blancos y negros. Para realizar el estudio de los grabados se han dividido, tal y como se ha hecho con Emulsión Scott, según la representación iconográfica de hombres, mujeres y niños.

Se han registrado un total de siete grabados con imágenes masculinas, cuya frecuencia de publicación fue de siete. Cada grabado se editó con un solo anuncio literal, sirviendo como de retrato de una persona real, con el objetivo de dar veracidad testimonial al texto publicitario. Llama la atención que los testimonios no se circunscriben al ámbito español, sino que todos provienen de Inglaterra, Francia e Italia, lo que sugiere al público lector un alcance internacional del producto y por ende, una mayor calidad.

⁴⁶⁵ Ver anexo p. 422.

⁴⁶⁶ Ver anexo p. 435.

⁴⁶⁷ Ver anexo p. 429.

Cuadro nº 51. Frecuencia de publicación de grabados de Píldoras Pink del Doctor Williams que representan figuras masculinas

Mes	LR 19000612-1	LR 19000124-1	LR 19000131-1	LR 19000220-1	LR 19000307-1	LR 19000628-1	LR 19000704-1
Enero	0	1	1	0	0	0	0
Febrero	0	0	0	1	0	0	0
Marzo	0	0	0	0	1	0	0
Abril	0	0	0	0	0	0	0
Mayo	0	0	0	0	0	0	0
Junio	1	0	0	0	0	1	0
Julio	0	0	0	0	0	0	1
Agosto	0	0	0	0	0	0	0
Septiembre	0	0	0	0	0	0	0
Octubre	0	0	0	0	0	0	0
Noviembre	0	0	0	0	0	0	0
Diciembre	0	0	0	0	0	0	0
Total	1	1	1	1	1	1	1

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

Existen algunas particularidades en los grabados de Píldoras Pink, ya que no utilizan un solo estilo en sus anuncios, esto es, una imagen concreta que reproducen en muchas ocasiones con similares características icónicas. En estos grabados, también hemos registrado una función ilustrativa de sucesos y acciones concretas que el texto narra, como es el caso del grabado LR 19000124-1⁴⁶⁸. Su texto da testimonio, mediante una supuesta entrevista, de los padecimientos de la mujer de un farero en Oash, en Inglaterra. Firma el texto un periodista, quien indica que lo elaboró a partir un primer artículo publicado en el periódico británico *Bribgen Grónico*. Los grabados reproducidos ilustran la linterna del faro, iluminando en la oscuridad, realizado en un estilo muy abstracto y lineal. El segundo grabado, representa un bote con tres hombres, dos de ellos reman y el tercero sería el médico cuyas visitas no aliviaban a la mujer del farero. En este sentido, los grabados enseñan al lector el lugar en el que se desarrollan los acontecimientos y con una segunda imagen, los momentos más dramáticos de la historia narrada, que corresponde al traslado del médico en un bote desde tierra firma hasta la isla donde se encontraba hasta la enferma. Con toda probabilidad el faro y el

⁴⁶⁸ Ver anexo p. 444.

periódico son ficticios, así como el corresponsal, formando parte de todo de la estrategia publicitaria.

El grabado LR 19000131-1⁴⁶⁹ relata el caso padecido por otro personaje, esta vez de Francia, Helie Mothes, quien sufría de diarreas y debilitamiento. El grabado LR 19000307-1⁴⁷⁰ da testimonio de un cochero del castillo de Echerat⁴⁷¹, en Francia, mientras que el LR 19000220-1⁴⁷² testimoniaría la enfermedad y recuperación de un joven campesino de Charantes, Francia⁴⁷³. La imagen no se correspondería con el atuendo de un campesino, dado que los detalles de la vestimenta son de un habitante de ciudad, por lo puede presumirse que el texto o la imagen hayan sido confundidos por el cajista. El grabado LR 19000612-1⁴⁷⁴ da cuenta de la recuperación de un enfermo de asma de 50 años, residente en Villiers, Francia, en este caso quien remitió la supuesta carta testimonial fue su esposa. El grabado LR 19000628-1⁴⁷⁵ muestra una escena exterior, donde un médico de Torino⁴⁷⁶, que testimonia los beneficios de la ingesta de las píldoras, figura aconsejando a otros dos hombres que trabajan en una herrería, sobre los beneficios del medicamento. Todos estos grabados se alejan de la fórmula retratista para dar cabida a la composición visual que ilustra o exalta lo narrado.

En cuanto a la publicación de grabados que representan figuras femeninas, se ha catalogado un total de 11 con una clara función retratística y con igual frecuencia de publicación. A diferencia de la Emulsión Scott, donde la imagen femenina representada incluía a unas cuantas comadronas, Píldoras Pink utiliza la imagen de solo una, siendo el resto de personajes femeninos hijas, dueñas de casa o esposas, lo que consolida el rol tradicional femenino en su representación gráfica⁴⁷⁷. El grabado que representa una matrona es el LR 19000418-1⁴⁷⁸, que representa en busto exento a una mujer de 50 años, indicando su oficio en el texto. El grabado tiene un estilo lineal, la representación

⁴⁶⁹ Ver anexo p. 429.

⁴⁷⁰ Ver anexo p. 425.

⁴⁷¹ Bajo este nombre no figura actualmente ningún castillo registrado en la página web de Châteaux de France, <http://www.guide-chateaux.com/maquetteGuide.html>. Consultado el día 20 de julio de 2014.

⁴⁷² Ver anexo p. 423.

⁴⁷³ Para más información sobre esta región francesa véase: <http://www.poitou-charentes.fr>.

⁴⁷⁴ Ver anexo p. 437.

⁴⁷⁵ Ver anexo p. 439.

⁴⁷⁶ Para más información sobre esta localidad italiana véase: <http://www.comune.torino.it>. Consultado el día 20 de julio de 2014.

⁴⁷⁷ Para más información en relación al rol femenino en la prensa y su representación gráfica véase a: Cantizano Márquez, Blesina, “La mujer en la prensa femenina del siglo XIX” en *Ambitos. Revista internacional de comunicación*, Sevilla, Universidad de Sevilla, nº 11 y 12, 2004, pp. 281-298 y Capdevila, Jaume, “La figura femenina en la prensa satírica española del siglo XIX” en *Historietas, Revista de estudios sobre la historieta*, Cádiz, Universidad de Cádiz, nº2, 2012, pp. 9-30.

⁴⁷⁸ Ver anexo p. 430.

fue realizada en estilo realista y estampa detalles como los pendientes, la expresión del rostro y las arrugas de la mujer. Como es habitual, escribe una carta contando su enfermedad y cómo el consumo del medicamento le hizo recobrar la salud. Los 10 anuncios restantes reiteran la mecánica: todos los grabados corresponden a retratos de personas que dan testimonio de los beneficios del medicamento y provienen de Francia. Se presentan formalmente como bustos exentos, de perfil o tres cuartos de perfil con una marcada linealidad en el trazo.

Cuadro nº 52. Frecuencia de publicación de grabados de Píldoras Pink del Doctor Williams que representan figuras femeninas

Mes	LR 19000501 -1	LR 19000528 -1	LR 19000328 -2	LR 19000227 -1	LR 19000418 -1	LR 19000313 -1	LR 19000213 -1	LR 19000501 -8	LR 19000607 -1	LR 19000720 -1	LR 19000620 -1
Enero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Febrero	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Marzo	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
Abril	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Mayo	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Junio	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Julio	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Agosto	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Septiembre	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Octubre	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Noviembre	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Diciembre	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

Los anuncios que incluyen grabados tipográficos de niños suman un total de cuatro, publicados sin repetición a lo largo del año estudiado. Todos los grabados acompañan a textos que dan fe de la efectividad del producto y todos son remitidos desde Francia, con excepción del grabado LR 19000515-1⁴⁷⁹, que ilustra una carta remitida desde Venecia, Italia, en la que vemos una escena de interior doméstico donde una mujer vestida con delantal lava ropa sobre una mesa. Junto a ella, y representado de espaldas, un niño de corta edad vestido con traje de pantalón corto y cuello con lazo oscuro. La función del grabado tipográfico es la misma que en los anteriores casos analizados: ilustra y reproduce el personaje que supuestamente da fe del producto tras

⁴⁷⁹ Ver anexo p. 433.

su consumo, y escenifica un momento cotidiano e íntimo con el objetivo de que el lector empatice con los hechos narrados.

Cuadro n° 53. Frecuencia de publicación de grabados de Píldoras Pink del Doctor Williams que representan figuras infantiles

Mes	LR 19000515-1	LR 19000405-1	LR 19000801-1	LR 19000724-1	LR 19000522-1
Enero	0	0	0	0	0
Febrero	0	0	0	0	0
Marzo	0	0	0	0	0
Abril	0	1	0	0	0
Mayo	1	0	0	0	1
Junio	0	0	0	0	0
Julio	0	0	0	1	0
Agosto	0	0	1	0	0
Septiembre	0	0	0	0	0
Octubre	0	0	0	0	0
Noviembre	0	0	0	0	0
Diciembre	0	0	0	0	0
Total	1	1	1	1	1

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

Por último, nos encontramos con un grabado que reproduce una escena interior de trabajo donde son representados un personaje femenino y otro masculino. Hasta este momento, hemos verificado que los grabados de Píldoras Pink reprodujeron un rostro o escenas donde se agrupaban personajes femeninos o masculinos, como en el grabado LR 19000124-1⁴⁸⁰, en que se utilizan dos grabados: el primero editado en la parte superior del texto reproduciendo un faro y el segundo representando un bote con tres hombres, o el LR 19000628-1⁴⁸¹, donde el firmante de la carta testimonial es representado junto a otros dos hombres trabajando.

En el grabado LR 19000704-1⁴⁸², se nos muestra una escena completamente diferente a todas las que hemos registrados: una figura femenina trabajando, en compañía de una masculina, en el interior de una sastrería. La carta testimonial

⁴⁸⁰ Ver anexo p. 444.

⁴⁸¹ Ver anexo p. 439.

⁴⁸² Ver anexo p. 441.

publicada en el anuncio está firmada por el marido de la mujer representada en el grabado (metafóricamente, ya que el grabado no tiene un estilo realista). Comenta las dolencias que padeció y cómo el medicamento la alivió tras la ingesta de un par de cajas de píldoras. El texto informa de que el matrimonio es residente en Como, Italia. Es importante considerar que en esta época este tipo de representación no era frecuente, ya que el rol femenino quedaba relegado a las tareas domésticas, crianza de hijos u oficios como el de comadronas, sirvientas y en algún otro caso, maestras. Por tanto estaríamos ante un precedente de la representación del trabajo femenino fuera de los ámbitos habituales aunque debemos reseñar la existencia de prensa femenina como *La Pensadora Gaditana* publicado en 1768 en Cádiz, *Ellas o La Mujer. Periódico científico, artístico y literario*, *Las Damas*, que aparecen hacia finales del siglo XIX⁴⁸³.

Cuadro nº 54. Frecuencia de publicación de LR 1900010-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	1	0	0	0	0	0
						Total
						1

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

5.3. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en muebles

Bajo este epígrafe hemos catalogado a cuatro anunciantes: Cocinas Estefanía dedicada a la fabricación y comercialización de cocinas de hierro, con sede en Haro; La Industrial, comercio dedicado a la venta de mobiliario y artículos como Camas, colchones, máquinas de cocer, etc.; La Económica y Elías Espiga, que se dedicaron a la fabricación y venta de sillas (ambos tuvieron sus comercios en la Calle Mayor, en los números 104 y 137 respectivamente). Los tres últimos comercios tuvieron su sede en

⁴⁸³ Para más información en relación a la prensa de contenido femenino véase el artículo de: Cantizano Márquez, Blesina, “La mujer en la prensa femenina del siglo XIX...”, pp. 281-298. Menéndez, Menéndez, María Isabel y Figuera, Maz, Mònica, “La evolución de la prensa femenina en España. De La pensadora gaditana a los blogs” en *Comunicació: Revista de Recerca i d’Anàlisi [Societat Catalana de Comunicació]*, Vol. 30, 2014, pp. 25-48. En este último artículo se analiza la definición de la prensa femenina, los contenidos que han constituido este tipo de publicaciones diferenciando entre revista femenina y revista dirigida a las mujeres. La primera definición incluiría publicaciones que continúan con el estereotipo de lo femenino circunscrito a su rol doméstico mientras que el segundo apelaría al rol de la mujer como ente político. A pesar de que el rol femenino ha cambiado, las autoras señalan que la imagen decimonónica femenina ha sido actualizada, sin romper la tradición patriarcal que la vincula a roles sociales familiares de madres y esposas, presentando las publicaciones actuales muy pocas facetas vinculadas al área laboral.

Logroño y tuvieron una frecuencia de publicación de 208, representando un 5,8% del total de anuncios publicados en 1900.

- a. El grabado LR 19000101-3⁴⁸⁴, que corresponde a Cocinas Estefanía, apareció publicado por primera vez el 1 de enero, en la página cuatro, 4ª y 5ª columnas. Su frecuencia de publicación fue de 53 grabados distribuidos a lo largo del año, con excepción del mes de julio. Representa una cocina de hierro, de combustión a leña o carbón muy frecuentes en las cocinas hasta mediados del siglo XX, con suelo ajedrezado y factura muy tosca, lo que se aprecia en los detalles del cuerpo del objeto, como son las puertas de apertura para la leña, los dos pequeños cajones junto a la puerta principal y los detalles ornamentales romboidales ubicados a cada extremo del frontal. El texto indica que estaba a la venta en Haro y no en Logroño. Su autor es anónimo, pero no es descartable que fuese realizado en los talleres del periódico dada la mala factura del grabado que podemos constatar en detalles como las puertas y ornamentos del frontal del cuerpo: las líneas no son rectas, las dimensiones varían entre un rombo y otro, igualmente los cuerpos centrales poseen líneas con un trazado poco firme y que modifican sus tamaños y detalles.



Imagen 54. Cocinas sistema Estefanía. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 55. Frecuencia de publicación de LR 19000101-3

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	6	3	10	1	2	2
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	2	6	7	13	7
						Total
						59

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

⁴⁸⁴ Ver anexo p. 446.

- b. La Industrial publicó dos anuncios ofertando mobiliario doméstico con sus correspondientes grabados tipográficos. El primero de ellos, LR 19000103-4⁴⁸⁵, apareció editado por primera vez el día 1 de enero, en la página cuatro, 3ª columna. Este anuncio se acompañó de un grabado tipográfico que representaba una maquina de coser a pedal con su mueble de hierro y cajón para cubrirla. De esta forma, el anuncio reproduce el producto ofertado a lo largo de tres meses: enero, febrero y marzo. Su frecuencia de publicación fue de 15 anuncios.



Imagen 55. La Industrial 1. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 56. Frecuencia de publicación de LR 19000103-4

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	7	6	2	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
						Total
						15

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- c. El segundo anuncio publicado por La Industrial que contiene un grabado tipográfico es el LR 19000101-1⁴⁸⁶ y apareció por primera vez el día 9 de octubre, página cuatro, 5ª columna. Su frecuencia de publicación fue de 107 anuncios repartidos a lo largo de todos los meses del año. Se compone de dos grabados tipográficos: el primero representa una cama de metal, en perspectiva cónica y estilo realista. Está ubicado entre el texto publicitario,

⁴⁸⁵ Ver anexo p. 447.

⁴⁸⁶ Ver anexo p. 448.

en el margen superior del anuncio centrado. El segundo, representa una máquina de cocer con su estuche cerrado y su mueble de hierro, ubicado en el margen izquierdo. La imagen vendría a cumplir una función ilustrativa de los productos que esta fábrica vende, a modo de muestrario. En ambos anuncios figura como dirección del comercio la calle San Blas nº 26⁴⁸⁷.



Imagen 56. La Industrial 2. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 57. Frecuencia de publicación de LR 19000101-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	7	7	13	8	12	9
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	2	9	9	12	13	6
						Total
						107

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- d. El grabado tipográfico LR 19000809-1⁴⁸⁸, corresponde a La Económica. Publicado el día ocho de agosto, página cuatro, 5ª columna, tuvo una frecuencia de publicación de 14 concentrada en los meses de agosto y septiembre. La iconografía que utiliza no se corresponde con el producto ofertado, ya que publicita la confección de sillas de paja, junquillos y aneas. Si se observa el grabado, éste representa una silla de madera con respaldo ovalado, estilo imperio inglés de finales del siglo XVIII ligada al mueblista

⁴⁸⁷ La calle San Blas correspondería a la actual calle Capitán Gallarza. Ver Salas Franco, María Pilar, *Guía de Logroño...*, Vol. II, p. 64.

⁴⁸⁸ Ver anexo p. 449.

inglés Robert Adam⁴⁸⁹. En este sentido, el grabado fue seleccionado probablemente de algún cliché que formaba parte de un conjunto mayor y sirvió para ilustrar el texto aunque no de forma precisa. Su frecuencia de publicación fue de 14 anuncios repartidos entre los meses de agosto y septiembre, los menos demandados por ser meses estivales.



Imagen 57. La Económica. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 58. Frecuencia de publicación de LR 19000809-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	6	8	0	0	0
						Total
						14

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- e. El segundo fabricante de sillas que se anunció mediante un grabado tipográfico en *La Rioja* fue Elías Espiga, catalogado bajo la nomenclatura LR 19001129-1⁴⁹⁰. Su anuncio fue publicado por primera vez el día 29 de noviembre, página dos, 5ª columna. Tuvo una frecuencia de publicación de 13 anuncios, estando distribuidos entre abril, noviembre y diciembre. Fue en este último mes donde concentró la mayor frecuencia de publicación de sus anuncios. El grabado que acompaña el texto, es al igual que en *La Económica*, un cliché tipográfico perteneciente a una colección mayor y su función fue ilustrar el producto ofertado. El grabado representa un sillón de

⁴⁸⁹ Este estilo fue una relectura del sillón Luis XVI conocida como “a la reina” caracterizado por el respaldo oval y las patas traseras rectas, en tanto que las delanteras se curvan sin tener el exceso del Barroco. Para más información véase a Feduchi, Luis, *Historia del Mueble*, Barcelona, 1986, pp. 114-117.

⁴⁹⁰ Ver anexo p. 450.

madera tapizado cercano al estilo en mobiliario de Luis XV, barraco, caracterizado por sus ricas tallas, ornamentos y robustez⁴⁹¹.

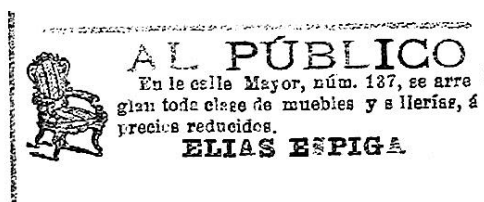


Imagen 58. Elías Espiga. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 59. Frecuencia de publicación de LR 19001129-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	1	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	2	10
						Total
						13

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

5.4. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en prensa

En 1900, solo dos publicaciones se anunciaron en *La Rioja* incorporando grabados tipográficos a sus anuncios y son: *La Avispa* y *El Almanaque Bailly-Balliere*, con un total de 24 impresiones a lo largo del año, lo que representa un 0,7% de los de grabados publicados.

- a. El primer grabado a analizar corresponde al anuncio de *La Avispa*, catalogado como LR 19000108-2⁴⁹². Publicó por primera vez un anuncio con grabados tipográficos el 8 de enero, página cuatro, 4ª y 5ª columnas, siendo su frecuencia de publicación de 19, repartidas a lo largo del año con excepción del mes de diciembre. Acompaña al texto, a modo de muestrario del tipo de ilustración que se puede encontrar entre sus páginas, tres grabados tipográficos. En la mitad superior del cuerpo del anuncio, encontramos el primer grabado que representa una mano izquierda con el dedo índice señalando hacia la derecha. Esta representada en estilo realista,

⁴⁹¹ Gombrich, E.H, *La Historia del Arte...*, véase el capítulo 22, donde se analiza la derivación del estilo Rococó del Barroco y como fue utilizado por los grandes monarcas de Francia, Alemania y Austria para ensalzar su poder, pp. 435-447. Este estilo se caracteriza por la innovación técnica que crea un mueble curvo cuya estructura rígida se difumina en tanto que las maderas son enriquecidas mediante tallas con motivos ornamentales y tapices. Para más información véase a Feduchi, Luis, *Historia del Mueble...*, pp. 75-79.

⁴⁹² Ver anexo p. 451.

con profusión de detalles, lo cual se aprecia en las líneas de contorno de la figura, el sombreado y los volúmenes del tejido de la manga. No hay segundo plano ni línea de horizonte, dado que el grabado es industrial, es decir, que se vendía junto a los juegos tipográficos compuestos de diferentes variantes de esta representación, ya que eran muy utilizados en la prensa de la época.

El segundo grabado tipográfico que forma parte del anuncio representa a tres hombres mayores en medio de una conversación. El personaje de la derecha fue representado de perfil, con calvicie, bigotes y la mano derecha levantada mostrando tres dedos. El personaje central, mira al primer personaje. Fue representado frontalmente y caracterizado con barba, orejas salientes y delgadez. El tercer personaje ubicado a la izquierda, está representado de perfil y también atiende al primer personaje. Ha sido caracterizado portando gafas de montura de nariz al estilo de la época y también delgado. Los tres personajes están representados con una línea muy suelta, caricaturesca y luces y sombras. En la caja del grabado se ha agregado un pie de texto en el cual se lee: “Abominan à nuestros libros..., pero los compran”. Este grabado figura firmado en la parte superior izquierda por Pilla. En segundo plano podemos apreciar en sombreado, siluetas humanas. Por último, un tercer y último grabado se encuentra ubicado en la mitad inferior del anuncio y representa a un joven esposado, caracterizado con ropas pobres, de corta estatura lo que sugiere una edad infantil o adolescente y que es conducido esposado por un soldado con sable en alto. El joven tiene un rostro con expresión asustada mientras que el soldado ha sido caracterizado con una expresión próxima a la ira y el enfado. Al pie del grabado se ha introducido una caja de texto que dice: “Tratamientos de la policía à nuestros vendedores cuando el número pica...”⁴⁹³. En el segundo plano, podemos distinguir abocetados una farola y diferentes personajes que son espectadores pasivos de la escena. Este grabado figura firmado en la parte superior izquierda por Pilla.

⁴⁹³ Es interesante la lectura realizada por Almuíña Fernández, Celso, “Opinión pública y revolución liberal”..., pp. 81-103, ya que explica cómo se establecieron las relaciones de poder entre la política y la prensa en un contexto que sentará las bases de las futuras reformas en materia de libertad de expresión.

El texto indica que es una revista que cuenta con “excelentes grabados”, lo cual era un plus para la época dado que la escasez de imágenes generaba demanda por aquellas publicaciones que se servían de ellas⁴⁹⁴. Estos grabados tienen un estilo caricaturesco, siendo dos de ellas de trazo sombreado similar, lo que indicaría que son obra del mismo artista. Entre los muchos dibujantes que colaboraron en esta publicación destacan Melitón González⁴⁹⁵ o Joaquín Moya⁴⁹⁶. El grabado superior es un cliché tipográfico que formaba parte de algún juego mayor, por tanto podemos clasificarlo dentro del tipo de grabado seriado, de factura más industrial.



Imagen 59. La Avispa. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 60. Frecuencia de publicación de LR 19000108-2

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	2	2	1	1	2	2
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	2	2	2	2	1	0
						Total
						19

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- b. El grabado tipográfico de *El Almanaque Bailly-Bailliere*, identificado con la nomenclatura LR 19001205-1⁴⁹⁷, fue publicado por primera vez el día 5 de

⁴⁹⁴ Bozal, Valeriano, *La ilustración gráfica del siglo XIX...*, p. 27.

⁴⁹⁵ Véase una ilustración del dibujante en *Madrid Cómico*, 25 de marzo de 1892, nº 475, portada. <http://hemerotecadigital.bne.es/pdf.raw?query=id:0002089616&lang=en&log=00000000-00000-00001/>. Consultada el día 20 de julio de 2014.

⁴⁹⁶ Véase una ilustración del dibujante en *Madrid Cómico*, 31 de agosto de 1889, nº 341, portada.

⁴⁹⁷ Ver anexo p. 452.

diciembre, en la página cuatro, 4ª y 5ª columnas. Representa una cerca de madera terminada en punta con cartel pegado que contiene dos manos negras que señalan el nombre del producto una en cada margen del anuncio. La composición es un anuncio dentro de otro anuncio, que ocupó dos columnas en el mes de diciembre con una frecuencia de publicación de cinco anuncios.

Los almanaques fueron muy populares durante el siglo XIX ya que contenían una serie de información relacionada con el tiempo, las costumbres religiosas, populares, historias, testimonios, recetas tradicionales, etc. Su edición era y continua siendo hasta nuestros días, anual lo que explica que solo se haya publicitado durante el mes de diciembre. *El Almanaque Bailly-Bailliere* superaba la media de páginas según el estudio de Jean-François Botrel, ya que llegó a tener entre 300 y 500 páginas. El número habitual de páginas de estas publicaciones oscilaba entre 16 y 50 páginas⁴⁹⁸. Este autor además, lo cataloga dentro de las publicaciones enciclopédicas, debido a la abundancia y variedad de sus contenidos. Fue editado en Madrid desde 1895 a 1937 y tuvo la sede comercial y de la redacción en la Plaza de Santa Ana 10. A través de internet así como a través de la página de la Biblioteca Nacional de España pueden verse parte de los originales escaneados en páginas de compra-venta y coleccionistas. Los interiores contenían casi en cada página grabados de diferentes temáticas y anuncios publicitarios, siendo las procedencias de diferentes grabadores nacionales y extranjeros. Si se revisa el contenido del número de 1900 se pueden encontrar numerosos anuncios de otros periódicos de la época como *El Liberal*, *El Español*, *El globo*, etc. pero no de *La Rioja* en el año 1900⁴⁹⁹.



Imagen 60. El Almanaque Bailly-Bailliere. Fuente: *La Rioja*, 1900.

⁴⁹⁸ Botrel, Jean-François, “Para una bibliografía de los almanaques y calendarios”, en *Elucidario*, Instituto de Estudios Giennenses, nº 1, 2006, pp. 35-46.

⁴⁹⁹ <http://bdh.bne.es/bnearch/detalle/0001128190>. Para consultar el almanaque del año 1900: <http://hemerotecadigital.bne.es/issue.vm?id=0001139729>. Consulta realizada el día 20 de julio de 2014.

Cuadro nº 61. Frecuencia de publicación de LR 19001205-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	5
						Total
						5

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

5.5. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en relojerías, óptica y electricidad

Bajo este epígrafe encontramos tres diferentes anuncios publicados en 1900. Es de señalar que para la época que hace referencia este estudio, la adquisición de este tipo de bienes estaba reservada para el estrato económico más pudiente de la sociedad. Catalogar tres diferentes anuncios de relojerías, con una frecuencia total de publicación de 91 anuncios, que representa el 2,5%, entre los tres anunciantes, testimonia en cierta medida la estabilización económica que experimentó La Rioja hacia 1900⁵⁰⁰, aunque en pocos años comenzaría a producirse el fenómeno de emigración masiva hacia América, producto de las crisis asociadas al sector agrario⁵⁰¹.

- a. El primer grabado analizado es el LR 19000112-1⁵⁰², de Ángel Barruso relojería, óptica y electricidad. Fue publicado por primera vez el 12 de enero, página tres, 3ª columna, y su frecuencia de publicación fue de 12 anuncios, todos impresos en el mes de diciembre. La concentración de anuncios en este mes, podría explicarse debido a la proximidad de las festividades de fin de año. Iconográficamente se han representado dos grabados tipográficos que representan un reloj de consola con base, esfera y ornamento y un reloj de bolsillo sin cadena. Ambos grabados no tienen un estilo realista, su objetivo es ilustrar la variedad de productos a la venta. Su dirección comercial figura en el anuncio en la calle Mercado nº 35, actualmente Portales⁵⁰³.

⁵⁰⁰ Pérez Bernard, Gloria, “El crecimiento demográfico finisecular (1881-1900)” en Sesma Muñoz, José A. (Coord.), *Historia de la ciudad de Logroño...*, p. 47.

⁵⁰¹ Gurría García, Pedro y Lázaro Ruiz, Mercedes, *Tener un tío en América...*, p. 46.

⁵⁰² Ver anexo p. 453.

⁵⁰³ Salas Franco, María Pilar, *Guía de Logroño...*, vol. II, p. 64.



Imagen 61. Ángel Barruso relojería, óptica y electricidad. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 62. Frecuencia de publicación de LR 19000112-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	12
						Total
						12

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- b. El segundo anuncio de este tipo que utilizó grabados tipográficos en su publicidad fue Tomás Teresa García, identificado con la nomenclatura LR 19000123-2⁵⁰⁴. Fue publicado por primera vez el 23 de enero, página tres, 5ª columna. Tuvo una frecuencia de publicación de 20 anuncios distribuidos durante los meses de enero, febrero, marzo, abril, noviembre y diciembre. La iconografía es muy sencilla y lo más probable es que los clichés pertenecieran a algún juego genérico, es decir, que no hayan sido confeccionados para el anuncio. Iconográficamente el primero de ellos representa un reloj de bolsillo sin cadena con números romanos; el segundo un par de lentes de cristal con modulara ovalada y sin cadena, y en el tercio inferior del anuncio, centrado, el tercero que representa una caja abierta con dos cordones que sostienen cilindros. En la caja se ven engranajes y ruedas dentadas. Este último grabado destaca sobre los otros dos porque ha sido

⁵⁰⁴ Ver anexo p. 454.

reproducido con muchos detalles apreciables debido el poco desgaste del cliché. Por su estilo y riqueza de detalles podría corresponder a un grabado fabricado para alguna enciclopedia o publicación técnica, aunque el cliché haya sido compuesto en una sola pieza, sin texto y sea un añadido al conjunto del anuncio. Todos los grabados fueron realizados siguiendo un estilo realista.



Imagen 62. Tomás Teresa García. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 63. Frecuencia de publicación de LR 19000123-2

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	5	1	3	1	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	6	4
						Total
						20

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- c. Relojes J. Girol, identificado con la nomenclatura LR 19000607-1⁵⁰⁵, publicó por primera vez su anuncio el día 7 de junio, página cuatro, 4ª columna. Tuvo una frecuencia de publicación de 59 anuncios, distribuidos entre los meses de agosto a diciembre. Aunque de autoría anónima, este grabado fue confeccionado para publicitar a este fabricante: los textos están incluidos en el cliché tipográfico formando parte del propio grabado y no

⁵⁰⁵ Ver anexo p. 455.

están sueltos e incluidos en otro cajetín. La disposición tipográfica no permitiría otra solución formal dado que utiliza tipografías en cursiva que van incrustadas en las imágenes. Su iconografía es característica: una campana de torre al centro, flanqueada por dos hombres vestidos de época y con sombreros. Los personajes aparecen trabajando en el cincelado decorativo de la campana.



Imagen 63. Relojes J. Girol. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 64. Frecuencia de publicación de LR 19000607-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	9
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	9	8	8	11	10	4
						Total
						59

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

5.6. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en espectáculos

Durante este año solo se publicó un anuncio relacionado con el espectáculo y fue para anunciar Toros en Calahorra⁵⁰⁶. Identificado con la nomenclatura LR 19008281-1⁵⁰⁷, tuvo una frecuencia de publicación de siete anuncios, entre los meses de agosto y septiembre, representando un 0,2% del total de los publicados en *La Rioja* durante 1900. Este anuncio claramente estacional, corresponde a las festividades de los Santos Mártires, tal y como señala el texto del anuncio, además de indicar tarifas según localización, horarios de salidas de trenes con descuentos y los nombres de los espadas,

⁵⁰⁶ Véase a Simón Palmer, María del Carmen, “La prensa local como fuente de la ‘pequeña historia’...”, p. 128.

⁵⁰⁷ Ver anexo p. 456.

picadores y banderilleros. Utiliza un grabado muy sencillo y genérico: la figura de un toro en negro con sombreado en las patas para situarlo en un espacio bidimensional. Aunque el anuncio tiene unas grandes medidas, el grabado es pequeño pero cumple la función de ilustrar e incidir sobre el producto anunciado. La información sobre la actividad taurina ha estado presente en los medios de prensa españoles desde XVIII, siendo publicadas las noticias en relación a los eventos en la *Gaceta* de Madrid desde XVII⁵⁰⁸.

Toros en Calahorra

El día 21 del mes actual, festividad de los Santos Mártires, á las cuatro de la tarde, (con objeto de dar tiempo á la llegada del toro ganadero que para por Logroño á las 1 y media) se celebrará en la plaza de Calahorra un gran corrida, en la que se lidiarán

Seis Toros Escogidos
de la granja ganadera de los Hijos de Bistián, de Calahorra

ESPADAS,
Vicente Pastor (**CHICO DE LA BLUSA**)
Castor Ibarra (**COCHERITO DE BILBAO**)

PICADORES,
Francisco Sereñá (Utrera), Eduardo Alegre y Antonio Núñez (Solano).

BANDERILLEROS,
Salvador Aparicio (Alfaro), José Egozi (Valencia), Joaquín Aleáiz (Tallista), Edoardo Latorre (Vitoria) y José Hernández (Guiterro).

Pandillero, José Hernández (Guiterro).

PRECIOS DE LAS LOCALIDADES
Platos con diez entradas, 28 pesetas.—Asiento de Misas, sombra, 855 54.—Dolante de grada, sombra, 2 05 18.—Dolante de grada, sol, 3 20 54.—Bastore entre galcos, sombra, 3 20 18.—Grada, sombra, 3 10 18.—Grada, sol, 3 10 18.—Terceros, sol y sombra, 2 10 18.—Medias entradas para niños menores de ocho años, 1 25 18.
En estos precios está incluido el sello móvil con arreglo á la nueva ley del Timbre. No se admitirá más calderilla que las fracciones que no lleguen á una peseta.

El día 1.º de septiembre, á las cuatro de la tarde, se correrá, para los aficionados que gusten beber á lágrima,

DIEZ VACAS BRAVAS
de la granja de los señores Hijos de Bistián.

PRECIOS. Platos con 10 entradas, 10 pesetas.—Asiento de grada, 075 18.—Mistura ganera, 070 18.—Medias entradas para niños menores de ocho años, 3 20 18. No estos precios está incluido el sello móvil con arreglo á la nueva ley del Timbre.

Para el día 2 de septiembre, la Empresa está organizando una verja y asociada sección de TOROS Y VACAS, en que se anunciará oportunamente por programas especiales.

Además de las ferias en anunciadas, se inaugurará el Centro de Calahorra por la compañía de feriantes que dirige el maestro carpintero señor Bascones y al primer sopor educto señor Barzaud, hasta Agosto anteriores los días 30 y 31 y durante, además su el punto y salida en las Ciudades de Logroño, todas las días de ferias.

Para más detalles, pedido de programas y billetes, dirigirse á don Santiago Bistián, Calahorra.

Trenes baratos para los toros de Calahorra.
La Compañía de los Ferrocarriles de N. este establece billetes de ida y vuelta á precios reducidos, los cuales están válidos desde el 25 de agosto hasta el 3 de septiembre, para viajar en todos los trenes de viajeros, excepto en los corraes.

Llévese los precios de los billetes de ida y vuelta, incluidos todos los recargos:

ESTACIONES	Bil.º clase 1.ª		Bil.º clase 2.ª		ESTACIONES	Bil.º clase 1.ª		Bil.º clase 2.ª	
	Ida	Vuelta	Ida	Vuelta		Ida	Vuelta	Ida	Vuelta
Tuculá	2 20	3 20	1 20	2 20	Logroño	2 20	3 20	1 20	2 20
Zaragosa	1 20	2 20	1 20	2 20	Logroño	2 20	3 20	1 20	2 20
Alfaro	1 20	2 20	1 20	2 20	Logroño	2 20	3 20	1 20	2 20
Alfaro	1 20	2 20	1 20	2 20	Logroño	2 20	3 20	1 20	2 20
Logroño	1 20	2 20	1 20	2 20	Logroño	2 20	3 20	1 20	2 20
Alfaro	1 20	2 20	1 20	2 20	Logroño	2 20	3 20	1 20	2 20

Imagen 64. Toros en Calahorra. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 65. Frecuencia de publicación de LR 19008281-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	3	4	0	0	0
						Total
						7

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

⁵⁰⁸ Para más información véase dos artículos relativos a la información escrita en medios de prensa y en web de: De Haro de San Mateo, María, “El periodismo Taurino” en *Historia y Comunicación social*, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, nº 18, 2013, pp. 643-652 y “10 años de información taurina en Internet” en Sabés Turmo, Fernando (Coord.), *Análisis y propuestas en torno al periodismo digital: VII Congreso Nacional Periodismo Digital, 2 y 3 de marzo de 2006*, Asociación de la Prensa de Aragón, Huesca, 2006, pp. 214-224.

5.7. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en vestuario

Bajo este epígrafe fueron publicados un total de 14 anunciantes que utilizaron grabados tipográficos para publicitar sus comercios y productos. Tuvieron una frecuencia de publicación de 326 anuncios editados a lo largo de 1900, lo que representa un 8,8% en relación al total. A continuación pasaremos a analizar cada uno de los grabados tipográficos publicados. Para facilitar su estudio, los hemos dividido en función de la especialización del comercio, siendo estos: corseterías, sombrererías, sastrería, camisas, venta de tricotosas, impermeables y zapaterías.

5.7.1. Corseterías

El corsé como prenda interior femenina hizo su aparición en el siglo XVIII aunque no se le conocía con esta denominación sino como “corps à bailena”, debido a los refuerzos realizados con huesos de ballena y que daban forma al torso y a la cintura de la mujer⁵⁰⁹. Esta indumentaria se suprimió durante dos períodos históricos franceses muy concretos: durante la Revolución francesa y posteriormente, con el estilo Imperio a mediados del siglo XIX. Se reintroduce su uso pero se sustituyeron las varillas de huesos de ballena por acero, lo que permitió mayor flexibilidad y firmeza al ajustarlo para moldear la cintura. Existen numerosos estudios que demuestran las deformaciones que provocaba en el cuerpo humano y las prerrogativas sociales a las cuales estaba adscrito: como símbolo de estatus social impedía cualquier movimiento y flexibilidad, lo cual limitaba la actividad física, por tanto estaba reservado a las mujeres de las clases económicas más acomodadas que no necesitaban trabajar. Es interesante destacar el análisis realizado por Nicola Squicciarino sobre su función moral, este autor lo compara con el cilicio, un elemento de castigo corporal siendo su uso obligatorio para las mujeres:

“El corsé, más que un soporte, era un signo de virtud: de hecho, las mujeres que no estaban oprimidas por los cordones de un corsé olían a lujuria desenfrenada y eran consideradas un receptáculo de pecados”⁵¹⁰.

⁵⁰⁹ Fukai Akiko, “*Moda. Desde el siglo XVIII al siglo XX. Instituto de indumentaria de Kioto*”, Italia, Taschen, 2004, pp. 7-11.

⁵¹⁰ Squicciarino, Nicola, *El vestido habla*, Madrid, Catedra, 1990, pp. 76-81.

Fue suprimida de la indumentaria femenina a partir de 1906 por Paul Poiret, modisto francés quién recogió las primeras teorías de liberación femenina a través del diseño de sus vestidos y trajes⁵¹¹. A continuación analizaremos los dos anuncios de corseterías publicados en *La Rioja* en 1900. En ambos grabados tipográficos se ilustra el objeto pero no se enseña su posición en el cuerpo femenino probablemente porque hubiese resultado indecoroso para los estándares de visualidad de la época. Actualmente los anuncios de ropa interior femenina y masculina son publicados a todo color y en todo tipo de soporte impreso, en este sentido ha habido una apertura a enseñar el cuerpo y los accesorios que socialmente se consumen y forman parte del ritual cotidiano del vestir.

- a. El primer grabado tipográfico identificado con la nomenclatura LR 19000101-5⁵¹², corresponde a Gabriela Garrido Corsetera y tuvo una frecuencia de publicación de 47 anuncios, ilustrados con el mismo grabado tipográfico. Apareció publicado por primera vez el día 1 de enero de 1900 en la página cuatro, 5ª columna. El grabado que acompaña su publicidad es muy sencillo: un corsé en perspectiva frontal. Las marcas de devastación del dibujo y el veteado que se imprime en los entintados nos indican que estamos ante un grabado xilográfico realizado probablemente por algún miembro del taller del periódico, aunque no existe ninguna marca ni firma que pueda darnos indicios del autor.



Imagen 65. Gabriela Garrido corsetera. Fuente: *La Rioja*, 1900.

⁵¹¹ Rivière, Margarita, *Diccionario de la Moda. Los estilos del siglo XX*, Barcelona, Grijalbo, 1996, p. 71.

⁵¹² Ver anexo p. 457.

Cuadro nº 66. Frecuencia de publicación de LR 19000101-5

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	8	5	7	2	3	2
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	3	4	2	3	5	3
						Total
						47

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- b. La segunda corsetera que se anuncia en *La Rioja* es Teresa Elías, haciendo uso de un grabado tipográfico identificado como LR 19000118-3⁵¹³. Comenzó a anunciarse hacia mediados de enero, el día 18, en la página tres, 3ª columna, solo un par de semanas más tarde que su competencia y tuvo una frecuencia de publicación de 76 anuncios distribuidos durante todos los meses del año, utilizando un único grabado tipográfico. Supera casi en 30 anuncios a Gabriela Garrido (con el grabado catalogado como LR 19000101-5), llegando a 10 publicaciones durante el mes de febrero. A diferencia de aquel grabado, éste es de producción industrial y formaría parte de los clichés tipográficos adquiridos por las imprentas para ser utilizados en la confección de anuncios o para ilustrar algún cuento o crónica. Su iconografía es muy sencilla, un corsé femenino de finales del XIX. Su domicilio comercial, según da cuenta el anuncio literal, estuvo ubicado en la calle Mayor nº 55, actual Marqués de San Nicolás⁵¹⁴.



Imagen 66. Teresa Elías corsetera. Fuente: *La Rioja*, 1900.

⁵¹³ Ver anexo p. 458.

⁵¹⁴ Salas Franco, María Pilar, *Guía de Logroño...*, vol. II, p. 64.

Cuadro nº 67. Frecuencia de publicación de LR 19000118-3

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	8	10	6	4	7	4
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	7	6	4	7	8	5
						Total
						76

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

5.7.2. Sombrererías

Los anuncios con grabados tipográficos correspondientes a sombrererías corresponden a cuatro comercios diferentes, con un total de 128 anuncios acompañados de grabados tipográficos reproducidos a lo largo del año 1900 en *La Rioja*. A día de hoy es imposible encontrar en un periódico tal cantidad de anuncios dedicados al comercio de sombreros. Estos anuncios y sus correspondientes grabados obedecen a la demanda de la época de este tipo de complementos de vestuario, considerados como parte del decoro a principios de siglo XX. Socialmente no estuvo bien considerado en hombres y en mujeres que en público no se usase. Su declive comienza a registrarse a partir de 1950 y se especula que la causa fue debido a la incomodidad de llevarlos en los interiores de coches o por la influencia de John Kennedy, quién nunca los usaba⁵¹⁵. Se han catalogado tres anunciantes de sombrererías específicas para mujeres con cuatro grabados tipográficos reproducidos. La moda en sombreros femeninos si bien decae partir de los años sesenta del siglo XX, no decae en desuso dada la evolución de la moda, aunque como vemos en las representaciones, los estilos son más cercanos al siglo XIX que al XX⁵¹⁶.

- a. El primer grabado tipográfico catalogado corresponde a la sombrerería de Lola Pérez, identificado como LR 19000101-6⁵¹⁷, publicó su primer anuncio el 1 de enero, en la página tres, 2ª columna, y tuvo una frecuencia de publicación de 40 anuncios ilustrados con el mismo grabado: un busto de mujer con sombrero de plumas y vestuario de finales de siglo XIX. Este cliché es seriado y formó parte de una colección tipográfica industrial como

⁵¹⁵ Rivière, Margarita, *Diccionario de la Moda...*, pp. 248-251.

⁵¹⁶ *Ibidem*, pp. 250-251.

⁵¹⁷ Ver anexo p. 459.

hemos comentado en anteriores ocasiones. Sus anuncios fueron únicamente publicados de enero a agosto.



Imagen 67. Lola Pérez. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 68. Frecuencia de publicación de LR 19000101-6

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	10	7	6	5	1	3
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	7	1	0	0	0	0
	Total					
	40					

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- b. La sombrerería de Leonor Barnedo se publicitó con dos grabados tipográficos diferentes. El primero de ellos, LR 19000421-1⁵¹⁸, apareció por primera vez el día 21 de abril, página uno, 1ª columna, y tuvo una frecuencia de publicación de 32. Este es uno de los pocos anuncios ilustrados que se publicaron en la primera página de *La Rioja* siendo su iconografía muy sencilla: un busto femenino de perfil con sombrero. Podemos apreciar en los laterales las juntas que componen el cliché en formato circular, lo que nos indica que no tiene una buena facturación, al no haber sido lo suficientemente limado para evitar que formen parte de la imagen impresa.



Imagen 68. Leonor Barnedo 1. Fuente: *La Rioja*, 1900.

⁵¹⁸ Ver anexo p. 460.

Cuadro n° 69. Frecuencia de publicación de LR 19000421-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	7	23	2
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
						Total
						32

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- c. El segundo grabado utilizado por Leonor Barnedo fue el LR 19000918-2⁵¹⁹. Apareció publicado el día 18 de septiembre, página uno, 1ª columna, con una frecuencia de publicación de 15 repeticiones. El estilo del grabado es similar al anterior al igual que su iconografía: un busto femenino de perfil con sombrero aunque de inferior calidad, lo que se puede apreciar en los detalles de las plumas, por ejemplo. No obstante, la falta de calidad en ambos grabados y las formas que definen la figuras no está asociada a la producción dentro del taller del periódico, ya que los clichés son de producción industrial, lo que queda patente en los pequeños círculos que no han sido limados lo suficiente para evitar que aparezcan las rebabas impresas y que no son parte de la composición de las figuras.



Imagen 69. Leonor Barnedo 2. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro n° 70. Frecuencia de publicación de LR 19000918-2

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	8	7	0	0
						Total
						15

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

⁵¹⁹ Ver anexo p. 461.

d. El grabado catalogado como LR 19000516-1⁵²⁰ fue utilizado en la publicidad de la sombrerería Dulín. Publicado por primera vez el día 16 de mayo, en la página tres, 4ª y 5ª columnas, tuvo una frecuencia de edición de seis. Este es el único comercio, además del propio periódico *La Rioja*, que aún pervive en Logroño, en la misma dirección comercial en la que abrió sus puertas, aunque con cambios en las numeraciones (actualmente es el nº 58, mientras que en sus orígenes fue el nº 38 y luego el nº 40)⁵²¹. Su actual propietaria es Isabel Dulín, bisnieta del fundador del comercio Pablo Dulín. Iconográficamente el grabado destaca por su creatividad y lo novedoso de su composición en lo que respecta a los usos de las imágenes de la época: una figura humana construida a partir de diversos modelos de sombreros. Posiblemente el grabado haya sido realizado en los talleres del periódico, aunque también cabe la posibilidad de que fuese realizado por otro grabador. No podemos confirmar el origen del cliché tipográfico debido a que la propietaria del comercio no conserva ningún tipo de documento de la época que de cuenta del encargo, aunque sí un cliché tipográfico que fue utilizado como sello comercial con esta representación, junto a otros modelos empleados por el comercio a lo largo de su historia. La imagen que representa el grabado tipográfico catalogado fue empleado en otros documentos que conserva la familia, como las facturas emitidas por el establecimiento.



Imagen 70. Dulín. Fuente: *La Rioja*, 1900.

⁵²⁰ Ver anexo p. 462.

⁵²¹ Salas Franco, María Pilar, *Guía de Logroño...*, vol. II, pp. 48 a 49.

Cuadro nº 71. Frecuencia de publicación de LR 19000516-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	6	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
						Total
						6

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- e. Por último cabe mencionar el grabado de *La Parisienne*, identificado con la nomenclatura LR 19001017-1⁵²² y que fue publicado por primera vez el 17 de agosto, página uno, 1ª columna. Tuvo una frecuencia de publicación de 35 anuncios concentrados en los meses de noviembre y diciembre. Esta temporalidad quizás pueda explicarse atendiendo al texto, ya que se anuncia la llegada de Anita de Pablo desde París con las últimas novedades en moda invernal para señoras y niños, en sombreros y complementos. El grabado que utiliza es industrial y reitera el mismo patrón iconográfico que los grabados que acompañan los anuncios LR 19000421-1⁵²³ o el LR 19000918-2⁵²⁴: un busto femenino de perfil con sombrero y plumas. Se puede inferir, atendiendo al grosor de las líneas y los blancos y negros de la imagen, que proceden del mismo juego tipográfico.

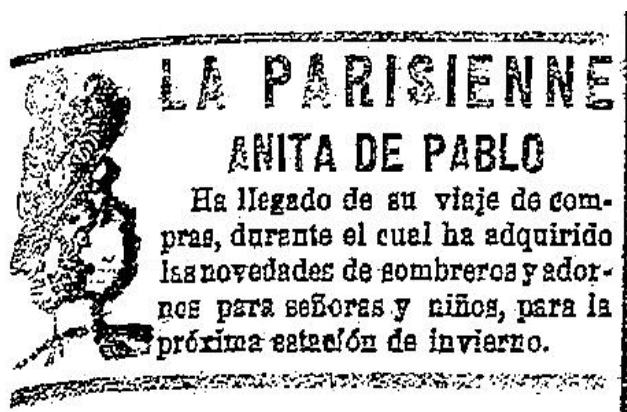


Imagen 71. *La Parisienne*. Fuente: *La Rioja*, 1900.

⁵²² Ver anexo p. 463.

⁵²³ Ver anexo p. 460.

⁵²⁴ Ver anexo p. 461.

Cuadro nº 72. Frecuencia de publicación de LR 19001017-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	12	22	0
						Total
						35

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

5.7.3. Sastrerías

Las sastrerías son un tipo de comercio escaso debido a la fabricación en serie del vestuario, la profesión de sastre está reconocida como de las más antiguas perviviendo en países como Inglaterra, Italia, Honk Kong o la India⁵²⁵. Bajo esta categoría solo hemos registrado un comercio que utilizó grabados tipográficos para publicitarse: Sastrería Palentino. Utilizó dos grabados tipográficos diferentes para acompañar sus avisos, sumando la frecuencia de publicación entre ambos 36 a partir del mes de marzo. Ofrece diversos servicios en confección de trajes y chaquetas, además de anunciarse como “especialistas en la confección de sotanas modernas al estilo francés”. Dado que ambos grabados son ilustrados con imágenes de sacerdotes, se infiere que su principal nicho era el clero. El uso de una vestimenta concreta en el sacerdocio queda recogido como tal en el canon 284 del Código de Derecho Canónico de 1917⁵²⁶.

- a. El primer grabado catalogado con la nomenclatura LR 19000318-1⁵²⁷ fue publicado por primera vez el día 18 de marzo, en la página tres, 4ª columna. Tuvo una frecuencia de publicación de 26 anuncios a partir del mes de marzo, con excepción del mes de noviembre. La iconográfica de este grabado es muy tosca, carece de referencias a la línea de horizonte y de profundidad espacial. Representa un sacerdote con sotana y muceta de cuerpo entero, portando en su mano izquierda un libro. La falta de soltura en

⁵²⁵ Rivière, Margarita, “*Diccionario de la Moda...*”, pp. 243-244. Hay que distinguir entre sastrería y sastre, ambos dirigidos al publicado masculino en exclusiva y las costureras que estaban destinadas al público femenino.

⁵²⁶ Para obtener el cuerpo de derecho clerical véase el siguiente enlace: http://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&ved=0CD0QFjAD&url=http%3A%2F%2Fwww.documentacatholicaomnia.eu%2F03d%2F1983-01-25%2C_Absens%2C_Codex_Iuris_Canonici%2C_ES.pdf&ei=xtSpU4idNaOI4gTeI4GACQ&usg=AFQjCNGMfQOLPC0NyX7JJTaqAaMT5Bip6A&sig2=BA1DHHt9ObY0doXY9Ph3mA&bvm=bv.69620078,d.bGE. Consulta realizada el 23 de junio de 2014

⁵²⁷ Ver anexo p. 464.

el trazo y los volúmenes podrían indicar que fue realizado por algún miembro del taller de grabado del periódico.



Imagen 72. Palentino 1. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 73. Frecuencia de publicación de LR 19000318-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	2	4	3	4
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	5	3	2	1	0	2
						Total
						26

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- b. El segundo grabado tipográfico catalogado con la nomenclatura LR 19000909-1⁵²⁸, fue publicado por primera vez el día nueve de septiembre, página dos, 4ª columna. Su frecuencia de publicación fue de 10 anuncios a partir del mes de septiembre. En este grabado se aprovecha la primera figura masculina utilizada en el primer anuncio, insertando una segunda figura masculina en el cliché caracterizado iconográficamente con gafas redondas, sombrero de ala, abrigo largo y bastón. Esta nueva figura presenta las mismas deficiencias técnicas en su representación, ya que los volúmenes y proporciones no son realistas, aunque ambos grabados fueran realizados con la intención de dar a la representación figurativa toda la veracidad posible.

⁵²⁸ Ver anexo p. 465.



Imagen 73. Palentino 2. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 74. Frecuencia de publicación de LR 19000909-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	2	2	4	2
						Total
						10

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

5.7.4. Confección de camisas

El uso de la camisa se generalizó en el siglo XV aunque era ya frecuente entre los campesinos toscanos del siglo XIV⁵²⁹. Tal y como la conocemos actualmente, fue diseñada en 1871 por Brown, David & Co. De Aldermanbury en Inglaterra⁵³⁰. Anteriormente a este rediseño, las camisas eran cerradas, abiertas únicamente por el cuello con mangas y ribetes sueltos. Debemos considerar que su producción en serie se producirá avanzadas unas décadas y que los anuncios que se han catalogado son testimonio de una industria artesanal que era requerida por los estamentos sociales más acomodados. Otro detalle importante a consideraren los grabados tipográficos

⁵²⁹ Sarti, Raffaella, *Vida en familia. Casa, comida y vestido en la Europa Moderna*, Barcelona, Crítica, 2003, pp. 256-257.

⁵³⁰ Rivière, Margarita, *Diccionario de la Moda...*, pp. 52-54.

catalogados es que la oferta de camisas fue dirigido al público masculino, no al femenino.

La 25.000 y El Capricho son los dos comercios que se publicitaron en *La Rioja* en 1900, con la particularidad de que ambos utilizaron el mismo cliché tipográfico de factura industrial, sumando una frecuencia total de publicación de nueve. Ambos comercios estaban ubicados en calle Portales, en los números 28 y 34 respectivamente.

- a. El primer comercio es La 25.000 cuyo grabado tipográfico ha sido catalogado como LR 1900920-1⁵³¹. Publicado por primera vez el día 20 de septiembre, página tres, 3ª columna, su frecuencia de publicación fue de ocho concentradas el mes de septiembre. La iconografía utilizada es simple: una camisa doblada, de estilo formal sin cuello, para chaqué y traje, con botones y plisados. La perspectiva usada es vista frontal, sin ningún tipo de representación figurativa. En este sentido el grabado ilustra los objetos que el comercio oferta.



Imagen 74. La 25.000. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 75. Frecuencia de publicación de LR 1900920-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	8	0	0	0
						Total
						8

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

⁵³¹ Ver anexo p. 466.

- b. El segundo anuncio corresponde a El Capricho, catalogado con la nomenclatura LR 19001028-1⁵³² y fue publicado por primera vez el día 28 de octubre, página tres, 3ª y 4ª columnas. Tuvo una frecuencia de publicación de un anuncio en el mes de octubre. Este anuncio reutiliza el anterior grabado e incorpora en el margen superior derecho un nuevo cliché que representa una pajarita negra, seguramente a exigencia del propietario del comercio, que buscaba diferenciar su publicidad de la de su competencia. Las pajaritas fueron incorporadas al vestuario masculino en el siglo XX, aunque su predecesora se sitúa en el siglo XVIII. El tipo representando en el grabado tipográfico corresponde al estilo recto o también conocido como alas de “murciélago”⁵³³. También varía su formato: el anuncio anterior fue dispuesto en horizontal, insertado a una sola columna, en tanto que éste fue maquetado en horizontal, empleando dos columnas.

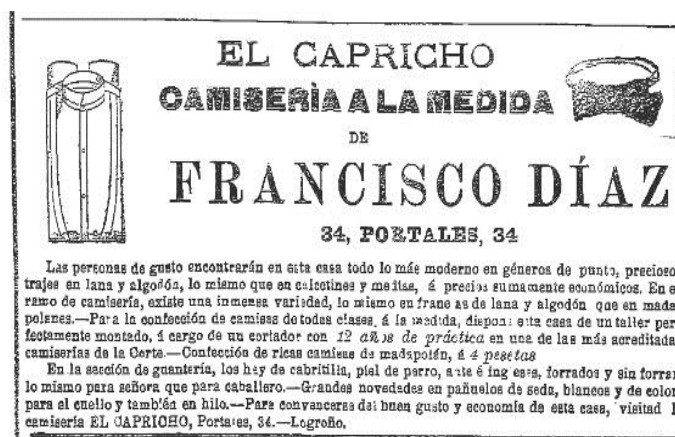


Imagen 75. El Capricho. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 76. Frecuencia de publicación de LR 19001028-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	1	0	0
						Total
						1

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

⁵³² Ver anexo p. 467.

⁵³³ Rivière, Margarita, “Diccionario de la Moda...”, p. 204.

5.7.5. Máquinas

Máquinas tricotasas Edouard Dubied C^a empleó un grabado tipográfico catalogado como LR 19001115-1⁵³⁴. La imagen tiene un estilo muy técnico, al estilo de las ilustración científicas⁵³⁵, ya que reproduce con exactitud una máquina de tejer, aunque desafortunadamente publicado de forma inversa, esto es, la figura aparece del revés, el día 15 de noviembre, página tres, 4^a columna. Su frecuencia de publicación fue de cuatro anuncios repartidos de la siguiente forma: dos en el mes de noviembre y dos en el mes de diciembre. El anunciante no es el propio fabricante con sede en Suiza, sino su distribuidor con sede en Barcelona. La función del grabado es claramente ilustrativa, ya que intenta vender un producto de difícil descripción mediante el anuncio literal. Su denominación es una palabra compuesta cuya raíz proviene del francés “tricot” que designa el tejido de género de punto⁵³⁶.



Imagen 76. Máquinas tricotasas Edouard Dubied C^a. Fuente: *La Rioja*, 1900.

⁵³⁴ Ver anexo p. 468.

⁵³⁵ Hemos mencionado anteriormente que la ilustración científica tiene como objetivo reproducir las características del objeto representado, condensando los elementos morfológicos, lo cual redundará en su alta eficacia comunicativa. Para más información véase a: Mayor Iborra, José y Flores Gutiérrez, Mariano, “El dibujo científico. Introducción al dibujo como lenguaje en el campo de trabajo...”, pp. 130-134; Blanco, Laura y Guido, Vanesa, “¿Qué es la ilustración científica...”.

⁵³⁶ Rivière, Margarita, “*Diccionario de la Moda...*”, p. 266.

Cuadro nº 77. Frecuencia de publicación de LR 19001115-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	2	2
						Total
						4

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

5.7.6. Impermeables

Los impermeables tienen su origen en 1822 de la mano de Charles Mackintosh, quién tuvo la idea de fabricar una prenda resistente al agua con tela de caucho diluida con nafta. Pero fue a finales del siglo XIX cuando se impermeabilizó la tela de algodón y comenzaron a fabricarse los impermeables resistentes al agua⁵³⁷.

Entre los grabados catalogados bajo el epígrafe de vestuario encontramos a Impermeables ingleses, quién se publicitó durante 1900 utilizando dos grabados tipográficos. La iconografía desplegada en cada uno de ellos es muy diferente y suman un total de 19 frecuencias de publicación. Su dirección comercial estuvo ubicada en la calle Muro de los Reyes 7 y 8, actual calle de Muro de Francisco de la Mata⁵³⁸.

- a. El primer grabado ha sido catalogado con la nomenclatura LR 19001031-1⁵³⁹ y fue publicado por el día 31 de octubre, página tres, 4ª columna. Tuvo una frecuencia de publicación de siete entre los meses de octubre y noviembre. La iconografía que utiliza es un caballo enjaezado. Esta iconografía no sería la más adecuada para ilustrar un anuncio de impermeables pero cumple con una doble finalidad, ya que el representante de la marca en Logroño no solo se dedicaba al comercio de vestuario, también era maestro guarnicionero y, a su vez, fue el padre de Conrado Ortega, maestro fabricante de sillas de montar y guarnicionero, cuyo anuncio utiliza el mismo grabado tipográfico identificado con la nomenclatura LR 19000330-1⁵⁴⁰. De esta forma, la imagen perpetúa el oficio heredado de padre a hijo e invita al lector a reconocer mediante un signo iconográfico el negocio familiar.

⁵³⁷ Rivière, Margarita, *“Diccionario de la Moda...”,* p. 145.

⁵³⁸ Salas Franco, María Pilar, *Guía de Logroño...,* vol. II, p. 64.

⁵³⁹ Ver anexo p. 469.

⁵⁴⁰ Ver anexo p. 504.



Imagen 77. Impermeables ingleses 1. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 78. Frecuencia de publicación de LR 19001031-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	1	6	0
						Total
						7

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- b. El segundo grabado es el LR 19001118-1⁵⁴¹, publicado por primera vez el día 18 de noviembre, en a página tres, 5ª columna, tuvo una frecuencia de publicación de 12 anuncios entre los meses de noviembre y diciembre, en que los que el clima se hace más invernal y el uso de la vestimenta ofertada por este comercio es más mayor. La imagen de este segundo grabado es mucho más próxima iconográficamente al tipo de vestuario que ofertaba, ya que representa una figura humana de pie, cubierta con un impermeable con capucha. Este grabado es industrial y representa a la figura humana con línea de horizonte, proporciones y puntos de fuga correctamente representados.



Imagen 78. Impermeables ingleses 2. Fuente: *La Rioja*, 1900.

⁵⁴¹ Ver anexo p. 470.

Cuadro nº 79. Frecuencia de publicación de LR 19001118-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	4	8
						Total

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

5.7.7. Zapaterías

La historia del calzado es muy antigua pero no fue hasta el siglo XV cuando se diferenció el tipo de zapato utilizado por hombres y mujeres de la mano de la moda veneciana. Fue en este siglo cuando aparecieron los “chapines” o sandalias que llevaba en su base una plataforma. Dependiendo de su altura se le atribuía a la mujer que los usaba más o menos nivel social⁵⁴². A partir de este momento se diversificaron los modelos, materiales y estilos según las modas. En 1900 el zapato aún se fabricaba manualmente, iniciándose la fabricación en serie a partir de la segunda guerra mundial⁵⁴³.

En *La Rioja* solo se registró un grabado tipográfico empleado en un anuncio de zapatería, el LR 19000918-1⁵⁴⁴, de Jacinto García. Se publicó por primera vez el día 18 de septiembre, página dos, 5ª columna, con una frecuencia de publicación de siete anuncios editados a lo largo del mes de septiembre. En el texto del anuncio se indica que durante las fiestas de San Mateo el establecimiento ofrecerá a precios reducidos sus mercancías de verano hasta agotar existencias, lo que explicaría la temporalidad del anuncio⁵⁴⁵. También oferta servicios de limpieza de calzado e informa detalladamente su ubicación, publicitando al mismo tiempo a la sastrería de Cenzano y la farmacia de Lazagorta.

⁵⁴² Squicciarino, Nicola, *El vestido habla...*, p.75.

⁵⁴³ Rivière, Margarita, “*Diccionario de la Moda...*”, pp. 284-286.

⁵⁴⁴ Ver anexo p. 471.

⁵⁴⁵ La festividad de San Mateo se celebra el día 21 de septiembre y coincide con La Fiesta de la Vendimia. Se ha documentado la celebración en estas fechas de mercado y festividades populares desde el año 1314 cuyo origen se remonta a los privilegios reales ofrecidos por los reyes Juan I, Juan II, los Reyes Católicos, Doña Juana y Felipe II. Para más información véase a: Merino Morga, Juan Ignacio, “San Mateo...Fiestas de gracias” en *Belezos Revista de Cultura Popular y tradiciones de La Rioja*, Logroño, IER, nº 5, 2007, pp. 22-25.

Iconográficamente el grabado que utiliza es sencillo: una bota y un botín carentes de cualquier realismo. Son de factura tosca, no poseen ningún tipo de detalles ni ornamentaciones, carentes de cualquier referencia espacial y de proporciones. El cliché es de fabricación industrial y se puede ver publicado en anuncios de otros periódicos de la época⁵⁴⁶.



Imagen 79. Zapatería del comercio de Jacinto García. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 80. Frecuencia de publicación de LR 19000918-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	7	0	0	0
						Total
						7

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia

5.8. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en anuncios privados

Bajo esta categoría de anuncios hemos agrupado las esqueladas funerarias, tanto de adultos como de niños. Representan el 3% del total de anuncios publicados, con una frecuencia de publicación de 112. Durante el año 1900 hemos encontrado dos modelos de grabados utilizados en las esqueladas de adultos que responden a los mismos patrones icónicos: la sencillez desde el punto de vista estético y su origen industrial, es decir que formaron parte de juegos tipográficos. La ubicación dentro de la composición del anuncio es la misma: el tercio superior reservado a la imagen, el inferior para el texto.

⁵⁴⁶ Ver por ejemplo *La Correspondencia de España*, 1 de enero de 1900, página tres, 1ª columna. Se accede a través de: http://prensahistorica.mcu.es/es/publicaciones/numeros_por_mes.cmd?anyo=1900&idPublicacion=8095. Consultado el 20 de julio de 2014.

Los textos comunican el duelo de los familiares y también el rango y posición social que ocupó el fallecido en la sociedad: en el caso de las mujeres “viuda de” y en el caso de los hombres hace alusión a sus negocios, títulos nobiliarios, negocios o rangos políticos y militares.

- a. El primer grabado catalogado corresponde al LR 19000119-2⁵⁴⁷, publicado por primera vez el día 19 de enero, página tres, 3ª, 4ª y 5ª columnas. Su frecuencia de publicación fue de cinco. Iconográficamente se representó una cruz latina⁵⁴⁸, negra, sin ningún tipo de ornamentación, rodeado de gruesos filetes negros pero de mayor grosor que el empleado para delimitar el espacio entre texto e imagen que los utilizados en otros anuncios. La caja tiene forma rectangular y se distribuye el espacio posicionando la imagen en la mitad superior precedido del texto que emplea diferentes tipografías.



Imagen 80. Esquela adulto 1. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 81. Frecuencia de publicación de LR 19000119-2

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	1	0	2	1	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	1
						Total
						5

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- b. El grabado LR 19000101-10⁵⁴⁹ fue publicado por primera vez el día 1 de enero, en la página tres, 4ª y 5ª columnas. Este grabado representa una cruz aguzada⁵⁵⁰, y es el más numeroso en frecuencia de publicación, con 84 ediciones, mientras que el primero solo fue reproducido en 5 anuncios. Los

⁵⁴⁷ Ver anexo p. 472.

⁵⁴⁸ Fatás, Guillermo y Borrás Gualis, Gonzalo, *Diccionario de términos de arte...*, pp. 93-95.

⁵⁴⁹ Ver anexo p. 473.

⁵⁵⁰ Fatás, Guillermo y Borrás Gualis, Gonzalo, *Diccionario de términos de arte...*, p. 93.

filetes que acompañan estos anuncios forman una caja cuadrada y son sencillos, sin ningún tipo de ornamentación, pero de mayor grosor como ya hemos visto en el primer anuncio analizado. La imagen se ubica en el tercio superior del anuncio precedido por el anuncio textual que emplea diferentes tipografías.



Imagen 81. Esquela adulto 2. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 82. Frecuencia de publicación de LR 19000101-10

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	12	9	13	4	11	8
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	3	2	3	5	6	8
						Total
						84

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

En la tipología de anuncios de esquelas infantiles se utilizaron tres grabados diferentes pero dentro de la misma tipología estética. Los dos primeros utilizan la imagen de angelotes niños para ilustrar los anuncios, dado que esta iconografía es más cercana a la infancia a través de la concepción del ángel custodio, asimilación de la iconografía romana de los cupidos⁵⁵¹. En ambos casos se corresponderían con una armonizada metáfora del niño que asciende tras su muerte al cielo como un ángel. El tercer anuncio utilizó un grabado con un ángel adulto, iconografía reservada en el imaginario cristiano para ilustrar la vida de santos y personajes religiosos, además de escenas como la anunciación, Cristo en la cruz, etc., aunque debemos hacer mención que la iconografía tiene su origen en las antiguas representaciones de genios y dioses en el arte del medio oriente antiguo como Sumer, Asiria, Persia o Babilonia, en las cuales

⁵⁵¹ Para más información en relación a las tipologías de ángeles se recomienda el artículo por su síntesis y descripción iconográfica a González Hernando, Irene, "Los ángeles" en *Revista digital de iconografía medieval*, Universidad Complutense de Madrid, nº 1, fascículo 1, 2009, pp. 1-9.

se reconocen en sus estelas en piedra a los dioses y genios mediante la representación sobre sus hombros o espaldas de alas⁵⁵². Un ejemplo cercano de la primitiva concepción de la deidad alada se encuentra en el Código de Hammurabi, en la cual se representan dos personajes: el primero es el rey Hammurabi a la izquierda y de menor tamaño de pie, y la segunda es la deidad Samash representado con alas que emanan de sus hombros y de mayor tamaño⁵⁵³. Una importante diferencia que podemos destacar en relación a las esquelas de adultos, es que los filetes que enmarcan el conjunto de los anuncios son orlas decorativas, en lugar de simples filetes negros. En relación a los textos de estos anuncios privados, comunican los dolientes y la edad del niño fallecido, y en alguna ocasión se hizo patente el rango social del padre de familia. La frecuencia total de publicación de estos tres grabados asciende a 13.

- c. El primer grabado identificado con la nomenclatura LR 19000116-2⁵⁵⁴ fue el más numeroso, con una frecuencia de 9. Publicado por primera vez el día 16 de enero, página tres, 5ª columna. Su iconografía representa dos angelotes alados resguardando una cruz latina⁵⁵⁵, en negro, de la cual emanan líneas que asemejan el resplandor divino. Fue enmarcado en filetes ornamentados de forma elíptica y el formato es rectangular. La imagen se ubica en la mitad superior, mientras que el texto es distribuido a lo largo de la caja con tipografías de diferente tamaño y cursivas.

Cuadro nº 83. Frecuencia de publicación de LR 19000116-2
d.

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	1	0	0	0	5	1
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	1	0	0	0	0	1
						Total
						9

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

⁵⁵² Para más información en relación a iconografía cristiana de los ángeles y sus diferentes representaciones en las escenas y episodios de los Santos y el Evangelio véase a: Giorgi, Rosa, “Santos”, y Zuffi, Stefano, “Episodios y personajes del Evangelio” en *Los diccionarios de Arte*, Barcelona, Random House Mondadori, 2005.

⁵⁵³ Para ver la estela y su historia se recomienda la página del Museo del Louvre <http://musee.louvre.fr/oal/code/indexFR.html>. Consultado el 17 de junio de 2014.

⁵⁵⁴ Ver anexo p. 474.

⁵⁵⁵ Fatás, Guillermo y Borrás Gualis, Gonzalo, *Diccionario de términos de arte...*, pp. 93-95. Hemos mencionado anteriormente bibliografía de consulta en relación a las tipologías de ángeles y su representación iconográfica en González Hernando, Irene, “Los ángeles...”, pp. 1-9 o a Jesús. Revilla, Federico, *Diccionario de iconografía y simbología...*, pp. 33-35, por ejemplo.



Imagen 82. Esquela Infantil 1. Fuente: *La Rioja*, 1900.

- e. El segundo grabado identificado con la nomenclatura LR 19000401-1⁵⁵⁶ fue publicado tres veces a lo largo de 1900, siendo primera vez que se registró el 1 de abril, en la página tres, 4^a y 5^a columnas. El grabado reproduce una cabeza de querubín alada⁵⁵⁷, enmarcada por filetes ornamentales de forma circular y cuadrada con hojas y flores en formato rectangular. La imagen se sitúa como es habitual en mitad superior de la caja precedida por el texto que incorpora tipografías diversas como cursivas o negritas.



Imagen 83. Esquela Infantil 2. Fuente: *La Rioja*, 1900.

⁵⁵⁶ Ver anexo p. 475.

⁵⁵⁷ Para más información sobre los querubines y los diferentes textos en los que aparecen descritos véase a González Hernando, Irene, "Los ángeles...", pp. 1-9 o a Jesús. Revilla, Federico, *Diccionario de iconografía y simbología...*, pp. 1 y 4.

Cuadro nº 84. Frecuencia de publicación de LR 19000401-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	1	2	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
						Total
						3

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- f. Finalmente, el grabado LR 19001004-1⁵⁵⁸, publicado el 4 de octubre, página tres, 4ª y 5ª columnas, solo fue reproducido en una ocasión. La falta de interés en su iconografía podría deberse a que tanto el primer como segundo grabados tipográficos tienen un cariz más infantil, de ahí que fuesen los más solicitados, mientras que este último es mucho más literal en relación al tema de la muerte. Se representa un ángel desnudo⁵⁵⁹, arrodillado con las manos en el rostro en actitud de lamento ante una cruz situada en la cabecera de una tumba. Este grabado ya lo hemos analizado en el catálogo de 1889, año en que fue publicado el 19 de octubre, con dos apariciones más a lo largo de ese año.

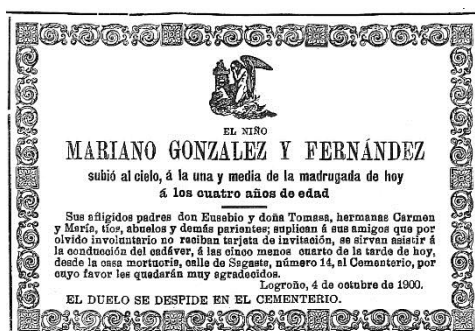


Imagen 84. Esquela Infantil 3. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 85. Frecuencia de publicación de LR 19001004-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	1	0	0
						Total
						1

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

⁵⁵⁸ Ver anexo p. 476.

⁵⁵⁹ Para más información sobre los ángeles y las fuentes en las que son citados véase a González Hernando, Irene, “Los ángeles...”, pp. 1-9 o a Jesús. Revilla, Federico, *Diccionario de iconografía y simbología...*, pp. 1 y 3.

5.9. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en anuncios de coches y bicicletas

En esta categoría de grabados existen cuatro imágenes reproducidas diferentes: tres corresponden a bicicletas y la cuarta a un carro tirado por caballos. Entre los tres anunciantes suman 45 anuncios, representando un 1,2% del total de grabados publicados.

- a. El grabado LR 19000314-2⁵⁶⁰ se publicó por primera vez el día 14 de marzo en la página tres, 3ª columna. En el texto del anuncio se oferta una berlina clarens, un landó y un charret, tres vehículos de transporte tirados por caballos, cuyo uso fue disminuyendo progresivamente en las primeras décadas del siglo XX tras ser desplazados por los automóviles. El grabado no es una representación realista del modelo ofertado, es un grabado tipográfico de serie, sin línea de horizonte y carente de cualquier ornamento.



Imagen 85. Ocasión. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 86. Frecuencia de publicación de LR 19000314-2

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	5	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
						Total
						5

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

En cuanto a los grabados utilizados en anuncios de venta de bicicletas, a primera vista resultan grabados similares, pero todos ellos son diferentes, por lo que se ha procedido a catalogarlo como unidades independientes con sus propias nomenclaturas. Se trata de pequeños grabados industriales, que representan bicicletas de perfil con el manubrio hacia la derecha, sin referencia de línea de horizonte o figuras humanas. En

⁵⁶⁰ Ver anexo p. 477.

dos de ellos el LR 19000130-1 y el LR 19000804-1⁵⁶¹, la imagen ocupa la mitad de la superficie del anuncio, mientras que en el grabado LR 19000906-1⁵⁶² solo se utilizó un tercio de la superficie del anuncio con el grabado de la bicicleta. El auge de la bicicleta se remonta al año 1885 en Alemania, momento en el que se fabrica un modelo promocionado como “moderna bicicleta segura” y que es el actual diseño vigente con la cadena de transmisión y pedales al centro y no en la rueda delantera como se muestra en modelos usuales en el siglo XIX⁵⁶³.

- b. El grabado LR 19000130-1⁵⁶⁴ corresponde a un anunciante particular y tuvo una frecuencia de publicidad de 15 publicaciones a lo largo de 1900 concentradas los meses de enero a abril. Fue publicado por primera vez el día 30 de enero, página tres, 3ª columna. Como dato curioso podemos señalar que el punto de consulta según el texto fue la Imprenta La Rioja, parte integrante del periódico estudiado. También se indica que la bicicleta es de ocasión y que se vende completamente equipada y con repuestos.



Imagen 86. Se vende bicicleta de ocasión. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 87. Frecuencia de publicación de LR 19000130-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	3	5	4	3	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
						Total
						15

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

⁵⁶¹ Ver anexo p. 478.

⁵⁶² Ver anexo p. 480.

⁵⁶³ Sánchez Real, José, *La física de la bicicleta*, Madrid, Ediciones de La Torre, 1988, P. 17. Curioso libro donde su autor analiza desde un punto de vista científico todas las leyes físicas que se aplican al funcionamiento de la bicicleta y su movimiento, además de analizar su historia.

⁵⁶⁴ Ver anexo p. 478.

- c. El segundo grabado es el LR 19000804-1⁵⁶⁵ publicado por primera vez el 4 de agosto, página tres, 4ª columna con una frecuencia de publicación de 17 anuncios. El anuncio que incorpora este grabado corresponde al comercio La Velocidad, no a venta entre privados. Su sede estuvo ubicada en la calle Vara de Rey, una de las zonas de expansión de la ciudad a principios de siglo XX y donde habitó el estrato burgués de la población.



Imagen 87. La velocidad. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 88. Frecuencia de publicación de LR 19000804-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	5	4	2	6	0
						Total
						17

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- d. Por último hablamos del grabado LR 19000906-1⁵⁶⁶, utilizado en el anuncio de Braulio Ilaraza y que tuvo una frecuencia de publicación de ocho durante en el mes de septiembre. Su primera aparición fue el día 6 de septiembre, página tres, 5ª columna. La iconografía, como en los anteriores grabados representa una bicicleta sin ninguna referencia a la línea de horizonte o figura humana.

⁵⁶⁵ Ver anexo p. 479.

⁵⁶⁶ Ver anexo p. 480.



Imagen 88. Braulio Ibarraza. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 89. Frecuencia de publicación de LR 19000906-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	8	0	0	0
						Total
						8

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

5.10. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en Anuncios de vinos y licores

A pesar de que La Rioja vivió un gran auge en torno a la producción enológica a desde mediados del siglo XIX y principios del XX, no se han encontrado anuncios que incorporen grabados tipográficos que den cuenta de ello. Sin embargo sí se publicaron anuncios de tipo redaccional en *La Rioja* a partir del 1 de enero, siendo numerosas las bodegas y establecimientos que comunicaron mediante este estilo de publicidad sus tipos de vinos, precios y ofertas al público interesado.

Solo se registró un grabado tipográfico empleado para publicitar el comercio de vinos y licores La Magdalena y fue el LR 19000220-1⁵⁶⁷. Este comercio se dedicó a la distribución de vinos y licores finos. Publicado por primera vez el día 20 de febrero, en la página tres, 4ª columna, tuvo una frecuencia de publicación de 12 anuncios, que equivalen a un 0,3%, concentrados en los meses de marzo y abril, distribuidos en 6 anuncios cada mes. El grabado representa a una mujer con cabellos sueltos, en actitud orante frente a un libro apoyado sobre una calavera y una cruz latina oscura, de medio cuerpo, aureola sobre la cabeza y un vaso con tapa para guardar perfumes o ungüentos. La imagen en un principio podría parecer poco acorde al producto ofertado, pero debemos señalar que la representación de la figura de María Magdalena tuvo dos variantes: en la primera es representada con sus ropas de cortesana, joyas y riquezas,

⁵⁶⁷ Ver anexo p. 481.

mientras que en la segunda se la representa con el vaso con que ungió los pies de Jesús en señal de arrepentimiento, ropas más sencillas, cabellos sueltos y actitud orante⁵⁶⁸. La iconografía desplegada la representa como una santa y con un elemento añadido: la vanitas, representada mediante el cráneo y cuya función es recordar la banalidad y el paso del tiempo en la vida humana⁵⁶⁹. Una lectura de la imagen asociada al producto que oferta puede hacerse desde la perspectiva del disfrute de los vinos y licores antes de la irremediable llegada de la muerte. En cuanto a la autoría del grabado se han encontrado dos iniciales en la imagen: F.A grabadas en caligrafía manuscrita en el margen inferior izquierdo del anuncio. Hasta la fecha no se ha identificado a su autor. La distribuidora tuvo su sede en calle San Blas nº 13, actual calle Capitán Gallarza⁵⁷⁰.



Imagen 89. La Magdalena. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 90. Frecuencia de publicación de LR 19000220-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	6	6	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
						Total
						12

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

⁵⁶⁸ Giorgi, Rosa, "Santos" en *Los diccionarios de Arte...*, pp. 244-253.

⁵⁶⁹ Una de las representaciones de vanitas con más riqueza semiótica y por el uso de la calavera representada como una anamorfosis es el cuadro "Los embajadores" de Hans Holbein el Joven, aunque esta modalidad fue desarrollada por Piero de la Francesca y Leonardo da Vinci. Para más información véase a: Kemp, Martin, *La ciencia del arte. La óptica en el arte occidental de Brunelleschi a Seurat*, Madrid, Akal, 2000, pp. 222-225.

⁵⁷⁰ Salas Franco, María Pilar, *Guía de Logroño...*, vol. I, p. 73.

5.11. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en anuncios de compañías navieras

Existen cuatro grabados catalogados dentro de este tipo de anuncios, que han resultado ser los de mayor frecuencia de publicación en relación con el resto de categorías analizadas. Si para 1889 registramos un total de 53 anuncios editados, representando el 8,33% del total, en 1900 las cifras crecen de forma espectacular elevándose a una frecuencia de publicación de 782, lo que supone el 21,2% del total de anuncios publicados a lo largo de este año.

Como ya se ha mencionado en el análisis de los grabados de 1889 correspondiente a esta categoría publicitaria, las tasas de emigración fueron aumentando exponencialmente desde la segunda mitad del siglo XIX producto de la grave crisis económica que se cernía sobre todo en el sector agrícola y que tuvo como primera causa la devastación de los viñedos riojanos⁵⁷¹, la crisis agrícola y los ganchos, que reclutaban a los jóvenes deseosos de buscar mejor fortuna en las jóvenes repúblicas de América⁵⁷². Esta situación social se refleja en el aumento de la publicidad de venta de billetes para embarcar a destinos como Chile, Argentina, Brasil, Uruguay, entre otros destinos⁵⁷³.

- a. Comenzamos el análisis de los grabados de esta categoría con el catalogado como LR 19000101-8⁵⁷⁴. Fue utilizado indistintamente por tres diferentes compañías navieras: Línea de Vapores Serra y La Flecha, Compañía Hamburguesa Sud-Americana y Chargeurs Reunis. También, según parece, por error del cajista, apareció en los anuncios de Servicios de la Compañía Transatlántica de Barcelona, ya que se ha encontrado solo un anuncio con este grabado. Esto nos indica que el cliché tipográfico, como la mayoría de los utilizados para ilustrar la publicidad, perteneció a algún juego tipográfico y que su elección para ilustrar el anuncio quedaba en manos del cajista, persona del taller de grabado encargado de componer la plancha que luego sería impresa. Fue publicado por primera vez el 1 de enero, en la página 3, 4ª columna y tuvo una frecuencia de publicación de 493, siendo el grabado más reproducido hasta la fecha. Iconográficamente representa un barco a vapor, con mástiles y sus velas desplegadas al viento. El dibujante lo ha

⁵⁷¹ López Rodríguez, Pedro, *Sociedad riojana y crisis del caciquismo liberal...*, p. 33.

⁵⁷² García Sánchez, Juan A., *La Rioja y los riojanos en Chile...*, p. 64.

⁵⁷³ Ollero Vallés, José Luis, "El contexto histórico de la corriente migratoria a ultramar"... pp. 16-19.

⁵⁷⁴ Ver anexo p. 488.

representando en movimiento, detalle apreciable a través de la chimenea expulsando humo, mientras que en el segundo plano de la composición se distingue una nube.

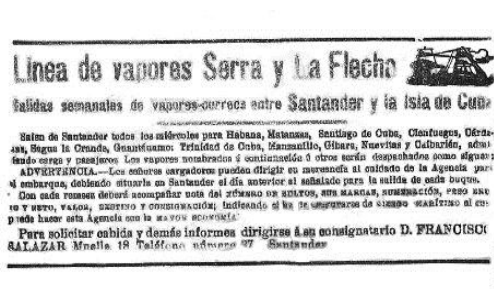


Imagen 90. Línea de vapores Serra y La Flecha. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 91. Frecuencia de publicación de LR 19000101-8

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	59	47	55	39	28	30
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	34	44	35	51	47	24
						Total
						493

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- b. El segundo grabado catalogado corresponde al LR 19000101-7⁵⁷⁵, de los Servicios de la Compañía Trasatlántica de Barcelona. Fue publicado por primera vez el día 1 de enero, en la página cuatro, 3ª columna, y tuvo una frecuencia de publicación de 115. Este anunciante también se publicitó, con excepción de los meses de enero y diciembre, con el grabado tipográfico LR 19000101-8⁵⁷⁶, aunque con una frecuencia mucho menor. El grabado representa un barco a vapor, con dos mástiles, banderas y chimenea con humo hacia la derecha. Está representado navegando en el mar, con una nube de fondo, siendo su composición algo más elaborada al representar la línea del horizonte y elementos como el mar o el humo de las chimeneas, lo que se traduce en la representación del movimiento: el grabado está mostrando la partida del vapor de un puerto.

⁵⁷⁵ Ver anexo p. 489.

⁵⁷⁶ Ver anexo p.470.



Imagen 91. Servicios de la Compañía Trasatlántica de Barcelona. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 92. Frecuencia de publicación de LR 19000101-7

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	9	12	8	8	10	10
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	10	9	10	11	8	10
						Total
						115

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- c. El grabado LR 19000109-1⁵⁷⁷, correspondiente al anuncio de Servicio de Vapores, fue publicado por primera vez el día 9 de enero, página dos, 5ª columna con una frecuencia de publicación de 61. Es el grabado de esta categoría que menor frecuencia de publicación tuvo en tanto que el anunciante tenía su sede en Bordeaux, Francia, desde donde partían estos barcos hacia los diferentes destinos ofertados de América. Iconográficamente representa un barco a vapor, con mástiles, bandera francesa y chimenea humeante. El hecho de que encontremos un armador francés insertando publicidad puede deberse a las penosas condiciones en las que eran embarcados los viajeros de tercera clase, y que no se regularon hasta 1906 con la Ley de Emigración⁵⁷⁸. A ello se suma el hecho de que no todos los jóvenes dispuestos a embarcarse podían hacerlo, dado que era obligatorio cumplir con el servicio militar. La ilegalidad de las salidas generó una red

⁵⁷⁷ Ver anexo p. 472.

⁵⁷⁸ Esta situación se mantuvo hasta 1906, año en que decretó la Ley de Emigración, *Gaceta de Madrid*, nº 356 de 22 de diciembre de 1907, Tomo IV, pp. 1.085-1.088. Esta ley reguló tanto la salida de emigrantes como su repatriación. De igual forma estableció el funcionamiento de aduanas, registro e inspección de aquellos sujetos dispuestos a emigrar, armadores y condiciones del viaje. <http://www.boe.es/datos/pdfs/BOE/1907/356/A01085-01088.pdf>. Consultado el día 20 de julio de 2014. También véase a García Sánchez, Juan Antonio, “La Travesía” en *El viaje de los sueños...* pp. 61-68.

clandestina de comerciantes de documentación y transporte hacia Bordeaux⁵⁷⁹.

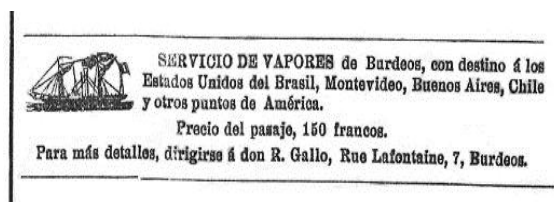


Imagen 92. Servicio de Vapores. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 93. Frecuencia de publicación de LR 19000109-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	9	9	8	3	2	1
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	3	5	4	5	7	5
						Total
						61

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- d. Por último, el grabado LR 19000401-4⁵⁸⁰, que corresponde a la Compañía Hamburguesa Sud-Americana, fue publicado por primera vez el 1 de abril, en la página tres, 5ª columna y tuvo una frecuencia de publicación de 113. Este anunciante también utilizó el primer grabado catalogado, el LR 19000101-8⁵⁸¹, durante todos los meses del año, siendo desde enero a marzo su utilización más numerosa. Posteriormente comienza a utilizar el grabado LR 19000401-4, que representa un barco a vapor, con mástiles, banderas y dos chimeneas humeantes. Está representado navegando en el mar y sobre la cubierta se divisan figuras humanas y detalles como banderines, cuerdas, velas y elementos decorativos en el plano medio del barco de difícil apreciación dada la calidad de la reproducción. Esta profusión de elementos compositivos lo sitúa como el grabado tipográfico con más detalles en su factura. Por otra parte, el encuadre que utilizó el dibujante para componer la escena fue un primer plano muy cercano, lo que facilita el reconocimiento de las figuras humanas, mástiles, velas, etc.

⁵⁷⁹ Gurría García, A., Pedro y Lázaro Ruiz, Mercedes, *Tener un tío en América...*, pp. 87 a 91.

⁵⁸⁰ Ver anexo p. 491.

⁵⁸¹ Ver anexo p. 482.

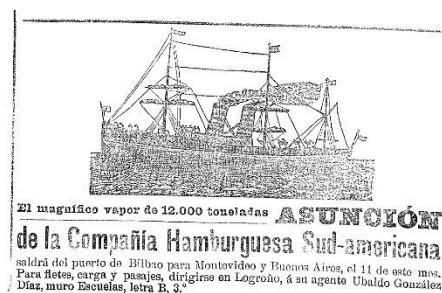


Imagen 93. Compañía Hamburguesa Sud-Americana. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 94. Frecuencia de publicación de LR 19000401-4

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	13	14	19
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	12	15	14	1	8	17
						Total
						113

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

5.12. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en aseguradoras.

Bajo este epígrafe se han catalogado seis diferentes grabados tipográficos correspondientes a los siguientes anunciantes: L'Unión Compañía francesa de seguros contra incendio, La Unión y el Fénix español, La Gresham, Compañía inglesa de seguros sobre la vid, La Palatine, La Paternal y La Catalana. Entre estos seis anunciantes la frecuencia de publicación suma un total de 189, un 5,1%.

- a. El primer grabado identificado con la nomenclatura LR 19000104-3⁵⁸² corresponde a L'Union Compañía francesa de seguros contra incendios, que publicó por primera vez su anuncio el día 4 de enero, página tres, 3ª columna. Tuvo una frecuencia de publicación de 70 anuncios, todos con el mismo grabado tipográfico que representa dos figuras aladas, con vestidos largos y alas de plumas, femeninas sosteniendo una guirnalda de hojas de laurel. Desde el punto de vista semiológico, esta representación es el símbolo de la victoria y el triunfo por sobre la adversidad encarnado en detalles como las hojas de laurel y las figuras triunfantes aladas⁵⁸³. Un concepto que se

⁵⁸² Ver anexo p. 486.

⁵⁸³ Impelluso, Lucía, “La naturaleza y sus símbolos. Plantas, flores y animales” en *Los diccionarios de Arte...*, pp. 38-42.

ajusta al producto ofertado, seguros contra todo tipo de catástrofes naturales y accidentes. En su texto, indica que la oficina, con su representante, se encuentra ubicada en la calle Mercado, actual Portales⁵⁸⁴.

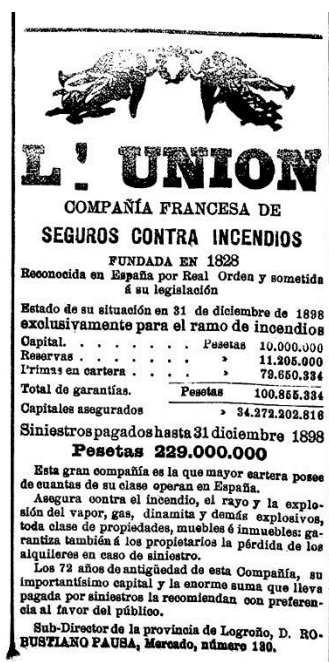


Imagen 94. L'Unión Compañía francesa de seguros contra incendios. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 95. Frecuencia de publicación de LR 19000104-3

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	6	7	5	4	4	6
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	3	7	6	8	9	5
						Total
						70

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- b. El grabado identificado como LR 19000105-2⁵⁸⁵, utilizado por La Unión y el Fénix español, fue publicado por primera vez el día 5 de enero, página dos, 5ª columna y tuvo una frecuencia de publicación de 43 anuncios. Iconográficamente el grabado representa un fénix renaciendo de entre las llamas, escena que se interpreta como la inmortalidad y es el símbolo del continuo renacer del ave fénix tras su destrucción en las llamas⁵⁸⁶. Nuevamente estamos ante una alegoría que representa el resurgimiento

⁵⁸⁴ Salas Franco, María Pilar, *Guía de Logroño...*, vol. II, p. 64.

⁵⁸⁵ Ver anexo p. 487.

⁵⁸⁶ Fatás, Guillermo y Borrás Gualis, Gonzalo, *Diccionario de términos de arte...*, p. 146.

dentro de la destrucción, apropiada metáfora para la venta de seguros. El texto del anuncio presenta una relación de representantes distribuidos por toda la provincia: Logroño, Haro, Calahorra, Nájera, Cervera del Río Alhama y Santo Domingo de la Calzada.



Imagen 95. La Unión y el Fénix español. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 96. Frecuencia de publicación de LR 19000105-2

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	1	3	5	3	4	4
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	5	4	2	4	5	3
						Total
						43

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- c. El grabado LR 19000110-2⁵⁸⁷ fue utilizado por La Gresham, Compañía inglesa de seguros sobre la vid. Publicado por primera vez el día 10 de enero, página dos, 5ª columna, tuvo una frecuencia de publicación de 18 anuncios durante los meses de enero, febrero, marzo, junio, julio y agosto. Este anuncio se compone de dos grabados tipográficos: el primero es un retrato masculino de busto exento, sin identificación alguna. Sobre él se ubica el segundo grabado, que representa a dos pájaros sobre el césped. El texto principal de su anuncio oferta seguros para la vid y su representante para España tuvo su residencia comercial en Bilbao. El texto y los grabados están compuestos en un solo cliché tipográfico.

⁵⁸⁷ Ver anexo p. 488.

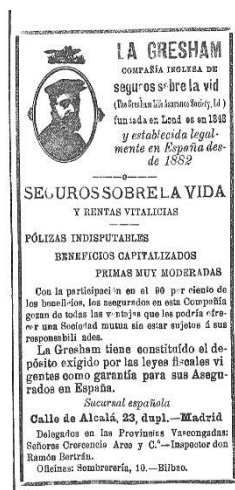


Imagen 96. La Gresham, Compañía inglesa de seguros sobre la vid. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 97. Frecuencia de publicación de LR 19000110-2

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	3	4	2	0	0	3
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	3	3	0	0	0	0
						Total
						18

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- d. La Palatine por su parte utilizó el grabado catalogado como LR 19000125-2⁵⁸⁸. Publicó por primera vez su anuncio el día 25 de enero, página cuatro, 3ª columna, con una frecuencia de publicación de 19 a lo largo del año, con excepción de los meses de mayo, noviembre y diciembre. El grabado tipográfico representa una ciudad amurallada con puerta de dos hojas entre dos torres de piedra, en tanto que en su interior se han representado edificios de diferente altura y constitución. La iconografía se convierte en una metáfora de la fortaleza y el poder, un mensaje coherente con el tipo de servicios que oferta el anuncio. Sus oficinas centrales según indica estarían ubicadas en Manchester y Londres mientras que la representación para España tuvo su domiciliación en Madrid y Bilbao.

⁵⁸⁸ Ver anexo p. 489.



Imagen 97. La Palatine. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 98. Frecuencia de publicación de LR 19000125-2

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	3	2	3	1	0	4
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	2	2	1	1	0	0
						Total
						19

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- e. El grabado de La Paternal, identificado con la nomenclatura LR 19000201-1⁵⁸⁹, fue publicado por primera vez el día 1 de febrero, página tres, 3ª, 4ª y 5ª columnas. Solo publicó anuncios entre febrero y marzo, siendo su frecuencia de publicación de 12. Es un anuncio de mayor proporción que el resto de anunciantes, unos 20 cm. x 9 cm. aproximadamente, ocupando la imagen el centro del anuncio. Iconográficamente representa una deidad masculina, flotando etérea en los cielos, entre grandes nubes, clara metáfora del poder y la fuerza creadora. Como en los anteriores grabados de aseguradoras analizados, el mensaje que transmite la imagen se ajusta al tipo de producto ofertado: la deidad a su vez es la fuerza protectora y restauradora de todo mal. Su sede social se anuncia en París y el representante para “la provincia de Logroño” en Haro.

⁵⁸⁹ Ver anexo p. 490.



Imagen 98. La Paternal. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 99. Frecuencia de publicación de LR 19000201-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	5	7	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
						Total
						12

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- f. El grabado utilizado por La Catalana, identificado con la nomenclatura LR 19000909-1⁵⁹⁰, fue publicado por primera vez el día 9 de septiembre, en la página tres, 2ª columna. Tuvo una frecuencia de publicación de 27 repartidas entre los meses de septiembre, octubre, noviembre y diciembre. Iconográficamente representa un escudo apuntado con franjas, corona ducal y ramas de laurel cruzadas en la parte inferior, rodeando el escudo⁵⁹¹. Está ubicado en el tercio superior bajo el título de la compañía, y aunque no es propiamente el escudo catalán, las referencias al origen catalán tanto en el nombre de la compañía como en las franjas verticales son evidentes. Tal y como hemos analizado en el grabado LR 19000104-3 de la L'Union Compañía francesa de seguros contra incendios⁵⁹², el laurel es una metáfora del triunfo y la inmortalidad y en el caso concreto de este anuncio ofertando seguros, la lectura derivada sería del triunfo sobre la adversidad sobre los bienes humanos⁵⁹³. El nombre de la compañía y el escudo hacen referencia a su origen y el texto del anuncio indica las ciudades y pueblos donde pueden encontrarse a sus representantes: Logroño, Haro, Cervera del Río Alhama, Anguciana y Calahorra.

⁵⁹⁰ Ver anexo p. 491.

⁵⁹¹ Fatás, Guillermo y Borrás Gualis, Gonzalo, *Diccionario de términos de arte...* pp. 368-373.

⁵⁹² Ver anexo p. 486.

⁵⁹³ Revilla, Federico, *Diccionario de Iconografía y Simbología...*, pp. 259-260.



Imagen 99. La Catalana. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 100. Frecuencia de publicación de LR 19000909-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	5	8	9	5
						Total
						27

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

4.13. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en higiene y cosmética

Bajo este epígrafe encontramos ocho diferentes grabados tipográficos que representan desde un frasco de producto a representaciones humanas con dolor y malestar físico. Entre los anunciantes registrados bajo ese epígrafe se encuentran: Odol, Polvos cosméticos de Franch, Depilatorio Venus y Vigor del cabello del Dr. Ayer. Esta tipología de productos demuestra desde 1889, un cambio en el concepto estético de belleza tanto en hombres como mujeres. Tal y como vemos hoy en día, la venta de pociones, depilatorios y toda clase de cosmética es una preocupación permanente del individuo que vive en sociedad, desde estas tímidas publicaciones hasta la invasión visual con modelos estilizados y delgadez enfermiza, podemos contemplar el paso y la demanda social de este tipo de productos embellecedores o reparadores. Esta categoría suma un total de 165 anuncios, lo que representa un 4,5% del total de los publicados.

- a. El primer grabado analizado corresponde a Polvos cosméticos de Franch, identificado con la nomenclatura LR 19000103-1⁵⁹⁴. Se publicó por primera vez el día 3 de enero, en la página cuatro, 1ª y 2ª columnas con una frecuencia de publicación de 71 anuncios. Iconográficamente, el anuncio esta compuesta de dos grabados tipográficos que representan dos cabezas femeninas con cabello ondulado al estilo de los peinados de principios de siglo. Representan el antes y el después de la aplicación del producto, destinado a la eliminación del vello facial. En tanto que ilustración de los resultados de depilatorio, la cabeza de la izquierda del anuncio muestra el rostro con vello en el labio inferior, patillas y mentón mientras que el de la derecha muestra el mismo grabado pero sin ningún tipo de vellosidades. Estamos ante el ideal femenino de belleza reforzado una vez más por la imagen⁵⁹⁵.



Imagen 100. Polvos cosméticos de Franch. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 101. Frecuencia de publicación de LR 19000103-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	3	5	6	5	6	6
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	6	6	6	8	6	8
						Total
						71

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- b. El segundo anuncio depilatorio que se publicó corresponde a Depilatorio Venus. El grabado que se utilizó es el LR 19000817-1⁵⁹⁶ y fue publicado el día 17 de agosto, en la página cuatro, 3ª columna. Tuvo una frecuencia de publicación de 62 anuncios entre los meses de agosto y diciembre. El grabado que utiliza representa un frasco en perspectiva frontal y cubierto de

⁵⁹⁴ Ver anexo p. 492.

⁵⁹⁵ Se recomienda la lectura del siguiente artículo que trata sobre la función de la imagen: Gombrich, E.H., "La Imagen visual: su lugar en la comunicación" en *La imagen y el ojo...*, pp. 137-161.

⁵⁹⁶ Ver anexo p. 493.

etiquetas con tipografías y cuatro figuras aladas infantiles desnudas rodeándolo que no se corresponderían con la iconografía habitual de los ángeles, ya que en lugar de poseer alas con plumas se les ha representado con alas de mariposas o libélulas. En segundo plano vemos un gran sol con rayos lineales y pequeños insectos entre los que son reconocibles libélulas por su cuerpo alargado y sus cuatro alas alargadas. Todo el conjunto ha sido realizado en estilo Nouveau⁵⁹⁷. A pesar de que el nombre del producto evoca a la diosa romana Venus esta no ha sido representada en el anuncio ni en el interior del frasco reproducido. Como diosa del amor la tradición pictórica la ha representado iconográficamente desnuda o armada. En la primera versión, Venus emerge de las aguas o reposa entre otros seres mitológicos como Amor, ninfas, etc. En la versión de la Venus armada, se la representa como vencedora de Marte y es mucho menos frecuente además de ser confundida con las representaciones de Diana Cazadora o Minerva⁵⁹⁸.



Imagen 101. Depilatorio Venus. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 102. Frecuencia de publicación de LR 19000817-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	12	13	12	12	13
						Total

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

⁵⁹⁷ El estilo Art Nouveau gozó de gran popularidad a finales del siglo XIX y principios del XX. Se caracterizó por la profusión decorativa y la utilización de motivos ornamentales basados en plantas, flores, animales e insectos. Uno de los insectos más populares en especial para el diseño de joyería fue la libélula. Gombrich, E.H, *La Historia del Arte...*, pp. 536-555.

⁵⁹⁸ Revilla, Federico, *Diccionario de iconografía y simbología...*, p. 448.

- c. Continuando con los productos capilares, el grabado LR 19001002-1⁵⁹⁹, de Vigor del cabello del Dr. Ayer, está dedicado a la cosmética capilar (conservación del color, cura de humores y picazón) y la eliminación de la caspa, tal y como indica su texto. Fue publicado por primera vez el 2 de octubre, página tres, 3ª columna y tuvo una frecuencia de publicación de cuatro anuncios durante los meses de octubre, noviembre y diciembre. Este grabado representa una botella del producto de cuerpo aplanado con etiqueta al centro junto a un cepillo de forma oval con mango para el cabello y una caja circular. Todos los elementos decorativos de la botella y la caja son de principios de siglo y lo podemos apreciar en detalles como la ornamentación, la forma del envase y los volúmenes utilizados. La imagen es una ilustración del producto acompañado por aquellos implementos de aseo capilar cotidiano. El anuncio tiene unas medidas considerables, ya que mide 14 centímetros de largo aproximadamente insertándose en una sola columna.



Imagen 102. Vigor del cabello del Dr. Ayer. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 103. Frecuencia de publicación de LR 19001002-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	2	1	1
						Total
						4

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

⁵⁹⁹ Ver anexo p. 494.

Odol fue un elixir bucal que se publicitó con un total de seis diferentes tipos de grabados tipográficos y tuvo una frecuencia de publicación de 23 a lo largo de 1900. Tres de estos grabados recurren al anuncio publicitario revestido de artículo periodístico, en tanto que los otros tres son enteramente visuales variando su composición con elementos accesorios, aunque conservando el frasco del producto.

- d. El primer grabado registrado como LR 19000307-1⁶⁰⁰ fue publicado por primera vez el día 7 de marzo, en la página cuatro, 4ª columna y tuvo una frecuencia de publicación de 12 anuncios durante los meses de marzo y abril. Iconográficamente representa un frasco de producto enmarcado en una orla ovalada con su nombre y el eslogan del producto al centro del recipiente. En la parte inferior se puede ver una mano masculina con traje y camisa, vertiendo parte del contenido en un vaso. Ambos clichés están sobre plancha tipográfica a rayas, lo que indica que el grabado fue confeccionado en una sola plancha. Su función es enseñar al consumidor cómo se utiliza el producto, ya que no hay apoyo de ningún texto explicativo, como veremos en otros anuncios.

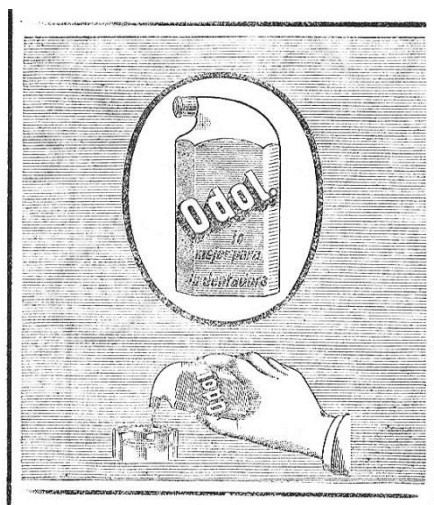


Imagen 103. Odol 1. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 104. Frecuencia de publicación de LR 19000107-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	10	2	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
						Total
						12

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

⁶⁰⁰ Ver anexo p. 495.

e. El segundo anuncio que utiliza este fabricante está registrado con la nomenclatura LR 19000311-1⁶⁰¹. Fue publicado por primera vez el día 11 de marzo, página tres, 5ª columna y tuvo una frecuencia de publicación de tres anuncios únicamente durante el mes de marzo. Con el fin de obtener la confianza del consumidor recurre a la técnica de presentar su publicidad bajo el formato de un artículo periodístico. Esta técnica la hemos visto ya con Emulsión Scott y Píldoras Pink. Iconográficamente se presentan en la misma composición dos grabados tipográficos. El primero de ellos representa una mano vertiendo líquido de un recipiente con el nombre del producto anunciado en un vaso en el margen inferior izquierdo. El segundo representa bacterias enmarcadas en círculo con caja de texto inferior, en estilo de ilustración científica. En tanto que el texto intenta revestir el producto de una matriz científica, el grabado refuerza esta las ideas expuestas al representar las bacterias que se describen en el artículo.



Imagen 104. Odol 2. Fuente: *La Rioja*, 1900.

⁶⁰¹ Ver anexo p. 496.

Cuadro nº 105. Frecuencia de publicación de LR 19000311-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	3	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
						Total
						3

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- f. El grabado LR 19000403-1⁶⁰² fue publicado el 3 de abril, página tres, 1ª columna y tuvo una frecuencia de publicación de 10. La imagen servía de apoyo a un texto breve de estilo científico e iconográficamente reprodujo el envase del colutorio con fondo circular negro. En este sentido su función es ilustrativa de cara al posible comprador del productor.



Imagen 105. Odol 3. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 106. Frecuencia de publicación de LR 19000403-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	8	2	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
						Total
						10

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

⁶⁰² Ver anexo p. 497.

- h. El grabado identificado con la nomenclatura LR 19001216-1⁶⁰⁵ fue publicado por primera vez el 16 de diciembre, en la página tres, 3ª columna y solo fue publicado en una ocasión. Fue realizado en una plancha cuyo fondo se compone de orlas serpentinas que crean efecto moiré en segundo plano y la figura del envase del producto en primer plano, acompañado todo ello de su eslogan en la parte inferior izquierda. Este anuncio es visual, de ahí la utilización del efecto moiré y su objetivo fue que el consumidor identificará fácilmente el producto en los puntos de distribución en los cuales estaba a la venta⁶⁰⁶.



Imagen 107. Odol 5. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 108. Frecuencia de publicación de LR 19001216-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	1
						Total
						1

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

⁶⁰⁵ Ver anexo p. 499.

⁶⁰⁶ El efecto Moiré sienta los precedentes del Art Opt y la investigación estética que inicia con la en 1930 hasta llegar a la década de 1970 con el arte cinético y que hoy en día continua evolucionando con los Led. Para más información véase en especial a Marchán Fiz, Simón, *Del Arte objetual al arte del concepto*, Madrid, Akal, 1986, Cap. IV, pp. 177-196.

- i. El último grabado de Odol es el registrado como LR 19000408-1⁶⁰⁷. Fue publicado por primera vez el día 8 de abril, en la página tres, 3ª columna, y tuvo una frecuencia de publicación de cuatro anuncios. Tuvo un formato de artículo periodístico, habitual en la época para promocionar medicinas o productos cosméticos que incluía un texto a dos columnas donde se explica con un vocabulario científico los efectos de las caries, su forma de prevenirlas, cómo prolongar la vida mediante la buena digestión y los efectos que las caries producen en este proceso de forma negativa, etc. Iconográficamente representa una figura masculina de edad avanzada reclinada sobre sus brazos, realizada en estilo realista. En este sentido la imagen muestra al posible consumidor lo que se está prometiendo mediante el consumo del colutorio: llegar a una edad avanzada.



Imagen 108. Odol 6. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 109. Frecuencia de publicación de LR 19000408-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	4	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
						Total
						4

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

⁶⁰⁷ Ver anexo p. 500.

5.14. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en alimentación

Bajo este epígrafe se ha catalogado solo un grabado tipográfico que corresponde a Harina lacteada Nestlé, LR 19000104-1⁶⁰⁸. Fue publicado por primera vez el día 4 de enero, en la página cuatro, 2ª columna, con una frecuencia de publicación de 48, lo que representa el 1,3% del total de grabados publicados en *La Rioja*. A pesar de que este grabado está documentado, desconocemos el nombre de su autor, pero podemos aventurar que fue realizado en Suiza o Francia y luego distribuido a otras agencias y periódicos europeos⁶⁰⁹. Según el estudio de la marca presentado bajo el título, *Una historia de la publicidad española. Reflejos de más de un siglo de Nestlé*, se indica que este grabado representó la primera figura humana concebida para la prensa, y que fue publicado por primera vez en 1901⁶¹⁰ en la revista *Blanco y Negro*, semanario fundado por Luca de Tena en 1891 y cuyo éxito radicó en la incorporación de fotografías e imágenes, sobre todo en lo referente a la publicidad⁶¹¹. La afirmación del estudio sobre la publicidad de Nestlé en la prensa española sería matizable, ya que se ha constatado que los productos Nestlé tenían presencia en la prensa del siglo XIX (lo hemos verificado en el análisis de los grabados de 1889⁶¹²), además de registrar la publicación de este grabado en *La Rioja* con un año de antelación a la fecha indicada en el citado estudio⁶¹³. Iconográficamente, el anuncio representa a un bebé sobre una lata de harina lacteada, lo que supone una alegoría que enseña a las madres el resultado del consumo de este alimento en sus bebés. Este fabricante fue uno de los pioneros en nutrición infantil y sus productos procesados significaron un gran adelanto a finales de siglo XIX para la industria alimentaria.

⁶⁰⁸ Ver anexo p. 501.

⁶⁰⁹ VV/AA, *Una historia de la publicidad española...* pp. 22, 44 y 46.

⁶¹⁰ *Ibidem*, p. 44.

⁶¹¹ Cruz Seone, María y Saiz, María Dolores, *Cuatro siglos de periodismo en España...*, p. 170. Véase también a Martín Sánchez, Isabel. “La caricatura política en la II República...”, p. 204.

⁶¹² Ver anexo p. 489.

⁶¹³ Para más información véase la historia de los productos alimenticios Nestlé y la creación de fábricas en España en: <http://www.nestlebebe.es/nestle/historia/todo-empieza-con-harina-lacteada>. Consulta realizada el 21 de junio de 2014.

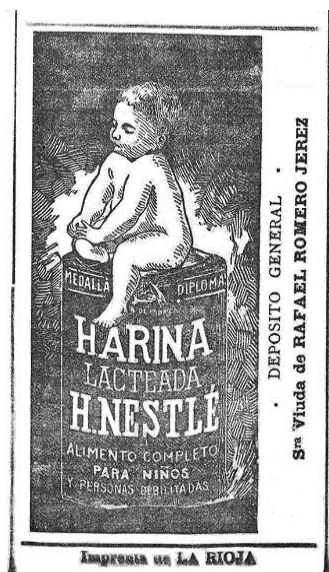


Imagen 109. Harina lacteada Nestlé. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 110. Frecuencia de publicación de LR 19000104-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	3	2	2	2	5	4
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	3	4	5	7	5	6
						Total
						48

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

5.15. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en anuncios sobre material de oficina

Bajo este epígrafe solo se han registrado dos grabados tipográficos correspondientes a: LR 19000106-1 de Manuel Antoñana y LR 19000510-1 de Larramendi. Entre ambos hay sustanciales diferencias, ya que el primero enseña el objeto, en este caso el sello propiamente dicho y el segundo muestra el resultado del sello fabricado por ese comercio. Otra de las diferencias es que el primer grabador estuvo en principio radicado en Logroño, mientras que el segundo tuvo su comercio en Vitoria, ciudad que junto a Bilbao y Tolosa entre 1880 y 1925 experimentaron un crecimiento en su industria gráfica y en especial la litográfica⁶¹⁴. En ambos grabados la factura es cuidada y

⁶¹⁴ Lidón Martínez, Concepción, *La litografía industrial en el norte de España 1800 a 1950...*, p. 87. En esta ciudad actualmente se encuentra la fábrica de naipes de Heraclio Fournier desde 1868. Para más información véase la página del museo del Naípe: http://www.alava.net/cs/Satellite?c=DPA_Cultura_FA&cid=1223982963093&language=es_ES&pageid=

posiblemente sean realizaciones de los propios comercios especializados en grabar. Entre ambos anunciantes suman un total de 121 publicaciones, lo que representa un 3,3% del total de anuncios publicados en *La Rioja*.

- a. El primer grabado corresponde a Manuel Antoñana, identificado con la nomenclatura LR 19000106-1⁶¹⁵. Fue publicado por primera vez el día 6 de enero, en la página tres, 5ª columna y tuvo una frecuencia de publicación de 87 a lo largo de 1900. Se reprodujo durante todos los meses del año, siendo el de mayor frecuencia septiembre, con 13 anuncios. Iconográficamente el grabado reproduce un sello de caucho manual, con mango, de pie y con su base, en estilo realista. El comercio se publicita como productor de sellos de metal, caucho y grabado de chapas y metales, incorporando en el cuerpo del texto un anuncio de sastrería Oscar Cenzano. Ambos comerciantes debieron de ser conocidos, dado que no se indica dirección comercial en el texto del anuncio. No se ha encontrado hasta el momento ninguna dirección que de cuenta de la calle y número en la que ambos comercios estaban establecidos.



Imagen 110. Manuel Antoñana. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 111. Frecuencia de publicación de LR 19000106-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	11	7	9	5	6	4
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	4	3	13	10	8	7
						Total
						87

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

1193045487374&pagename=DiputacionAlava%2FDPA_Cultura_FA%2FDPA_museo. y la página de la fábrica Fournier: <http://www.nhfournier.es>. Ambas páginas consultadas el 14 de julio de 2014.

⁶¹⁵ Ver anexo p. 502.

b. El segundo grabado corresponde a B. Larramendi y está identificado con la nomenclatura LR 19000510-1⁶¹⁶. Tuvo una frecuencia de publicación de 34 anuncios y el primero de ellos apareció impreso el día 10 de mayo, en la página tres, 5ª columna. No publicó anuncios durante los primeros cuatro meses del año, al contrario que su competencia, Manuel Antoñana. Iconográficamente se ha representado un grabado con sello en triple óvalo, en negro, con texto de Alcaldía constitucional de Morentin en el primer óvalo y en el óvalo central escudo con corona real, cuerpo dividido en cuatro con torres almenadas y leones rampantes, al centro óvalo se han representado tres flores de lis, símbolo de la Casa Real de Borbón⁶¹⁷. En este sentido si bien el grabado LR 19000106 de Antoñana podría definirse como más creativo, este segundo vendría a ser una prueba visible para el lector del tipo de sellos que el comerciante oferta⁶¹⁸.



Imagen 111. B. Larramendi Grabador en Metales. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 112. Frecuencia de publicación de LR 19000510-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	3	4
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	6	3	5	5	4	4
						Total
						34

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

⁶¹⁶ Ver anexo p. 503.

⁶¹⁷ Fatás, Guillermo y M. Borrás, Gonzalo, *Diccionario de términos de arte...*, p. 150.

⁶¹⁸ Morentin es una pequeña localidad de Navarra próxima a Pamplona que fue dependiente de Estella durante la Edad Media hasta mediados del siglo XIX. Para más información véase a: <http://www.morentin.es>. El actual escudo difiere con el catalogado y presentado en este estudio. Consultado el día 20 de julio de 2014.

5.16. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en anuncios de sillas de montar

Bajo este epígrafe solo se ha catalogado un grabado tipográfico: Conrado Ortega Guarnicionero, identificado como LR 19000330-1⁶¹⁹. Se editó por primera vez el día 30 de marzo, en la página tres, 3ª columna. La frecuencia de publicación fue de 66 anuncios a lo largo de 1900, lo que representa un 1,8% del total de grabados publicados. El grabado es el mismo utilizado por Impermeables ingleses, catalogado con la nomenclatura LR 19001031-1⁶²⁰. Esto se explica porque Impermeables Ingleses perteneció a su padre, Martín Ortega, también Guarnicionero. Otro detalle es que Martín Ortega tuvo su comercio en Logroño, en tanto que Conrado Ortega tuvo su sede en Viana (Navarra). Tal y como hemos comentado con anterioridad, el grabado representa un caballo enjaezado y su función es ilustrar y señalar el tipo de comercio que se está publicitando.



Imagen 112. Conrado Ortega Guarnicionero. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 113. Frecuencia de publicación de LR 19000330-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	1	12	9	10
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	10	8	12	4	0	0
						Total
						66

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

5.17. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en anuncios agrícolas

Bajo este epígrafe encontramos publicados seis grabados tipográficos, con una frecuencia de publicación de 272 ediciones, representando un 7,4% del total de los editados a lo largo del año 1900 en *La Rioja*. Tal y como hemos señalado en el apartado dedicado a la economía riojana de los siglos XIX y XX, la agricultura tuvo un rol

⁶¹⁹ Ver anexo p. 504.

⁶²⁰ Ver anexo p. 469.

preponderante en la región, destacando los cultivos de la vid, los cereales, huertas y frutales⁶²¹. Paralela a esta actividad, se desarrolló una floreciente industria auxiliar, de características más cercanas a la artesanía, con talleres de mediana producción como las fabricas de toneles y barricas⁶²², y otros de mayor envergadura como los talleres de fundición de los hermanos Marrodán, que pasaremos a estudiar a continuación⁶²³.

- a. El primer grabado analizado corresponde a Salustiano Marrodán, LR 19000101-4⁶²⁴. Fue publicado por primera vez el día 1 de enero, en la página tres, 1ª columna y tuvo una frecuencia de publicación de 119. El grabado que utiliza para publicitarse es una reproducción de una prensa manual de estilo científico. Se ubica al centro del anuncio entre cajas de textos y fue realizada en perspectiva cónica. No contiene ninguna referencia a la línea de horizonte ni figura humana. Su función es ilustrar de forma concisa el tipo de maquinaria que esta fundición oferta.



Imagen 113. Salustiano Marrodán 1. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 114. Frecuencia de publicación de LR 19000101-4

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	13	13	12	9	13	10
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	2	8	13	12	14	0
						Total
						119

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

⁶²¹ López Rodríguez, Pedro, *Sociedad riojana y crisis del caciquismo liberal...*, pp. 46-51. Para conocer el desarrollo de la agricultura en los siglos XVII y XVIII, véase: Alonso Castroviejo, Jesús Javier, *Problemática agraria y solución burguesa...*.

⁶²² Pascual Bellido, Nuria, "Patrimonio geográfico y medioambiental" en *La Cultura de la vid y el vino en La Rioja*, Caballero López, José Antonio y Delgado Idarreta, José Miguel (Coord.)..., pp. 14-44 y Elías Pastor, Luis Vicente, "Patrimonio Etnográfico" en *La Cultura de la vid y el vino en La Rioja*, Caballero López, José Antonio y Delgado Idarreta, José Miguel (Coord.)..., pp. 46-63.

⁶²³ Bernard, Gloria, "El crecimiento demográfico finisecular (1881-1900)...", p. 41.

⁶²⁴ Ver anexo p. 505.

- b. El segundo grabado de Salustiano Marrodán, identificado como LR 19000624-3⁶²⁵, fue publicado por primera vez el día 24 de junio, en la página tres, 2ª columna, y tuvo una frecuencia de publicación de 19 anuncios durante los meses de junio y julio. Esta temporalidad se explica porque el anuncio ofrece trillos mecánicos para recolectar cereales como el trigo o la cebada, siendo esos los meses de su cosecha. El grabado que utiliza es la reproducción de un trillo mecánico de cuatro ruedas con enganche frontal y lo que parece ser un escudo de fábrica en el frontal, en estilo realista. No hay en la composición línea de horizonte ni figura humana, el grabado cumple con la función de ilustrar el tipo de maquinaria a la venta.



Imagen 114. Salustiano Marrodán 2. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 115. Frecuencia de publicación de LR 19000624-3

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	5
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	14	0	0	0	0	0
						Total
						19

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- c. El último anuncio de la familia Marrodán, corresponde al LR 19000621-1⁶²⁶, de Juan Marrodán. Fue publicado por primera vez el día 21 de junio, en la página cuatro, 3ª columna. Tuvo una frecuencia de publicación de 23, distribuidos en los meses de junio, julio y septiembre. Este anuncio también ofertaba trillos y segadoras de cereales, de ahí que su anuncio apareciera

⁶²⁵ Ver anexo p. 506.

⁶²⁶ Ver anexo p. 507.

publicado solo en estos tres meses, como en el anterior anuncio. El grabado que utilizó continúa con el patrón de ilustración científica representando una segadora-gavilladora que lleva inscrito en el cuerpo del grabado “Bradleys nº4”. Como en los anteriores formatos, no hay línea del horizonte ni representación humana, el único objeto de la imagen es ilustrar la maquinaria disponible.



Imagen 115. Juan Marrodán. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 116. Frecuencia de publicación de LR 19000621-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	7
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	15	0	1	0	0	0
						Total
						23

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- d. El grabado LR 19000117-1⁶²⁷, que acompaña al anuncio ofertando vacas holandesas, fue publicado por primera vez el día 17 de enero, en la página tres, 4ª columna y tuvo una frecuencia de publicación de 27. Representa una mujer de espaldas sentada ordeñando a una vaca atada a un cobertizo. Este grabado ya había sido utilizado en 1889, en el anuncio catalogado como LR 18891910-1⁶²⁸, que también anunciaba la venta de vacas lecheras. La diferencia entre ambos radica en el texto que acompaña a la imagen, ya que el anuncio de 1889 indicaba que se dejara mensaje en el café de los Leones,

⁶²⁷ Ver anexo p. 508.

⁶²⁸ Ver anexo p. 375.

mientras que en el anuncio publicado en 1900 se menciona a los interesados que deben dirigirse a Olabarratieta y C^a, en Bilbao.



Imagen 116. Vacas holandesas. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 117. Frecuencia de publicación de LR 19000117-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	10	0	0	0	13	4
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
						Total
						27

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- e. Se han clasificado dos grabados que fueron utilizados para la venta de pulverizadores. El primero de ellos ha sido identificado como LR 19000405-2⁶²⁹ y corresponde a Relámpago y Azufradora. Fue publicado por primera vez el día 5 de abril, en la página tres, 4^a y 5^a columnas, y tuvo una frecuencia de publicación de 22. El grabado representa a un hombre de medio cuerpo, de espaldas, con sombrero y fumigadora portátil, junto a una varilla de fumigación, sostenida en el brazo izquierdo. La fumigadora lleva inscrito el nombre del fabricante, convirtiéndose el anuncio en una ilustración de carácter científico sobre el funcionamiento y manejo de la pulverizadora.

⁶²⁹ Ver anexo p. 509.



Imagen 117. Relámpago y Azufradora. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 118. Frecuencia de publicación de LR 19000405-2

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	9	13	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
						Total
						22

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- f. La segunda pulverizadora que se publicitó en *La Rioja* fue Pulverizados contra la Mildew de la vid haciendo uso de un grabado identificado con la nomenclatura LR 19000428-1⁶³⁰. Se publicó por primera vez el día 28 de abril, página tres, 4ª columna, tan solo 13 días después de que su competencia comenzara a anunciarse. El grabado tipográfico representa a un hombre utilizando la fumigadora portátil entre árboles y vegetación. Aunque este grabado es de peor factura que el anterior, es desde el punto de vista compositivo mucho más rico, ya que incorpora elementos diversos como árboles y plantas⁶³¹. Estos elementos ocupan todo el espacio, equilibrando los blancos y negros, distribuidos en la superficie del tercio derecho y el resto de la composición, que carga los negros en la mitad inferior del anuncio. El grabado demuestra al lector cómo utilizar la pulverizadora y la variedad de especies vegetales en las cuales puede emplearse, aunque la reproducción de especies arbóreas y vegetales no sea naturalista.

⁶³⁰ Ver anexo p. 510.

⁶³¹ Para más información sobre las pulverizadoras y sulfatadoras véase a Elías Pastor, Luis Vicente, “Patrimonio etnográfico” en *La Cultura de la vid y el vino en La Rioja*, Caballero López, José Antonio y Delgado Idarreta, José Miguel (Coord.)..., p. 61.



Imagen 118. Pulverizados contra la Mildew de la vid. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 119. Frecuencia de publicación de LR 19000428-1

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	2	23	4
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
						Total
						29

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- g. El último de los grabados correspondientes a la tipología agrícola anuncia a un fabricante de toneles y barriles de Tafalla. Se trata del grabado LR 19000622-2⁶³², correspondiente al Tonelero Miguel Iriarte Tafalla. Publicó por primera vez su anuncio el día 22 de junio, en la página tres, 4ª columna, y tuvo una frecuencia de publicación de 33 anuncios durante los meses de junio a septiembre, época que coincide con los preparativos de la cosecha y elaboración del vino. El grabado tipográfico que utilizó representa un tonel y una cuba, ambos en estilo realista y con el texto en el centro, lo cual convierte a la imagen en una ilustración del producto ofertado. Hay que recordar que la producción del vino en La Rioja data del siglo IX, siendo una

⁶³² Ver anexo p. 511.

actividad representativa de la economía de la región⁶³³. El embazado de vino en barricas de madera data del siglo II A.C aunque su uso se generalizó a partir del siglo XVIII con la producción de barricas de roble francés provenientes de la región de Limousin y su posterior adopción en La Rioja a finales del siglo XIX debido a las inversiones de los productores en la región⁶³⁴. La primera bodega en utilizar las barricas de 225 litros al estilo bordelés fue Luciano Murrieta, fundador de las bodegas Marqués de Murrieta junto al enólogo francés Jean Pineu quien se estableció en La Guardia a mediados del siglo XIX⁶³⁵.



Imagen 119. Tonelero Miguel Iriarte Tafalla. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 120. Frecuencia de publicación de LR 19000622-2

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	3
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	8	9	10	3	0	0
						Total
						33

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

⁶³³ Pascual Bellido, Nuria, “Patrimonio geográfico y medioambiental”, en *La Cultura de la vid y el vino en La Rioja*, Caballero López, José Antonio y Delgado Idarreta, José Miguel (Coord.)..., p. 14.

⁶³⁴ Martínez, García, Juan, “Envejecimiento en barrica de roble de vinos tintos de La Rioja” en *La barrica de roble como factor de calidad en la crianza de los vinos tintos*, Logroño, Gobierno de La Rioja, Consejería de Agricultura, Ganadería y desarrollo agrario, 1999, p. 75.

⁶³⁵ Martínez, García, Juan, *Incidencia del origen del roble en la crianza de los vinos de La Rioja*, Logroño, Gobierno de La Rioja, Consejería de Agricultura, Ganadería y desarrollo agrario, 2006, pp. 13-15.

5.18. Análisis de los grabados tipográficos utilizados en viñetas cómicas.

Esta es la última de las categorías analizadas y reúne 58 grabados acompañados de su texto correspondiente, lo que representa un 1,6% del total de anuncios publicados. Este género artístico se remonta a la cultura helenística y se desliza a través de los siglos de la mano de artistas como Leonardo da Vinci en el siglo XV o Carracci en el siglo XVI para finalmente establecerse como un género con sus propias características formales en el siglo XIX con Honoré Daumier como abanderado de la ilustración política. Debemos mencionar a otros artistas posteriores como T. Colley en el siglo XIX o Rube Goldber dibujante del *New York Sun*⁶³⁶ quien recibió el Premio Pulitzer en 1948 por su viñeta titulada “La paz hoy”, publicada el 22 de julio de 1947⁶³⁷.

Las viñetas cómicas han sido utilizadas por su mecanismo de puesta en escena mediante la ironía y la ridiculización como arma arrojadiza en cuestiones políticas, económicas y religiosas. Proliferaron en revistas y periódicos de Europa a principios del siglo XIX, siendo Francia donde su publicación fue mayor, ya que los movimientos políticos revolucionarios de 1830 y 1848 convirtieron a los personajes políticos en blanco de la burla y la sátira⁶³⁸. Pero los ejemplos se remontan incluso antes del siglo XIX, podemos mencionar la época de la Reforma⁶³⁹, la Revolución francesa⁶⁴⁰, las independencias de las repúblicas americanas o la corriente de finales del siglo XIX y principios del XX anticlerical, las dos guerras mundiales europeas y en cualquier otro tema de interés público⁶⁴¹.

Dentro del conjunto temático no hemos registrado ninguna alusión al ámbito político, modalidad que venía siendo popular desde mediados de siglo XIX con la preminencia de la imagen al texto informativo o de opinión⁶⁴². Es con el periódico *Gil Blas*⁶⁴³ y la publicación las viñetas de Francisco Ortego, Pellicer, los hermanos Perea,

⁶³⁶ Fue fundado en 1833 por Benjamin H. Day en Pizarroso, Quintero, Alejandro, “Evolución histórica de la prensa en España...”, p. 427.

⁶³⁷ Para un completo análisis de la caricatura política y sus principales representantes véase a Gombrich, H.E., “El arsenal del caricaturista” en *Meditaciones sobre un caballo de juguete*, Madrid, Debate, 2002, pp. 127-142.

⁶³⁸ Rueda Laffont, José Carlos, “La fabricación del libro. La industrialización de las técnicas: máquinas, papel y encuadernación” en Martínez Martín, A. Jesús (Coord.), *Historia de la edición...*, p. 104.

⁶³⁹ Gombrich, H. E., *Los usos de las imágenes. Estudios sobre la función social del arte y la comunicación visual*, Barcelona, Random House Mondadori, 2003, pp. 184-185.

⁶⁴⁰ *Ibidem*, p.187.

⁶⁴¹ Eco, Umberto, *Historia de la fealdad...*, pp. 156 y 190.

⁶⁴² Martín Sánchez, Isabel, “La caricatura política en la II República...”, p. 203.

⁶⁴³ Fue fundado por Luis Rivera en 1864. La Hemeroteca digital de la BNE cuenta con 608 archivos de esta cabecera disponibles en: <http://hemerotecadigital.bne.es/details.vm?lang=es&q=id:0003828497>. Consulta realizada el 29 de junio de 2014.

A. Giménez y J. Llovera cuando se sitúa el inicio de la prensa satírica, ya que la imagen prevaleció sobre el texto, incluyendo grabados que ocupaban una extensión impresa de una y dos páginas. Otra de las modernizaciones fue en su formato ya que incorporó el modelo tabloide, todo lo cual resultó novedoso para la prensa del momento⁶⁴⁴.

Las viñetas publicadas en *La Rioja* se incorporaron como parte de la sección destinada a lo lúdico, siendo el destinatario de su lectura toda la familia, dada la diversidad de temas. En este sentido, no se representaron situaciones comprometidas y vinculadas a determinadas cuestiones políticas, económicas o religiosas, sino que se expusieron situaciones divertidas mediante la exageración en el dibujo de ciertos rasgos faciales y la explotación de estereotipos y tópicos sociales imperantes en la época⁶⁴⁵. La alusión a los estereotipos reviste un componente cultural que siempre está presente debido a que encierran códigos concretos y asociados a la época y sociedad que los produce y que tras el paso del tiempo se diluyen perdiendo sus significantes a la vez que sus intérpretes⁶⁴⁶. La composición de cada grabado tipográfico busca destacar aquellos elementos que el texto que acompaña a la imagen establece como guion complementándolo⁶⁴⁷. En este sentido, la imagen a la vez que enseña una escena refuerza el mensaje escrito, lo narrado, actuando tanto uno como el otro al unísono⁶⁴⁸. Para ello, tanto el humor que se trasluce en el grabado como en el texto recurren a situaciones arquetípicas como podemos comprobar en las diferentes situaciones representadas: el borracho que busca pelea, la patrona que abusa de su empleada, el pícaro que pretende engañar al dueño del pequeño comercio o el asombro del personaje provinciano ante lo nuevo, son solo algunos ejemplos. Todos recurren a los estereotipos sociales bajo situaciones reconocibles y denominadas “arquetípicas” en el lenguaje gráfico, y que en el caso de *La Rioja*, están libres de cualquier tinte político o religioso⁶⁴⁹.

Con el objetivo de sistematizar su estudio, hemos dividido las viñetas en 12 subcategorías dependiendo de las temáticas desarrolladas en cada uno de los grabados. Estas temáticas son: Tercera edad, animales, picarescos, familiares, delictivos, inocentes, militares, laborales, borrachos, de emigración, religiosos y económicos. Los más numerosos han resultado ser los de temática delictiva y laboral con 11, viñetas. Le

⁶⁴⁴ Llera, Ruiz, José Antonio, “Una historia abreviada de la prensa satírica en España...”, pp. 203-214.

⁶⁴⁵ Gasca, Luis y Gubern, Román, *El discurso del cómic...*, p. 27.

⁶⁴⁶ Alcaraz Quiñonero, Joaquín, “La prensa gráfica murciana en el siglo XIX...”, p.10.

⁶⁴⁷ Eco, Umberto, *Historia de la fealdad...*, p.152.

⁶⁴⁸ Gasca, Luis y Gubern, Román, *El discurso del cómic...*, pp. 9-10.

⁶⁴⁹ *Ibidem*, p. 107.

sigue la temática del humor inocente, con 10 viñetas; picarescos con seis; de temática familiar con cinco. Los de temática económica, militar y de borrachos publicaron de tres viñetas por cada una de las categorías; los de tercera edad y animales tuvieron un total de dos publicaciones cada una, y finalmente, con solo una viñeta, encontramos los de temática religiosa y de emigración respectivamente.

Al examinar los originales y realizar el recuento de las viñetas en 1900 queda de manifiesto que su publicación no fue diaria, registrándose el mayor número de frecuencia durante los meses de enero, febrero y julio con 10, 15 y 11 respectivamente. Los únicos meses en los cuales no se publicaron fueron octubre y diciembre. Formalmente, los grabados se ubican en la mitad superior y el texto en la mitad inferior del rectángulo. Se componen de un solo grabado en un plano general, en el cual se centra la escena. No hay divisiones formales en el plano ni continuidad narrativa, cada viñeta cómica es una unidad independiente. Han sido maquetadas en las páginas dos o tres, nunca en las portadas, como ha quedado de manifiesto en los grabados tipográficos utilizados en el ámbito publicitario.

En cuanto a las autorías, en la gran mayoría se han podido identificar iniciales de un autor: M.N.G.⁶⁵⁰. Así mismo, se ha detectado un patrón iconográfico habitual en varias de las viñetas con ilustraciones de interiores domésticos, donde se reiteran modelos similares de cortinajes, taburetes, consolas, sillas, etc. Estos detalles estilísticos podrían plantear la posibilidad de que el autor hubiera sido M.N.G., aunque no se ha encontrado ninguna firma en el grabado. Hasta el momento no se ha localizado a ningún dibujante ni grabador de la época que se corresponda con esas iniciales. Los grabados tienen como objetivo en sus representaciones todo el espectro social, desde el ámbito rural al urbano caracterizado con diferentes tipos humanos cuyos estamentos sociales son muy diversos, de ahí que sea un interesante espejo de lo social, tal y como ha señalado Valeriano Bozal⁶⁵¹. Podemos comprobar como se establecen los estereotipos femeninos asociados a sus tópicos domésticos, de pérdida de juventud y belleza, el hogar o el servicio doméstico⁶⁵². El espectro rural, por su parte, está asociado a la ignorancia o la picardía, el rico a la tacañería o el despilfarro, los niños a la ingenuidad, los emigrantes se representan como personajes que regresan exitosos de su aventura por

⁶⁵⁰ No ha sido posible encontrar ningún dibujante de la época activo que haya firmado con estas iniciales o cuyo nombre se corresponda.

⁶⁵¹ Bozal, Valeriano, *La ilustración gráfica del siglo XIX...*, pp. 61-62.

⁶⁵² Capdevila, Jaume, “La figura femenina en la prensa satírica española del siglo XIX...”, pp. 9-30.

América, los burgueses en sus cafeterías o las de tipo profesional representando las profesiones que más destacaban en la época.

En el caso de los escritores de los textos, se han publicado los nombres o apodos, pero tras consultar compendios de literatura decimonónica, no se han localizado datos sobre sus vidas u obras en todos los casos. Lo más probable es que hubiesen estado ligados a otros periódicos de la época, como es el caso de Alberto Casañal⁶⁵³, quien colaboró en diversos medios siendo además en 1903, presidente de la Asociación de la Prensa de Zaragoza. Podría aventurarse que fue éste el medio a través del cual pudieron establecer contacto Alberto Casañal y Facundo Martínez Zaporta, quién a su vez también fue el presidente honorario de la Asociación de la Prensa de Logroño aunque una década más tarde en 1913⁶⁵⁴. Esta relación podría ayudar a establecer la procedencia de los clichés tipográficos de algunas de las viñetas cómicas publicadas en el año 1900 en *La Rioja*⁶⁵⁵. Además de Alberto Casañal se han identificado a otros autores de texto: Fogoso/Fagoso⁶⁵⁶, V. Martínez, Antonio de Gironella, José de Urcullu, Alfredo Pallardó, R. Sepúlveda, M. Moreno, T. Iriarte, M. de S. y C., Villabrille y José Roble.

Cuadro nº 121. Frecuencia de publicación de viñetas cómicas

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	10	15	4	2	3	8
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	11	2	2	0	1	0
						Total
						38

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

⁶⁵³ Ossorio y Bernard, Manuel, *Ensayo de un catálogo de periodistas españoles del siglo XIX*, Madrid, Imprenta y Litografía de J. Palacios, 1903, p. 498.

⁶⁵⁴ Salas Franco, María Pilar, *Prensa y periodistas en La Rioja...*, p. 368.

⁶⁵⁵ Se ha consultado en la siguiente bibliografía los nombres recogidos en el catálogo: *Historia de la literatura española* de Juan Luis Alborg, Madrid, Gredo, 1970; *Historia de la literatura Española*, de Lina Rodríguez Cacho, Madrid, Castalia, Vol. 2, 2009; *Historia de la Literatura Española* de Víctor García de la Concha, Madrid, Espasa-Calpe, Vol. 9, 1995 y Ossorio y Bernard, Manuel, *Ensayo de un catálogo de periodistas españoles del siglo XIX*, Madrid, Imprenta y Litografía de J. Palacios, 1903.

⁶⁵⁶ En el catálogo de 1900 puede verificarse que en algunas de las viñetas cómicas aparecen posibles erratas tipográficas con su nombre. No podemos dar por sentado este hecho, ya que podría tratarse de dos autores diferentes. Dejamos abierta esta cuestión dada la falta de documentación que confirme que se trata del mismo autor.

5.18.1. Temática de tercera edad

Bajo esta temática sólo se han clasificado dos viñetas cómicas, la LR 19000101-9 y la LR 19000409-1 que pasaremos a analizar a continuación. Estas viñetas explotan el estereotipo de la vejez asociada a la fealdad y el malestar que se generaba en las mujeres mayores el paso del tiempo. Un estereotipo que no era puesto en duda en esta época en cuanto a que rol social establecido a la mujer se limitaba al matrimonio, el cuidado de los hijos y el cuidado del hogar⁶⁵⁷. La vejez representaba el estadio final sin ningún tipo de expectativa y cargado de tópicos dirigidos hacia el sector femenino como la pérdida de la belleza, el malestar físico, el declive en general de las facultades, pero ante todo de la juventud⁶⁵⁸.

Cuadro nº 122. Frecuencia de publicación de temática de tercera edad

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	1	0	0	1	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
						Total
						2

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- a. El primer grabado, LR 19000101-9⁶⁵⁹, fue publicado el día 1 de enero, en la página tres, 5ª columna. El grabado está firmado por M.N.G., y el texto por V. Martínez. Podría tratarse de dos escritores de la época, aunque hay más probabilidades que sea Juan Martínez Villegas, ya que fue periodista y director de algunas cabeceras de la época, además de libros y artículos de estilo costumbrista⁶⁶⁰. La imagen representa una escena de interior doméstico, un dormitorio con una cama, una silla, cortinajes en segundo plano, un tocador y una anciana que se observa frente al espejo. El texto está escrito en verso y el chiste hace referencia a la confusión de la anciana con satanás al observarse en el espejo del tocador.

⁶⁵⁷ El uso de los “estereotipos sociales” es ampliamente utilizado en las viñetas cómicas, ya que explota un humor cuyos códigos son de dominio público. Con el paso del tiempo, esos códigos pierden su vigencia cediendo su sitio a otros nuevos. Para más información véase a Gasca, Luis y Gubern, Román, *El discurso del cómic...*, p. 27.

⁶⁵⁸ Capdevila, Jaume, “La figura femenina en la prensa satírica española del siglo XIX...”, pp. 9-30.

⁶⁵⁹ Ver anexo p. 512.

⁶⁶⁰ Ferraras, Juan Ignacio, *Catálogo de novelas y novelistas españoles del siglo XIX*, Madrid, Cátedra, 1979, p. 241.

NOTA COMICA



Cierta vieja que creía
en duendes y apariciones,
fuese á mirar cierto día
en el espejo sus dones.
Se aproximó... y no hizo más
la buena de doña Clara;
luego exclamó:—¡Satanás
huye!—y hablaba á su cara.

V. Martínez.

Imagen 120. Nota Cómica 1. Fuente: *La Rioja*, 1900.

- b. El segundo grabado LR 19000409-1⁶⁶¹ fue publicado el 9 de abril, en la página dos, 5ª columna. El grabado lo firma M.N.G., y el texto Fagoso⁶⁶². Se representa una escena de interior doméstico, un salón con dos personajes sentados sobre taburetes: un hombre y una mujer de edad avanzada que mantienen una conversación sobre sus respectivas edades. Es interesante ver la profusión de detalles ornamentales y de mobiliario que encierra la imagen, ya que da cuenta de la moda de la época: consolas, pesados cortinajes con flecos, taburetes, etc. En el texto que acompaña el grabado se reitera el tópico de la edad en la mujer, en tanto que da por sentado que es la mayor preocupación de las mujeres una vez criados los hijos y atendido el hogar. No hay referencia alguna en las viñetas donde se representan a mujeres a intereses relacionados con el arte, la política o economía ya que su rol era marcadamente pasivo y delimitado⁶⁶³.

⁶⁶¹ Ver anexo p. 513.

⁶⁶² Hemos mencionado que en el catálogo de 1900 hay dos firmas similares: Fagoso y Fogoso. Estamos ante un ejemplo de un posible error tipográfico, pero ante la falta de documentación se ha procedido a no dar por certera la relación de ambos nombres con un error del cajista.

⁶⁶³ Capdevila, Jaume, "La figura femenina en la prensa satírica española del siglo XIX...", p. 25.



Imagen 121. Nota Cómica 2. Fuente: *La Rioja*, 1900.

5.18.2. Temática de animales

Bajo esta temática se han clasificado dos anuncios publicados en los meses de enero y abril, se trata de los grabados LR 19000110-3 y LR 19000314-1. Debemos hacer un inciso para recordar que la iconografía de animales ha sido ampliamente utilizada para trasladar conceptos simbólicos en heráldica, pintura. Cada animal posee connotaciones que provienen en su mayor parte de la mitología griega y que con el paso de los siglos y el advenimiento del cristianismo se ha enriquecido. La polivancia de significantes implica la interpretación del animal según la representación en la que ha sido incluido.

Cuadro nº 123. Frecuencia de publicación en temática de animales

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	1	0	0	1	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
						Total
						2

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- a. El primero de ellos, LR 19000110-3⁶⁶⁴, fue publicado el día 10 de enero, en la página dos, 5ª columna. Tanto el texto como el grabado son de autor anónimo. La escena representa sobre un tejado dos gatos, que según el texto son macho y hembra. Compara la pelea de gatos con la actitud femenina, chiste que hoy en día sería políticamente incorrecto dado el contexto de avance en los derechos sociales de las mujeres. La escena además del tejado y los dos animales, representa un paisaje urbano de fondo, con cables de electricidad, un árbol y edificios. La representación del gato tiene múltiples connotaciones semiológicas. Su origen se remonta a la mitología griega con Diana cazadora quién se convierte en gato para escapar de Tifeo⁶⁶⁵. En la mitología religiosa cristiana toma las actuales connotaciones negativas: se le atribuye ser el animal de compañía de las brujas, aunque también puede aparecer como atributo de la Virgen María ya que en el momento de dar a luz una gata lo estaba haciendo también. En heráldica encontramos que representa la libertad ya que se asocia a los pueblos bárbaros que llevaban en sus estandartes la figura de este animal enfurecido como símbolo de la ira contra la servidumbre hacia Roma⁶⁶⁶. Pero su connotación negativa asociada a la traición y los celos llega con el Renacimiento y la representación del pasaje de la Última Cena, ya que el gato es representando generalmente cercano o a los pies de Judas o peleando con un perro. Otras características asociadas a este animal es el temperamento flemático, el enfrentamiento, el juego amoroso y el engaño⁶⁶⁷. En esta viñeta continúa asociado a los aspectos negativos de la tradición religiosa cristiana, ya que la riña entre ambos animales es a causa de los celos y la traición amorosa.

⁶⁶⁴ Ver anexo p. 514.

⁶⁶⁵ Julien, Nadia, *Enciclopedia de los Mitos*, Barcelona, 2008, RobinBook, pp. 53-56 y aunque muy antiguo pero no por ello carente de información a Carrasco, Juan Bautista, *Mitología universal. Historia y explicación de las ideas religiosas y teológicas de todos los siglos*, Madrid, 1864, Gaspar y Roig editores, pp.515 -523

⁶⁶⁶ Valero de Bernabé, Luis, De Eugenio, Martín, *Simbología y Diseño de la Heráldica gentilicia Galaica*, Madrid, Instituto Luis de Salazar y Castro, 2003, pp. 175-176.

⁶⁶⁷ Impelluso, Lucía, “La naturaleza y sus símbolos. Plantas, flores y animales” en *Los diccionarios de Arte...*, pp. 223-227.



Imagen 122. Nota Cómica 3. Fuente: *La Rioja*, 1900.

- b. El grabado LR 19000314-1⁶⁶⁸ fue publicado por primera vez el 14 de marzo, en la página tres, 1ª columna. Está firmado por M.N.G., y el texto es anónimo. Se representa una escena exterior con dos hombres vestidos con trajes regionales, en estilo caricaturesco y un burro. El segundo plano está esbozado con líneas rápidas, centrándose la atención en los tres personajes representados. El texto hace referencia a la compra y venta del animal bajo la premisa de que sabía leer. Este animal tiene una serie de connotaciones asociadas a la estupidez, la pereza, la lujuria, la tentación y la holgazanería cuyo origen se remonta a la mitología griega. Es el animal sobre el que monta Sileno dios frigio que acompaña a Dionisio. El mito cuenta que Zeus quiso conceder a los humanos la eterna juventud y encomendó llevar a su burro el elixir. Sediento a mitad de camino se detuvo junto a un arroyo y cambio el derecho de beber agua a la serpiente que custodiaba el arroyo por el poder de la regeneración, motivo por el cual la serpiente muda de piel cada año⁶⁶⁹. La iconografía cristiana revierte su simbología al representarlo junto a José y María en la huía a Egipto y el nacimiento de Jesús estando asociado a la humildad y el Viejo Testamento⁶⁷⁰. En esta viñeta cómica el atributo del animal que representa la ignorancia se traslada al personaje que compra el

⁶⁶⁸ Ver anexo p. 515.

⁶⁶⁹ Julien, Nadia, *Enciclopedia de los Mitos...*, p. 439.

⁶⁷⁰ Impelluso, Lucía, "La naturaleza y sus símbolos. Plantas, flores y animales" en *Los diccionarios de Arte...*, pp. 261-265.

animal, ya que falto de cualquier juicio razonable, es engañado bajo la mentira de que el animal sabe leer pero no hablar.



Imagen 123. Nota Cómica 4. Fuente: *La Rioja*, 1900.

5.18.3. Temática picaresca

Bajo esta categoría se han catalogado seis viñetas cómicas: LR 19000118-2, LR 19000128-1, LR 19000531-1, LR 19000628-1, LR 19001122-1y LR 19000609-1. Esta temática hace referencia a relaciones entre hombres y mujeres basándose en juegos de malentendidos, halagos que no son bien recibidos o situaciones comprometidas.

Cuadro nº 124. Frecuencia de publicación de temática picaresca

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	2	0	0	0	1	1
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	1	0	0	0	1	0
						Total
						6

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- a. El grabado LR 19000118-2⁶⁷¹ fue publicado el día 18 de enero, en la página dos, 5ª columna. Tanto el grabado como el texto son anónimos. La imagen representa a un hombre y una mujer en una escena de interior doméstica: un salón. El estilo del dibujo no es caricaturesco, pero sí muy suelto en cuanto a los trazos, que otorgan volumen al generar las zonas negras de los muebles

⁶⁷¹ Ver anexo p. 516.

en el segundo plano. El texto hace referencia a una declaración amorosa y a la edad de la mujer.



Imagen 124. Nota Cómica 5. Fuente: *La Rioja*, 1900.

- b. El grabado LR 19000128-1⁶⁷² fue publicado el día 28 de enero, en la página dos, 5ª columna. Está firmado por M.N.G., y el texto figura como anónimo. Representa una escena de interior de salón con tres personajes sentados: una mujer joven, una mujer mayor y un hombre. Los dibujos no han sido realizados en estilo caricaturesco, pero se reitera el uso del trazo suelto para dar volumen a los fondos y vestuarios que son característicos de la época.



Imagen 125. Nota Cómica 6. Fuente: *La Rioja*, 1900.

⁶⁷² Ver anexo p. 517.

- c. El grabado LR 19000531-1⁶⁷³ fue publicado el día 31 de mayo, en la página dos, 5ª columna. El grabado tiene una firma que resulta ilegible, pero que podría corresponder a M.N.G, y el texto ha sido firmado por Alberto Casañal poeta y escritor costumbrista, que colaboró con diversos periódicos de la época: *Madrid Cómico*⁶⁷⁴, *Diario de avisos de Zaragoza*⁶⁷⁵, *Pluma y Lápiz*⁶⁷⁶, entre otros, además de publicar una serie de obras de teatro, zarzuela y poesía⁶⁷⁷. La imagen representa una escena campestre exterior con dos personajes: uno femenino y otro masculino. El personaje femenino se abotona la blusa mientras que el personaje masculino habla sobre la limpieza de conciencia de la joven. Ambos personajes visten trajes regionales y el grabador ha dejado claro a través del paisaje rural que son personajes que provienen del medio rural. La alusión sexual de la viñeta corresponde a una nueva tendencia en ilustración gráfica que apareció a finales del siglo XIX en Francia denominada de “temática de galante” y cuya protagonista era siempre femenina pero con un rol más bien pasivo y censurado por parte del personaje masculino como comprobamos en este grabado⁶⁷⁸.

⁶⁷³ Ver anexo p. 518.

⁶⁷⁴ Fue fundado en 1880 por Miguel Casañal y en 1881 es adquirido por Sinesio Delgado. Fue uno de los periódicos satíricos más relevantes de la época, contando con importantes artistas gráficos de la época como: Eduardo Ramón "Cilla", Luis Taboada, Leopoldo Alas "Clarín", Peña y Goñi, Eduardo Sáenz-Hermúa "Mecachis", Xaudaró, Ricardo Martín, Sancha, Rojas, Leal de la Cámara, Tovar, Fresno, Medina Vera y Juan Gris entre otros. Dejó de editarse en 1912. Botrel, Jean François, “Cartas de Leopoldo Alas “Clarín” a Sinesio Delgado, Director de *Madrid Cómico*” en *Boletín del Real Instituto de Estudios Asturianos*, Oviedo, nº 149, 1997, pp. 7-54. También véase de modo general la obra de Sánchez Vigil, Juan Manuel, *Revistas ilustradas en España. Del romanticismo a la guerra civil*, Madrid, Trea, 2008.

⁶⁷⁵ Periódico fundado en 1797 y que cambió de nombre, hasta 1908 en que fue titulado *Diario de avisos de Zaragoza*. http://www.enciclopedia-aragonesa.com/voz.asp?voz_id=4650. Consultado el 20 de julio de 2014.

⁶⁷⁶ Fue editado entre 1901 y 1906 en Barcelona por Fidel Giró. Se destacó por su línea estética próxima al modernismo. Para más información véase: <http://prensahistorica.mcu.es/es/consulta/registro.cmd?id=6104>. Consultado el día 20 de julio de 2014.

⁶⁷⁷ http://www.enciclopedia-aragonesa.com/voz.asp?voz_id=3273. También pueden consultarse los fondos conservados en la BNE, disponibles en formato digital de los periódicos mencionados: <http://prensahistorica.mcu.es/es/estaticos/contenido.cmd?pagina=estaticos/presentacion>. Consultados ambos enlaces el día 20 de julio de 2014. Según indica Ossorio y Bernard, Manuel en su *Ensayo de un catálogo de periodistas españoles del siglo XIX...*, p. 498, en 1903 fue Presidente de la Asociación de la Prensa de Zaragoza.

⁶⁷⁸ Capdevila, Jaume, “La figura femenina en la prensa satírica española del siglo XIX...”, p. 29.



Imagen 126. Nota Cómica 7. Fuente: *La Rioja*, 1900.

- d. El grabado LR 19000628-1⁶⁷⁹ fue publicado el día 28 de junio, en la página dos, 5ª columna. El grabado está firmado por M.N.G., y el texto por M. de S. y C. La imagen representa una escena exterior urbana, con dos personajes masculinos y abundante vegetación de fondo. El dibujo tiene marcado estilo caricaturesco, acentuando las proporciones de la cabeza, mientras que el segundo plano se define en base al sombreado, que otorga volúmenes y perspectiva a la composición.



Imagen 127. Nota Cómica 8. Fuente: *La Rioja*, 1900.

⁶⁷⁹ Ver anexo p. 519.

- e. El grabado LR 19001122-1⁶⁸⁰ fue publicado el 22 de noviembre, página tres, 1ª columna. El grabado es anónimo, aunque puede que en la esquina inferior derecha haya una firma que resulta ilegible; el texto es anónimo. Representa una escena exterior urbana con dos personajes: uno masculino y otro femenino, en primer plano. El personaje masculino habla sobre la madre de la mujer, que ha sido representada en actitud sumisa que se traduce en la cabeza inclinada y ojos bajos⁶⁸¹. En la representación de su cuerpo destacan unos abultados senos y caderas voluptuosas. Este grabado tiene una factura distinta al resto de los catalogados, ya que su trazo es suelto, hay desproporción en el dibujo, sobre todo en lo relativo a los cuerpos y las facciones de los rostros e incide en el detalle decorativo de las vestimentas.



Imagen 128. Nota Cómica 9. Fuente: *La Rioja*, 1900.

- f. El grabado LR 19000609-1⁶⁸², se publicó el día nuevo de junio, página dos, 5ª columna. Tanto el texto como el grabado son anónimos, pero dado los trazos de sombreado que perfila el segundo plano podría tratarse de M.N.G. La escena representa una escena interior con dos sirvientes: uno femenino y el otro masculino, en el momento en que el masculino intenta acercarse a la mujer con intenciones amorosas.

⁶⁸⁰ Ver anexo p. 520.

⁶⁸¹ Gasca, Luis y Gubern, Román, *El discurso del cómic...*, pp. 74-76.

⁶⁸² Ver anexo p. 521.



Imagen 129. Nota Cómica 10. Fuente: *La Rioja*, 1900.

5.18.4. Temática familiar

Bajo esta temática se han catalogado cinco viñetas publicadas en los meses de enero, mayo y julio. La temática hace referencia básicamente a chistes de esposas y suegras, siendo ilustrados la mayoría de ellos por M.N.G. En los grabados se reproducen escenas de interior donde la burla es dirigida siempre al género femenino, considerado inferior y carente de cualquier capacidad que no fuera la de organizar el hogar, criar a los hijos y servir a la familia y el marido⁶⁸³. Bajo estos esquemas pre establecidos, las viñetas reproducen los modelos sociales de la época mostrando a las mujeres preocupadas por la edad, como seres incapaces de ser gobernadas por sus maridos, objetos de matrimonio por conveniencia o una molestia para el esposo⁶⁸⁴.

Cuadro nº 125. Frecuencia de publicación de temática familiar

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	3	0	0	0	1	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	1	0	0	0	0	0
						Total
						5

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

⁶⁸³ Cantizano Márquez, Blesina, “La mujer en la prensa femenina del siglo XIX...”, pp. 282-284.

⁶⁸⁴ Capdevila, Jaume, “La figura femenina en la prensa satírica española del siglo XIX...”, pp. 24-27.

- a. El primero de ellos, LR 19000121-1⁶⁸⁵, fue publicado el 21 de enero, en la página dos, 5ª columna. El texto y el grabado no llevan firmas y su temática se centra en un diálogo entre madre e hija. La imagen representa una escena de interior doméstico, un salón. Se aprecia la iconografía característica de M.N.G., en los sillones, cortinajes y el sombreado del segundo plano, que da volumen y contraste a la composición. Se presentan dos personajes: una mujer mayor sentada en una silla (la madre) y una niña (la hija), de pie hablando sobre la diferencia de edad entre ambas. El texto hace referencia a la negativa de la madre a envejecer a medida que su hija crece⁶⁸⁶.



Imagen 130. Nota Cómica 11. Fuente: *La Rioja*, 1900.

- b. Por su parte, el grabado LR 19000125-3⁶⁸⁷ fue publicado el día 25 de enero, en la página dos, 5ª columna. El grabado está firmado por M.N.G., y el texto es anónimo. Se representa una escena de interior doméstico, un salón, durante una fiesta donde se han representado tres personajes en primer plano, y en un segundo plano, otros dos personajes femenino y masculino. En el primer plano se ven dos hombres vestidos de frac y una mujer voluminosa con traje de noche. El chiste hace referencia al volumen corporal de la mujer y a la incapacidad del marido de controlar sus acciones. Este chiste y su contenido, tal y como hemos visto en otras viñetas como por ejemplo la LR

⁶⁸⁵ Ver anexo p. 522.

⁶⁸⁶ Capdevila, Jaume, "La figura femenina en la prensa satírica española del siglo XIX...", pp. 14-18 y a Cantizano Márquez, Blesina, "La mujer en la prensa femenina del siglo XIX...", pp. 282-284.

⁶⁸⁷ Ver anexo p. 523.

19000110-3⁶⁸⁸, resultarían polémicos hoy en día al no admitirse actualmente como políticamente correctas las burlas hacia las personas obesas y al rol femenino pasivo, carente de iniciativa que necesita ser guiado por el marido⁶⁸⁹.



Imagen 131. Nota Cómica 12. Fuente: *La Rioja*, 1900.

- c. El grabado LR 19000130-3⁶⁹⁰ fue publicado el 30 de enero, página tres, 1ª columna. Está firmado por M.N.G., y el texto por R. Sepúlveda. El escrito podría ser de Ricardo Sepúlveda y Planter de Zaragoza (1846-1909), activo entre 1865 y 1890, y autor de obras históricas, costumbristas y poesía⁶⁹¹. En cuanto la imagen, se ha representado una escena de interior de un café con dos personajes masculinos, que hablan sobre los motivos de la boda de un amigo común. Ambos han sido representados sentados alrededor de la mesa bebiendo licor. Los fondos del café están ambientados con apliques, mesas, sillas y un camarero. El dibujante logró dar con muy pocos elementos iconográficos la sensación de espacio y profundidad a la imagen.

⁶⁸⁸ Ver anexo p. 524.

⁶⁸⁹ Capdevila, Jaume, “La figura femenina en la prensa satírica española del siglo XIX...”, p. 14-15 y Cantizano Márquez, Blesina, “La mujer en la prensa femenina del siglo XIX...”, pp. 282-284.

⁶⁹⁰ Ver anexo p. 525.

⁶⁹¹ Ferraras, Juan Ignacio, *Catálogo de novelas...* p. 378.



Imagen 132. Nota Cómica 13. Fuente: *La Rioja*, 1900.

- d. El grabado LR 19000219-1⁶⁹² fue publicado el 19 de febrero, en la página tres, 4ª columna. Está firmado por M.N.G., y el texto por Alfredo Pallardó, escritor de teatro y director de prensa⁶⁹³. El grabado nos enseña una floristería especializada en coronas florales para difuntos. con un primer plano donde se sitúan dos personajes, una vendedora y un hombre vestido con traje oscuro y sombrero de copa. En segundo plano, se distinguen varios tipos de coronas florales colgadas en la pared. Debemos recordar que el rol social de la mujer no contemplaba el ámbito laboral, estando claramente delimitado a profesiones como el servicio doméstico, la costura, floristería, entre otras actividades consideradas apropiadas⁶⁹⁴. El chiste hace referencia al deseo del personaje masculino de ver muertas a su suegra y esposa a través del cambio de sentido semántico de la palabra “siempreviva”.

⁶⁹² Ver anexo p. 526.

⁶⁹³ Fue escritor de teatro y director del periódico *La Comarca* de Calatayud. Entre sus obras destacan: *Misterios de Barcelona (Proceso Fontanellas): drama en siete actos*, Madrid, Biblioteca, “Teatro Mundial”, 1915 (sin nombre de editor); *El judío errante: drama en ocho actos*, F. Costa, 1914 (sin nombre de editor); *Viaje a Liliput*, 1891, etc. Para más información véase: http://www.encyclopedia-aragonesa.com/voz.asp?voz_id=2836. Consultada el día 21 de junio de 2014.

⁶⁹⁴ Capdevila, Jaume, “La figura femenina en la prensa satírica española del siglo XIX...”, p. 15.



Imagen 133. Nota Cómica 14. Fuente: *La Rioja*, 1900.

- e. Por último, el grabado LR 19000510-2⁶⁹⁵ se publicó el día 10 de mayo, página tres, 1ª columna. Está firmado por M.N.G., y el texto es anónimo. La viñeta representa una escena de interior de salón con sillones, sofás, cortinajes y con dos personajes masculinos: un hombre mayor con bata (que sería el anfitrión) y uno más joven. Ambos están de pie hablando y el hombre mayor señala con una mano. La escena representa la negociación de la dote de la hija, y el chiste hace referencia a la condición impuesta por el padre de la novia para la entrega de la suma que pide el personaje más joven: que se lleve a su esposa a vivir con ellos. Esta viñeta reproduce la costumbre ya en desuso de la dote, que suponía un aporte financiero por parte de la mujer a la nueva unidad familiar y que era negociada formalmente entre ambos padres o como en el caso que se enseña en la viñeta, entre el padre de la prometida y el futuro esposo. Esta costumbre no era de uso popular, reservándose a los estratos sociales y económicas dominantes tanto política como económicamente⁶⁹⁶.

⁶⁹⁵ Ver anexo p. 527.

⁶⁹⁶ Capdevila, Jaume, “La figura femenina en la prensa satírica española del siglo XIX...”, pp 15-16 y a Capellán De Miguel, Gonzálo, *De Orovio a Cossío...*, pp. 101-103.



Imagen 134. Nota Cómica 15. Fuente: *La Rioja*, 1900.

5.18.5. Temática delictiva

La temática delictiva hace referencia a delincuentes, agentes del orden y jueces. Tienen en común la burla del que ha cometido el delito hacia el representante de la ley en gran parte de las representaciones, y en menor medida a la inversa, la burla social asociada al delito y, en consecuencia, al delincuente. La picaresca se celebra y el chiste se consigue mediante el doble sentido de las palabras expresadas debido a equívocos entre los personajes representados. Los grabados catalogados dentro de esta temática son los siguientes: LR 19000123-3, LR 19000126-2, LR 19000202-1, LR 19000209-1, LR 19000213-1, LR 19000214-1, LR 19000217-1, LR 19000222-1, LR 19000331-1, LR 19000708-1y LR 19000723-2.

Cuadro nº 126. Frecuencia de publicación de temática delictiva

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	2	6	1	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	2	0	0	0	0	0
						Total
						11

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- a. El primer grabado es el LR 19000123-3⁶⁹⁷, fue publicado el día 23 de enero, en la página dos, 5ª columna. El texto hace referencia al delito de la poligamia cometido por un hombre y fue firmado por T. Iriarte⁶⁹⁸. Iconográficamente se representa al culpable de la poligamia atado sobre un burro mientras es conducido por un hombre mientras que un tercero lee un documento. Este último ha sido dotado de mayor jerarquía mediante su vestuario. El dibujante ha incluido, consecuentemente con el texto en segundo plano, el esbozo de la muchedumbre congregada en torno al delincuente y a la lectura de la sentencia. El trazo es suelto y no detalla en exceso rasgos ni elementos ornamentales. El espacio compositivo es equilibrado en tanto que la línea de horizonte es respetada y utilizada como punto de referencia en la perspectiva cónica. Existen equilibrios entre los blancos y los negros lo que denota la maestría del dibujante.

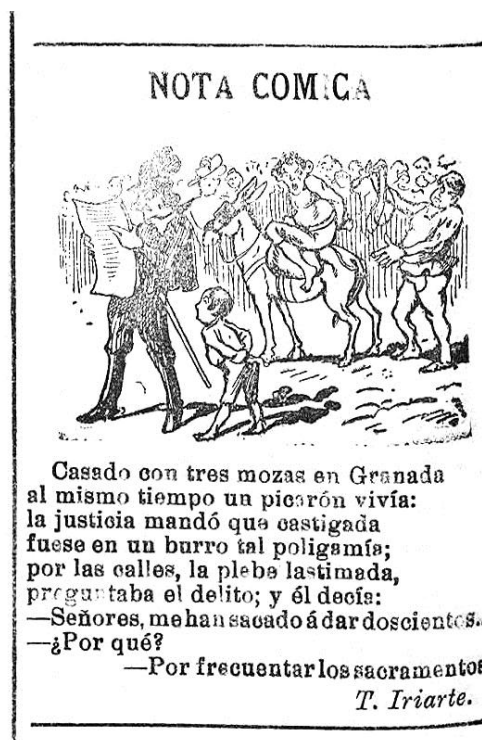


Imagen 135. Nota Cómica 16. Fuente: *La Rioja*, 1900.

⁶⁹⁷ Ver anexo p. 528.

⁶⁹⁸ El matrimonio como institución está reconocido desde 1889 por la legislación Española. Al respecto, se han incorporado los anteriores cuerpos legislativos a la Ley orgánica 10\1995 de 23 de noviembre del Código Penal, artículo 217. Para más información *BOE*, nº 284 del 24 de noviembre de 1995 a través del siguiente enlace: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1995-25444> consultado el 10 de julio de 2014.

b. El grabado LR 19000126-2⁶⁹⁹ fue publicado por primera vez el día 26 de enero, página dos, 5ª columna. Está firmado por M.N.G., y el texto por M. Moreno, a quién Valeriano Bozal sitúa como dibujante y grabador con el seudónimo de Chiflatis, aunque con reservas sobre la correspondencia entre ambos sujetos⁷⁰⁰. La composición sitúa la escena en el momento de la ejecución por ahorcamiento del reo, que es representado con traje oscuro, delgado y aspecto descuidado. Tiene la cuerda alrededor del cuello mientras el verdugo aparece a su lado, caracterizado con corpulencia, barba, vestido de claro sobre el cadalso. En segundo plano, el dibujante abocetó el gentío que acude a presenciar la ejecución y un edificio para ambientar la escena en un entorno urbano. Actualmente este tipo de representación de castigo judicial no sería bien recibido en la sociedad, probablemente por la sistemática exclusión de la pena de muerte en gran parte de los sistemas judiciales occidentales y las continuas denuncias de esta práctica en los países que aún la mantienen. Este cambio en la imagen impresa refleja un salto cualitativo en la escala de valores sociales, tal cual hemos visto en la variación del canon de belleza femenino o su uso en la prensa, limitándose actualmente a 23 los países que mantienen en su jurisprudencia la pena de muerte como castigo legal⁷⁰¹. En España la última ejecución de una pena de muerte se llevó a cabo en 1975, siendo abolida constitucionalmente en 1978, aunque en el artículo 15 del texto constitucional se mantiene en tiempos de guerra:

“Todos tienen derecho a la vida y a la integridad física y moral, sin que, en ningún caso, puedan ser sometidos a tortura ni a penas o tratos inhumanos o degradantes. Queda abolida la pena de muerte, salvo lo que puedan disponer las leyes penales militares para tiempos de guerra”⁷⁰².

⁶⁹⁹ Ver anexo p. 529.

⁷⁰⁰ Bozal, Valeriano, *La ilustración gráfica del siglo XIX...*, p. 193.

⁷⁰¹ Se recomienda la consulta de la página web de Amnistía internacional: <https://www.es.amnesty.org/temas/pena-de-muerte/mapa>. Consultado el día 20 de julio de 2014.

⁷⁰² Consultado el 29 de abril de 2014. <http://www.congreso.es/consti/constitucion/indice/titulos/articulos.jsp?ini=15&fin=29&tipo=2>.

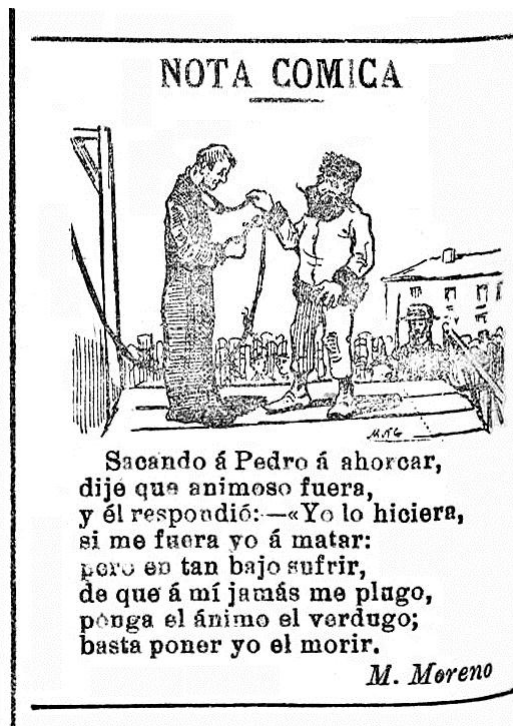


Imagen 136. Nota Cómica 17. Fuente: *La Rioja*, 1900.

- c. El grabado LR 19000202-1⁷⁰³ fue publicado el día 2 de febrero, en la página tres, 1ª columna. Representa una escena de interior con dos personajes masculinos: un juez sentado tras su escritorio y un hombre que porta una luz, en primer plano. En segundo plano ha sido dibujado una silla y un cuadro con una balanza símbolo de la justicia, la imparcialidad y la equidad, se la representa en manos de Themis vendada, la diosa griego de la justicia, hija del cielo y de la tierra, quién porta a su vez la espada, símbolo del castigo⁷⁰⁴. Sobre la mesa un Crucifijo, símbolo de la ideología que trasmite la sabiduría para otorgar la justicia, lo que anula los significantes de la mitología Según el texto, el juez dice al denunciante que necesita que le aporte “más luz” para encontrar al culpable de robo. El denunciante figura con una cerilla encendida, momento culmine del juego de palabras al que hace referencia la viñeta cómica. En esta composición se han identificado las iniciales del grabador M.N.G., el texto es anónimo.

⁷⁰³ Ver anexo p. 530.

⁷⁰⁴ Revilla, Federico, *Diccionario de iconografía y simbología...*, p. 64 y Julien, Nadia, *Enciclopedia de los Mitos...*, p. 455.



Imagen 137. Nota Cómica 18. Fuente: *La Rioja*, 1900.

- d. El grabado LR 19000209-1⁷⁰⁵ fue publicado el día 9 de febrero, en la página dos, 3ª columna. La acción representada transcurre en el interior de un comercio de alimentación con dos figuras masculinas: una adulta (el vendedor) y una infantil (el ladrón). Según el texto, el niño intenta pagar con una moneda falsa al dependiente y éste lo descubre. El niño se defiende contestando que la moneda no es falsa ya que su padre la había fabricado el día anterior. El estilo del dibujo fue realizado en estilo caricaturesco, que se aprecia en las desproporciones de las cabezas de ambos personajes, aunque a grandes rasgos continúa en la línea de representación realista. La composición se ha dividido en dos cuerpos mediante una diagonal trazada por el dibujo del mostrador. En el primer plano se han representado los dos personajes, el mostrador y una balanza de pesos, elemento de uso corriente en los comercios de la época, pero que hoy en día ha sido sustituida por balanzas electrónicas y que además tendría la connotación de la injusticia ante el engaño, como elemento junto con la espada de la diosa griega Themis, cuya etimología ya hemos comentado en el análisis de la anterior viñeta cómica⁷⁰⁶. En segundo plano, el dibujante ha detallado estanterías con

⁷⁰⁵ Ver anexo p. 531.

⁷⁰⁶ Revilla, Federico, *Diccionario de iconografía y simbología...*, p. 64 y Julien, Nadia, *Enciclopedia de los Mitos...*, p. 455.

productos mediante formas geométricas abstractas. También ha resuelto los volúmenes con esbozados rápidos.



Imagen 138. Nota Cómica 19. Fuente: *La Rioja*, 1900.

- e. El grabado LR 19000213-1⁷⁰⁷, fue publicado el día 13 de febrero, página tres, 1ª columna. El autor es M.N.G., y el texto figura firmado Fogoso. Representa una escena de exterior nocturna, con personajes masculinos entre caballos. La acción transcurre en el momento en que por error uno de los hombres hecha el lazo a uno de los caballos, siendo uno de los hombre el enlazado. En primer plano, el dibujante ha presentado a los dos personajes en el momento del equívoco, vestidos con trajes regionales y los ha dotado de expresividad, dibujando el sombrero del personaje de la izquierda suspendido en el aire (lo que le confiere la sensación de caída producida por la sorpresa), posturas rígidas, los cuerpos reclinados y los brazos extendidos. En segundo plano se distinguen la parte frontal de un caballo, realizada en perfecta perspectiva cónica y otros caballos de medio cuerpo y abocetados.

⁷⁰⁷ Ver anexo p. 532.



Imagen 139. Nota Cómica 20. Fuente: *La Rioja*, 1900.

- f. El grabado LR 19000214-1⁷⁰⁸ fue publicado por primera vez el día 14 de febrero, en la página tres, 1ª columna. El autor fue M.N.G., y el texto está firmado por Fogoso. El grabado representa una escena de exterior, campestre, con dos personajes: uno masculino, adulto vestido de caza, y el segundo un niño, vestido con traje regional. El paisaje en segundo plano ha sido abocetado mediante la línea de horizonte, vegetación, árboles y pájaros en pleno vuelo. Se ha utilizado el sombreado para dar volúmenes y estructura a la vegetación. El texto hace referencia a una perra que pertenecería al cazador y que ha sido robada por el padre del niño.



Imagen 140. Nota Cómica 21. Fuente: *La Rioja*, 1900.

⁷⁰⁸ Ver anexo p. 533.

- g. El grabado LR 19000217-1⁷⁰⁹ fue publicado el día 17 de febrero, página tres, 4ª columna. Está firmado por M.N.G., y el texto por Fogoso. Representa una escena que transcurre al interior de una taberna con dos figuras: una masculina y otra femenina, en el momento previo de partir a la misa dominical. El hombre ha sido representado a la izquierda, vestido con una capa larga, y la mujer a la derecha, vestida con traje tradicional y tocado. Ambos personajes repasan una serie de acciones poco honradas como aguar vino o esconder dineros ajenos, cerciorándose de que tienen todo hecho para acudir tranquilos a la misa. En segundo plano se han representado elementos que aparecen cortados por la mitad, como un tonel o una silla, lo cual sugiere al ojo un espacio más basto que lo visible.



Imagen 141. Nota Cómica 22. Fuente: *La Rioja*, 1900.

- h. El grabado LR 19000222-1⁷¹⁰ fue publicado el día 22 de febrero, en la página dos, 5ª columna. Aparece firmado por M.N.G., y el texto por Fogoso y en él se representa una escena en un aula de escuela con dos personajes masculinos: un maestro y un niño. El texto hace referencia a un juego de palabras en donde el maestro interroga al niño sobre el día del juicio en sentido religioso y el responde por la hora en que está su padre citado ante el

⁷⁰⁹ Ver anexo p. 534.

⁷¹⁰ Ver anexo p. 535.

juez. Como en la anterior viñeta, el dibujante representa la mitad de objetos como los mapas o los pupitres ampliando la realidad representada más allá de los márgenes de la viñeta en el segundo plano, mientras que en el primero se presentan ambos personajes, de perfil. El maestro a la derecha, vestido con traje oscuro, bigotes y calva, y el niño a la izquierda, con las manos en los bolsillos.



Imagen 142. Nota Cómica 23. Fuente: *La Rioja*, 1900.

- i. El grabado LR 19000331-1⁷¹¹, fue publicado el día 31 de marzo, en la página tres, 2ª columna. El grabado está firmado por M.N.G., y el texto fue firmado por Fogoso, aunque se lee “Faoso”, error posiblemente del cajista encargado de componer la página. Se ha representado una escena de interior, en la que aparecen en primer plano, dos hombres hablando sobre el dinero falso entregado por uno de ellos al otro. El estilo de la figura humana es mucho más caricaturesco que en anteriores grabados analizados visibles en las desproporciones intencionadas que el dibujante realiza en las cabezas y extremidades de los personajes. Ambos sujetos están representados con trajes regionales aragoneses. En segundo plano, vemos herramientas de

⁷¹¹ Ver anexo p. 536.

labranza, así como una mesa con un jarrón y el sombreado que da volumen a la composición.



Imagen 143. Nota Cómica 24. Fuente: *La Rioja*, 1900.

- j. El grabado LR 19000708-1⁷¹² fue publicado el día ocho de julio, en la página dos, 5ª columna. Tanto el texto como el grabado son anónimos. El grabado representa en primer plano una escena al interior de una iglesia, con un hombre arrodillado frente a un confesionario, vestido con traje regional, y un sacerdote asomado de medio cuerpo. Según el texto, el motivo de la confesión es que el hombre robó un animal que a su vez le fue robado. Formalmente, en el segundo plano la imagen se expande hacia los límites a través de su arquitectura incompleta, lo que podría ser indicativo tanto por este detalle de composición como por la línea del dibujo que el autor sea M.N.G. El estilo no es aguzadamente caricaturesco, sino más bien realista, con profusión de detalles del interior de la iglesia.

⁷¹² Ver anexo p. 537.



Imagen 144. Nota Cómica 25. Fuente: *La Rioja*, 1900.

El grabado LR 19000723-2⁷¹³ fue publicado el 23 de julio, en la página dos, 5ª columna. Nuevamente verificamos que tanto el grabado como el texto son anónimos. La imagen representa una escena de interior (iconográficamente no hay elementos representados que nos permitan situarlo en un interior doméstico, de café o despacho), con dos personajes masculinos: el primero está ubicado a la derecha y caracterizado con traje regional, capa corta y sombrero (se trataría del alcalde), y el segundo personaje, figura en la mitad izquierda del anuncio, abriendo una puerta, de medio cuerpo, igualmente caracterizado con traje regional. Según el texto presenciamos el momento en que un joven avisa al alcalde del pueblo que se ha producido un robo. Las figuras son de estilo realista, aunque predomina la abstracción en el plano del paisaje, mientras que la composición de primer y segundo plano ha quedado dividida mediante una línea paralela a la línea de horizonte, lo que dota de mayor peso la composición.

⁷¹³ Ver anexo p. 538.

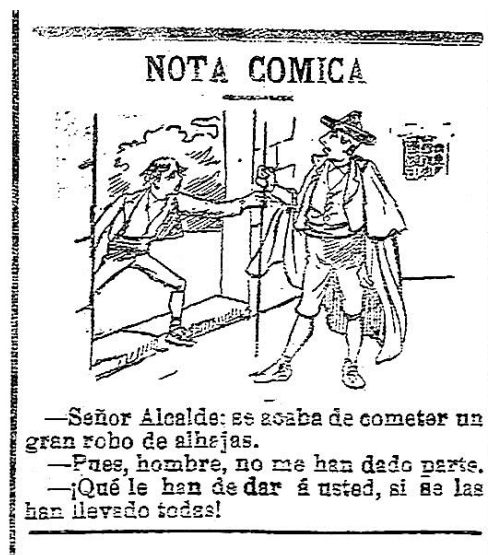


Imagen 145. Nota Cómica 26. Fuente: *La Rioja*, 1900.

5.18.6. Temática inocente

Bajo esta temática se han catalogado 10 grabados: LR 19000127-1, LR 19000216-1, LR 19000225-1, LR 19000301-1, LR 19000528-2, LR 19000601-1, LR 19000612-1, LR 19000707-1, LR 19000725-1 y LR 19000713-1. Hacen referencias a chistes con nombres de pueblos, solterones, salud o juegos de palabras sin ningún sentido malicioso o picaresco. Los escenarios son variados, desde interiores domésticos a comercios, herrerías, aduanas, etc.

Cuadro nº 127. Frecuencia de publicación de temática inocente

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	1	3	1	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	2	3	0	0	0	0
						Total
						10

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- a. El grabado LR 19000127-1⁷¹⁴ fue publicado el día 27 de enero, en la página dos, 5ª columna. Fue firmado por M.N.G., y el texto es anónimo. Se representa una escena interior en un despacho, donde se observa en primer plano dos personajes masculinos de edad avanzada, representados con

⁷¹⁴ Ver anexo p. 538.

vestimenta de la época y de estilo burgués. La caracterización de la edad se aprecia en el blanco del cabello, dejado por el grabador, y los surcos de las mejillas del segundo personaje a la izquierda. en el segundo plano de la composición parte de un escritorio, cortinajes, una silla y esbozado en líneas negras, los volúmenes que dan consistencia al espacio bajo la línea del horizonte. El texto completa la información del diálogo entre ambos personajes, ya que se hace referencia a la soltería, la vejez y la muerte.



Imagen 146. Nota Cómica 27. Fuente: *La Rioja*, 1900.

- b. El grabado LR 19000216-1⁷¹⁵ fue publicado el día 17 de febrero, en la página dos, 5ª columna. Está firmado por M.N.G., y el texto es anónimo. En la imagen se representa en primer plano, una escena interior con tres personajes al borde de una puerta. El primero de ellos es un agente del orden que solicita documentación a los otros dos personajes masculinos, caracterizados con trajes regionales. En segundo plano se ha abocetado árboles y un edificio, además de lo que parece ser una caja envuelta. El texto refleja la costumbre de los pueblos de apodar a los que viven en con sobrenombres peculiares que a su vez son heredados por sus hijos.

⁷¹⁵ Ver anexo p. 539.



Imagen 147. Nota Cómica 28. Fuente: *La Rioja*, 1900.

- c. El grabado LR 19000225-1⁷¹⁶ fue publicado el día 25 de febrero, en la página tres, 1ª columna. Firmado por M.N.G., y de texto anónimo, el dibujo se ha vuelto manifiestamente caricaturesco, suelto y conservando los mismos rasgos característicos que se aprecian en otras viñetas: sombreados para realzar sombras y volúmenes, exteriores definidos con elementos de trazo rápido y atención centrada en los personajes centrales que son dibujados en el momento exacto en que ocurre la acción que el texto relata. En primer plano se han representado a dos figuras masculinas, vestidas a la moda de la época y en segundo plano vegetación. La escena transcurre en un espacio exterior, posiblemente un parque, y reproduce la conversación entre los dos personajes.



Imagen 148. Nota Cómica 29. Fuente: *La Rioja*, 1900.

⁷¹⁶ Ver anexo p. 540.

- d. El grabado LR 19000301-1⁷¹⁷ fue publicado el día 1^a de marzo, en la página tres, 1^a columna. Está firmado por M.N.G., y el texto es anónimo. En esta viñeta se representa un escenario con un hombre calvo y pelo desordenado inclinándose en reverencia para agradecer al público en primer plano. Se han dibujado coronas de laurel, telones y luces para ambientar el espacio en el que se representa al personaje central. Continúa la línea caricaturesca y el personaje central llena el espacio situándose al centro del cuadro. El texto expresa una burla al autor retratado. Posiblemente se trate de algún hecho verídico ya que este tipo de anécdotas servían de base a los escritores y dibujantes de la época, que sin dar nombres, recreaban las situaciones en sus viñetas aunque no podemos dar cuenta de ningún suceso registrado de esta índole.



Imagen 149. Nota Cómica 30. Fuente: *La Rioja*, 1900.

- e. El grabado LR 19000528-2⁷¹⁸ fue publicado el día 28 de mayo, página tres, 5^a columna. Fue firmado por M.N.G., y su texto es de autor anónimo. Representa una escena en el exterior de una herrería, con dos personajes en el primer plano, un hombre mayor, el herrero y un niño que arrastra un caballo de juguete. El estilo es caricaturesco y se han dibujado en un segundo plano objetos que nos permiten concebir el exterior de una herrería como puede ser el yunque, dibujado en el margen izquierdo. Actualmente una

⁷¹⁷ Ver anexo p. 541.

⁷¹⁸ Ver anexo p. 542.

viñeta cómica con este texto no tendría sentido dado que ya no se utilizan los caballos como medio de transporte.



Imagen 150. Nota Cómica 31. Fuente: *La Rioja*, 1900.

f. El grabado LR 19000601-1⁷¹⁹ fue publicado el 1 de junio, en la página dos, 5ª columna. Tanto el grabado como el texto son anónimos. Se representa una escena interior de un comercio de estanco con dos personajes en primer plano: uno femenino, (la vendedora) y otro masculino, (el cliente). El autor ha incluido el detalle del número de expendedoría en el dibujo del mostrador y ha trabajado considerablemente el segundo plano con detalles, no obstante el recurso al sombreado permanece como una característica estilística de M.N.G., que podría ser el autor.



Imagen 151. Nota Cómica 32. Fuente: *La Rioja*, 1900.

⁷¹⁹ Ver anexo p. 543.

- g. El grabado LR 19000612-2⁷²⁰ fue publicado el día 12 de junio, en la página dos, 5ª columna. Figura firmado por M.N.G., mientras que el texto es anónimo. Se representa una escena interior doméstica, quizás un salón o recibidor, con sillas, cortinajes y dos personajes en primer plano, probablemente marido y mujer, ya que el contenido del texto sitúa la acción tras salir la mujer del tocador por la mañana y la incapacidad del personaje masculino de dar respuesta a la pregunta sobre su aspecto. Esta escena muestra un estereotipo femenino cuyo eje vertebrador son temas de conversación superfluos, carente de cualquier interés. Por tanto asistimos a la representación de una de las condiciones asociadas a lo femenino en la representación de la mujer en las viñetas cómicas⁷²¹.



Imagen 152. Nota Cómica 33. Fuente: *La Rioja*, 1900.

- h. El grabado LR 19000707-1⁷²² fue publicado el día 7 de julio, en la página tres, 5ª columna. Tanto el texto como el grabado no contienen firma alguna. Se representa el interior de un café, con dos personajes masculinos en primer plano, sentados alrededor de una mesa con una botella. Por el estilo de las mesas, fondos y el diseño de la botella podría tratarse de M.N.G., quien ya dibujó similares interiores de cafeterías en otras viñetas como en el caso del

⁷²⁰ Ver anexo p. 544.

⁷²¹ Capdevila, Jaume, "La figura femenina en la prensa satírica española del siglo XIX...", pp. 18-19.

⁷²² Ver anexo p. 545.

grabado LR 19000130-2⁷²³. En segundo plano se han representados esbozados más personajes, mesas, sillas y lámparas de apliqué en columnas.



Imagen 153. Nota Cómica 34. Fuente: *La Rioja*, 1900.

- i. El grabado LR 19000725-1⁷²⁴, fue publicado el día 25 de julio, en la página dos, 5ª columna, siendo el texto y el grabado de autoría anónima. Representa una escena exterior, donde destacan en primer plano dos hombres, y en segundo plano figuras humanas abocetadas. No es posible determinar si hay en un tercer plano esbozos de árboles o edificios dada la mala conservación de la imagen sobre el papel, pero el autor ha intentado representar un paisaje exterior de ciudad en una calle concurrida por la gente.



Imagen 154. Nota Cómica 35. Fuente: *La Rioja*, 1900.

⁷²³ Ver anexo p. 546.

⁷²⁴ Ver anexo p. 547.

- j. Por último, se ha catalogado el grabado LR 19000713-1⁷²⁵, publicado el día 13 de julio, página dos, 5ª columna. En esta viñeta, tanto el texto como el grabado son anónimos y representa una escena exterior urbana, con dos hombres en primer plano hablando. En un segundo plano se distinguen siluetas, edificios, la calle y un carruaje tirado por caballos, lo que nos sitúa de inmediato dentro del contexto histórico en que ha sido publicada la viñeta cómica, principios del siglo XX, tanto por el carro tirado por caballos utilizado como transporte público como por la vestimenta de ambos sujetos que portan gorros, trajes y bastones al estilo de la época.



Imagen 155. Nota Cómica 36. Fuente: *La Rioja*, 1900.

5.18.7. Temática militar

Bajo este epígrafe se han catalogado tres grabados: LR 19000203-1, LR 19000517-1 y LR 19000605-1. Todos están protagonizados por militares, aunque no se hace ninguna referencia política coyuntural. Las situaciones representadas son variadas y los textos presentan tacto a la hora de plantear la situación humorística con el objetivo de no ofender sensibilidades. Las tres viñetas que hemos catalogado hacen referencia a un jorobado y un militar, un padre militar y su hija, y el llamamiento a quintas.

⁷²⁵ Ver anexo p. 547.

Cuadro nº 128. Frecuencia de publicación de temática militar

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	1	0	0	0	2
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
						Total
						3

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- a. El primer grabado, el LR 19000203-1⁷²⁶, fue publicado por primera vez el día tres de febrero, página tres, 4ª columna. Está firmado por M.N.G., y el texto es anónimo. Representa una escena al interior de una cocina, donde figuran dos personajes: uno femenino y uno masculino en primer plano. El personaje femenino es hija del masculino, un militar. El dibujo no tiene un estilo caricaturesco definido, al contrario, intenta ser descriptivo y detallista con los fondos y accesorios de los personajes como la gorra o la ropa tendida en el colgador de pared que ha sido dibujado de fondo. El texto compara a las planchadoras con los militares. Esta es una de las pocas profesiones socialmente aceptadas para la mujer y que entra dentro de los servicios domésticos. Ya hemos hecho alusión al rol social de la mujer sobre todo en los estratos económicos más consolidados tanto a nivel de vestuario como de oficios, sin embargo, en un nivel económico menor, las restricciones no limitaban tanto a las mujeres en tanto debían aportar sostén económico a sus familias y la fórmula para ello no era dedicándose a mejorar su educación sino mediante el trabajo⁷²⁷.

⁷²⁶ Ver anexo p. 548.

⁷²⁷ Capellán De Miguel, Gonzálo, *De Orovio a Cossío...*, pp. 101-103. También véase a Capdevila, Jaume, “La figura femenina en la prensa satírica española del siglo XIX...”, pp. 9-30 y a Cantizano Márquez, Blesina, “La mujer en la prensa femenina del siglo XIX...”, pp. 282-284.



Imagen 156. Nota Cómica 37. Fuente: *La Rioja*, 1900.

- b. El grabado LR 19000517-1⁷²⁸ fue publicado el día 17 de mayo, en la página tres, 1ª columna. Está firmado por M.N.G., y el texto es anónimo. Se representan en un primer plano dos personajes masculinos en medio del campo, uno con herramienta de labranza y el otro con chaqueta en la mano. Lo que el dibujante escenifica es una conversación casual entre ambos personajes. En segundo plano, se han dibujado arboles y una extensión en blanco que da equilibrio a la composición. El estilo es más cercano a la caricatura que al realismo en la representación.



Imagen 157. Nota Cómica 38. Fuente: *La Rioja*, 1900.

⁷²⁸ Ver anexo p. 549.

- c. El grabado LR 19000605-1⁷²⁹ fue publicado el día 5 de junio, en la página dos, 5ª columna. Está firmado por M.N.G., y el texto es anónimo. Se representa en primer plano una escena de exterior al interior del patio de un cuartel con un militar armado, en una caseta de vigilancia. En el segundo plano se ha dibujado una cerca y un personaje masculino, jorobado, con bastón y traje. El dibujo es muy sencillo, carece de detalles, aunque los trajes de los personajes llevan más cuidado en su representación.



Imagen 158. Nota Cómica 39. Fuente: *La Rioja*, 1900.

5.18.8. Temática laboral

Bajo este epígrafe encontramos 11 viñetas cómicas que hacen referencias a una variedad de oficios: taurino, servicio doméstico, oficinistas, camareros, etc. Llama la atención la viñeta cómica que representa el interior de un estudio fotográfico dada la representación de la maquinaria que aunque, para nuestra actual época es obsoleta, en aquel momento representó un gran avance tecnológico. En cuanto a los autores de los grabados no hay firmas, además de la de M.N.G., identificadas en las imágenes.

Cuadro nº 129. Frecuencia de publicación de temática laboral

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	4	1	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	4	1	1	0	0	0
						Total
						11

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

⁷²⁹ Ver anexo p. 550.

- a. El primer grabado LR 19000206-2⁷³⁰ fue publicado el 6 de febrero, en la página tres, 2ª columna. Está firmado por M.N.G., y el texto es anónimo. Representa una escena interior doméstico protagonizada por dos sirvientes que llevan recado y respuesta de sus empleadores. Iconográficamente llama la atención el vestuario de ambos sirvientes ya llevan un traje característico de servicio de pantalón oscuro y chaqueta abotonada blanca y el diálogo que mantienen⁷³¹. El interior está esbozado con detalles de un recibidor de la época, como un sofá y cuadros.



Imagen 159. Nota Cómica 40. Fuente: *La Rioja*, 1900.

- b. El grabado LR 19000223-1⁷³² fue publicado el día 23 de febrero, en la página tres, 1ª columna. Está firmado por M.N.G., y el texto es anónimo. Representa una escena del interior de un despacho de inicios de siglo XX, con dos protagonistas masculinos en primer plano. El de la derecha es mayor, robusto y con bigote mostacho, es el jefe del segundo hombre, que ha sido representado tomando notas en un gran libro sentado sobre un taburete. No existe ningún elemento tecnológico representado (como un teléfono) y el estilo de la lámpara es típica de finales del siglo XIX, lo que sitúa en una cronología muy precisa la representación. Tan solo la figura masculina del hombre con bigotes tiene un estilo más caricaturesco que la segunda figura.

⁷³⁰ Ver anexo p. 551.

⁷³¹ Gasca, Luis y Gubern, Román, *El discurso del cómic...*, p. 40.

⁷³² Ver anexo p. 552.

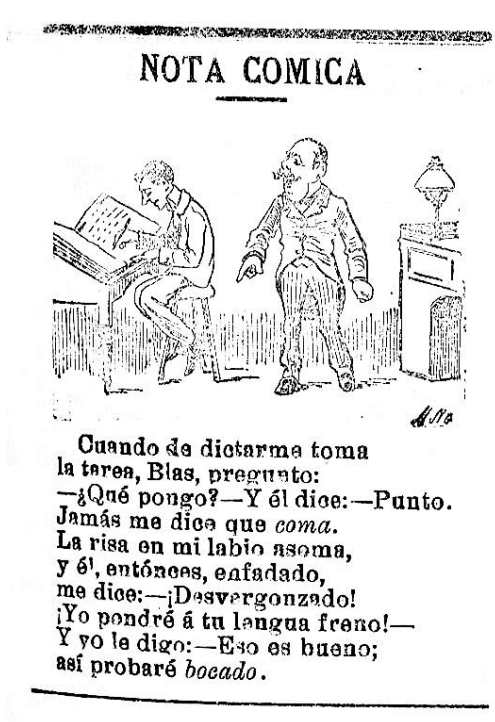


Imagen 160. Nota Cómica 41. Fuente: *La Rioja*, 1900.

- c. El grabado LR 19000310-2⁷³³ fue publicado el día 10 de marzo, en la página tres, 1ª columna. Está firmado por M.N.G., y el texto es anónimo. Representa en primer plano a dos hombres en un escenario exterior. El de la izquierda lleva traje típico andaluz de sombrero que se levanta con la mano derecha, chaquetilla corta, camisa, faja y pantalones a media pierna. El de la izquierda viste sombrero de copa alta, barba y perilla, chaqueta y pantalones oscuros. En segundo plano el dibujante ha dispuesto una ventana en arco de medio punto, un cajón de venta de productos y una pared ornamentada con flores. A ello se añade un esbozo rápido que oscurece y da profundidad a la composición.

⁷³³ Ver anexo p. 553.



Imagen 161. Nota Cómica 42. Fuente: *La Rioja*, 1900.

- d. El grabado LR 19000329-1⁷³⁴ fue publicado el día 29 de marzo, en la página tres, 2ª columna. Firmado por M.N.G., el texto es anónimo. Representa una escena de exterior campestre, donde se sitúan dos personajes masculinos, el primero está con azada labrando la tierra, viste traje de campesino y la expresión de su rostro es de enfado. El segundo viste traje con sombrero hongo, chaqueta, pantalones largos a raya, bigotes y zapatos. Tiene la mano derecha en un bolsillo y con la izquierda saluda al campesino, es un hombre de ciudad que pasea y el diálogo entre ambos surge casualmente solo que en un mal momento para el campesino. En segundo plano se ha esbozado un pueblo y algunos montes en la línea de horizonte.

⁷³⁴ Ver anexo p. 554.



Imagen 162. Nota Cómica 43. Fuente: *La Rioja*, 1900.

- e. El grabado LR 19000530-1⁷³⁵ fue publicado el día 30 de mayo, en la página tres, 5ª columna. Firmado por M.N.G., el texto es anónimo. Representa una escena interior doméstica con mobiliario como sillas y cortinajes, iconografía que reitera en composiciones anteriores el autor. En primer plano hay dos mujeres, una es la dueña de casa y la segunda la sirvienta. Lo podemos comprobar en el vestuario dibujado a cada personaje y el texto, que trata de una reclamación por el pago de salario entre la empleada y la empleadora.



Imagen 163. Nota Cómica 44. Fuente: *La Rioja*, 1900.

⁷³⁵ Ver anexo p. 555.

- f. El grabado LR 19000702-1⁷³⁶ fue publicado el 2 de julio, en la página dos, 4ª columna. Lo firma M.N.G., y el texto es anónimo. Se representa una escena exterior marina, una dársena con barcos de fondo y dos personajes masculinos en primer plano: un hombre vestido de traje regional, con faja, chaquetilla corta, pantalones cortos, alpargatas y sombrero de ala plana estilo andaluz y el segundo viste traje, con chaqueta, pajarita, pantalones oscuros, sombrero tipo hongo y bigotes estilo imperio. Como en ocasiones anteriores, el personaje vestido con traje regional es el que provoca el comentario jocoso o dispuesto a la burla, mientras que el personaje que viste traje (a la moda de principios de siglo XX) suele ser la figura de contrapeso: serio y con más educación. Una línea horizontal en primer plano segmenta la composición en tres franjas, situando a los personajes en la primera, el mástil próximo a los personajes en la segunda y en la tercera franja barcos y gaviotas a la altura de la línea del horizonte. El grabado representa una composición dinámica.



Imagen 164. Nota Cómica 45. Fuente: *La Rioja*, 1900.

- g. El grabado LR 19000711-1⁷³⁷, hace referencia a la temática taurina. Fue publicado el día 11 de julio, en la página dos, 5ª columna y tanto el texto como la imagen son anónimas. Se ha representado una escena en el interior

⁷³⁶ Ver anexo p. 556.

⁷³⁷ Ver anexo p. 557.

de un café, con dos personajes masculinos sentados alrededor de una mesa circular, en primer plano. El de la izquierda está vestido con traje regional (el torero), y el segundo con traje de ciudad a la moda de principios de siglo. En un segundo plano, se han esbozado personajes y mobiliario para ambientar el cuadro representado.



Imagen 165. Nota Cómica 46. Fuente: *La Rioja*, 1900.

- h. El grabado LR 19000712-1⁷³⁸ fue publicado el 12 de julio, en la página dos, 5ª columna. Tanto el texto como la imagen son anónimos y su temática es taurina. Se ha representado a dos personajes masculinos en primer plano: un hombre vestido con traje de torero y otro con traje de ciudad de principios de siglo, en un escenario urbano no precisado. En el segundo plano, se han abocetado personajes y estructuras de edificios. Por el trazo y la forma de esbozo que construye el fondo, podría tratarse de M.N.G.



Imagen 166. Nota Cómica 47. Fuente: *La Rioja*, 1900.

⁷³⁸ Ver anexo p. 558.

- i. El grabado LR 19000829-1⁷³⁹ fue publicado el 29 de agosto, en la página dos, 4ª columna. Texto e imagen son anónimos. Se representa una escena al interior de un estudio fotográfico, con dos personajes masculinos dibujados en primer plano junto a un equipo fotográfico de finales de siglo XIX, compuesto de caja y atril. El grabador nos enseña un modelo profesional de placa que ocupa la mitad de la composición, siendo la protagonista de la escena aunque carezca de un estilo de ilustración científica. La fotografía cuyos inicios oficiales datan de 1839 con el desarrollo del daguerrotipo por Louis Deguarre, avanza en su desarrollo técnico rápidamente hasta la producción de pequeñas máquinas portátiles en 1883 con la aparición de la cámara Kodak. Como dato significativo debemos añadir que en 1880 se registraron 10,000 fotografías oficiales en Estados Unidos de Norteamérica, 7,500 en Gran Bretaña y 6,000 en Alemania⁷⁴⁰. Este grabado presenta al lector uno de los mayores avances de la época, aunque para nuestros actuales cánones tecnológicos no represente más que maquinaria en desuso y una de las profesiones más vanguardistas de la época, aunque no hemos podido constatar un registro oficial de fotografías en España.



Imagen 167. Nota Cómica 48. Fuente: *La Rioja*, 1900.

⁷³⁹ Ver anexo p. 559.

⁷⁴⁰ Lucie-Smith, Edward, *“Artes visuales en el siglo XX”*..., 43.

- j. El grabado LR 19000905-1⁷⁴¹ fue publicado el 5 de septiembre, página dos, 4ª columna. Nuevamente nos encontramos con autores de texto e imagen anónimos. Se ha representado una escena interior dentro de una cafetería, con dos personajes masculinos en primer plano: un cliente con gruesos labios, sentado, vestido elegantemente, y un camarero de pie, con toda indumentaria e iconografía que lo hace identificable (mandil, bandeja y paño para limpiar). El camarero se burla de la característica física que ha destacado el dibujante en personaje sentado: los labios que son un indicativo racial de componente africano aunque no se le ha estereotipado completamente como tal⁷⁴². Tanto por el trazo como por el esbozo de fondo y la utilización de ciertos elementos ya vistos en anteriores grabados como mesas y lámparas, podríamos concluir que el autor es M.N.G., aunque no haya firma visible.



Imagen 168. Nota Cómica 49. Fuente: *La Rioja*, 1900.

- k. Finalmente, dentro de la temática laboral, se ha catalogado el grabado LR 19001004-1⁷⁴³, publicado el día 4 de octubre, en la página dos, 4ª columna. La imagen es anónima, mientras que el texto aparece firmado con el seudónimo de Villabrille, que no ha sido identificado. Se ha representado una escena al interior de un despacho con dos personajes masculinos: uno

⁷⁴¹ Ver anexo p. 560.

⁷⁴² Gasca, Luis y Gubern, Román, *El discurso del cómic...*, p. 56.

⁷⁴³ Ver anexo p. 561.

robusto, sentado tras una gran mesa de escritorio y otro más delgado y enjuto. Hay una proliferación de líneas y rallones que suponemos fueron transferidos desde el cliché tipográfico a la impresión final. Aunque el estilo es muy similar al empleado por M.N.G., en otros grabados. El estilismo de los personajes se aleja de los grabados registrados bajo su firma aunque prevalecen detalles como los interiores: mesas, decoración, ángulo de presentación del segundo plano, etc.

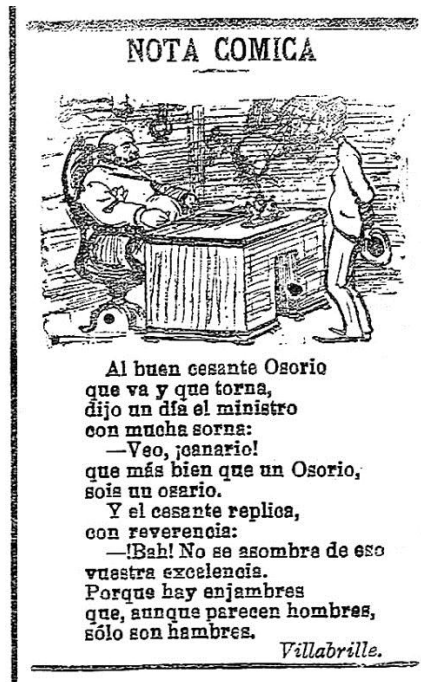


Imagen 169. Nota Cómica 50. Fuente: *La Rioja*, 1900.

5.18.9. Temática de borrachos

Bajo esta temática se publicaron solo tres viñetas cómicas durante el año 1900 y se trata de las catalogadas con las nomenclaturas siguientes: LR 19000215-1, LR 19000315-1y LR 19000818-1. El humor hace referencia a situaciones generadas por borrachos en diferentes contextos: un vigilante nocturno realizando su ronda, un sirviente ebrio o una posible riña entre dos borrachos dentro de una taberna. Este es un estereotipo clásico que apela al humor y no a las connotaciones negativas generadas por la dependencia al alcohol y sus consecuencias sanitarias y sociales. La representación iconográfica implica elementos presentes por lo general este tipo de representaciones de botellas, copas o vasos. En los casos en que estos elementos no se encuentren presentes,

veremos la traducción gráfica de la embriaguez en el cuerpo que se traducen en inclinaciones del eje del tronco del personaje⁷⁴⁴.

Cuadro nº 130. Frecuencia de publicación de temática de borrachos

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	1	1	0	0	0
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	1	0	0	0	0
						Total
						3

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- a. El grabado LR 19000215-1⁷⁴⁵ fue publicado por primera vez el 15 de febrero, en la página tres, 1ª columna. Está firmado por M.N.G., y el texto es anónimo. Representa una escena nocturna en plena calle, con dos personajes masculinos representados en primer plano: uno de ellos es un borracho vestido con traje de centinela y el otro es un hombre con vestimenta informal. El chiste hace referencia a la voz dada por el oficio del sereno y su estado de embriaguez, que el dibujante ha plasmado mediante una línea muy suelta y la curvatura del cuerpo del borracho, tronco inclinado hacia atrás y cabeza echada hacia delante, además de contar con un texto que refuerza la circunstancia concreta en que se halla el personaje principal. La expresividad lograda en el grabado requiere un buen manejo técnico del dibujo y el traspaso a la plancha, de lo contrario sería imposible transmitir la sensación de ingravidez del personaje y el texto carecería de conexión con la imagen.

⁷⁴⁴ Gasca, Luis y Gubern, Román, *El discurso del cómic...*, p. 37.

⁷⁴⁵ Ver anexo p. 561.

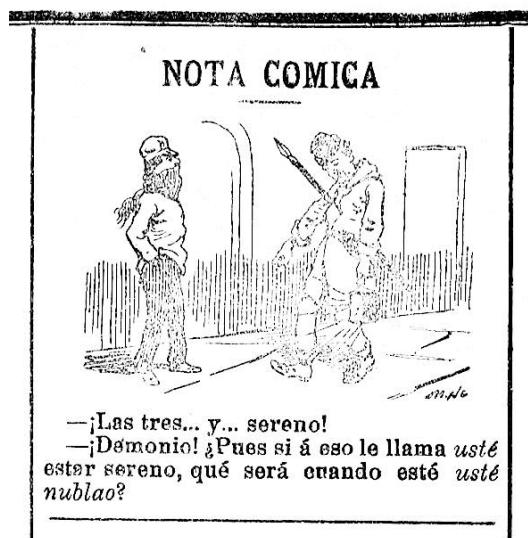


Imagen 170. Nota Cómica 51. Fuente: *La Rioja*, 1900.

- b. El grabado LR 19000315-1⁷⁴⁶ fue publicado el día 15 de marzo, en la página dos, 5ª columna. La imagen ha sido firmada por M.N.G., y el texto por José de Urcullu, quién fue un escritor de dramas, tratados de gramática inglesa, novelas, catecismos y tratados de urbanidad⁷⁴⁷. Representa una escena de interior doméstico con dos hombres en primer plano: el de la izquierda es un sirviente y el de la derecha segundo el dueño de casa. El sirviente se presenta borracho, con cuerpo laxo, cabellos despeinados y en traje de servicio. El dueño de casa se ha representado con el brazo derecho en movimiento, vestido con abrigo. Ambos personajes están de perfil. En segundo plano, vemos ambientación típica de M.N.G.: sillas, cuadros, consola con espejo y cortinajes.

⁷⁴⁶ Ver anexo p. 563.

⁷⁴⁷ Ferraras, Juan Ignacio, *Catálogo de novelas...* p. 408.



Imagen 171. Nota Cómica 52. Fuente: *La Rioja*, 1900.

- c. Por último, el grabado LR 19000818-1⁷⁴⁸, fue publicado el día 18 de agosto, en la página dos, 5ª columna. Tanto el texto como la imagen son anónimos y representan una escena al interior de una taberna, con dos personajes masculinos borrachos en el primer plano: el de la izquierda sentado y el de la derecha de pie y con el cuerpo laxo, tronco inclinado, cabeza adelantada, características similares a las utilizadas en el primer grabado catalogado bajo esta temática y firmado por M.N.G. En el segundo plano han sido esbozados elementos iconográficos típicos de una taberna: un mesón con banqueta y la barra con botellas. Ambos personajes visten trajes de obreros lo que sitúa la escena en un ambiente urbano.

⁷⁴⁸ Ver anexo p. 564.



Imagen 172. Nota Cómica 53. Fuente: *La Rioja*, 1900.

5.18.10. Temática de emigración

Bajo esta temática solo se ha catalogado una viñeta cómica, la LR 19000618-1⁷⁴⁹. Publicada el día 18 de junio, página dos, 4ª columna, el grabado ha sido firmado por M.N.G., y el texto es anónimo. La imagen representa a dos personajes masculinos de pie hablando en primer plano: uno es un militar y el otro es un civil que retorna desde Argentina. El texto ha intentado reproducir el acento y trata sobre los altos niveles de vida que algunos emigrantes conseguían. Esta viñeta tiene su correlato en los movimientos migratorios que hemos detallado anteriormente en el capítulo II, hacia América. Según Juan Antonio García Sánchez la primera preferencia de los emigrantes riojanos era Argentina, aunque el tipo de acento que imita el texto de la viñeta es también característico de Paraguay y Uruguay, países que también fueron receptores de esta población⁷⁵⁰. Se ha mencionado igualmente el importante papel dinamizador en la economía y la educación, siendo mucho más patente en el plano educativo en la zona de los Cameros, región que contaba con las más altas tasas de alfabetización de La Rioja⁷⁵¹.

⁷⁴⁹ Ver anexo p. 565.

⁷⁵⁰ García Sánchez, Juan A, *La Rioja y los riojanos en Chile...*, p. 64.

⁷⁵¹ Zapater Cornejo, Miguel, "Escuelas de Indios en La Rioja...", pp. 195-208 y del mismo autor véase "Notas sobre la historia escolar del Camero Viejo...", pp. 42-47 y Somalo, Somalo, Casimiro, "El viaje de los sueños...", p. 71.



Imagen 173. Nota Cómica 54. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 131. Frecuencia de publicación de temática de emigración

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	1
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
						Total
						1

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

5.18.11. Temática religiosa

Bajo esta temática se ha catalogado un solo grabado, el LR 19000629-1⁷⁵². Fue publicado el día 20 de junio, página tres, 1ª columna. El grabado está firmado por M.N.G., y el texto es anónimo. Se han representando tres personajes masculinos: dos civiles y uno religioso en primer plano. El texto hace referencia a la donación simbólica que entrega uno de los personajes al fraile en un plato de oro, y cómo el fraile astutamente devuelve el pienso y pretende quedarse con el objeto de más valor. Los dos personajes masculinos legos visten jubón, medias y golilla además de poseer detalles que los caracterizan como personajes independientes. Esta indumentaria situaría la

⁷⁵² Ver anexo p. 566.

escena en un contexto histórico alejado de la fecha en que se publicó la viñeta, distante de cualquier situación contingente con clero.



Imagen 174. Nota Cómica 55. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Cuadro nº 132. Frecuencia de publicación de temática religiosa

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	0	1
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	0	0	0	0	0	0
						Total
						1

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

5.18.12. Temática económica

Bajo esta temática se han catalogado tres viñetas cómicas: LR 19000520-1, LR 19000619-1 y LR 19000714-1, haciendo referencia a una variedad de situaciones que hacen referencia a la pérdida del dinero o su ganancia.

Cuadro nº 133. Frecuencia de publicación de temática económica

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Frecuencia	0	0	0	0	1	1
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frecuencia	1	0	0	0	0	0
						Total
						3

Fuente: *La Rioja*, 1900, elaboración propia.

- a. El primer grabado, LR 19000520-1⁷⁵³, fue publicado el 20 de mayo, página dos, 5ª columna y es anónimo. Su texto aparece firmado por Antonio de Gironella (Antonio de Gironella y Aygulas, 1789-1855), escritor de novelas y dramas de Barcelona⁷⁵⁴. Se representa en estilo realista, en primer plano, una berlina con caballo y un hombre conduciéndola. El dibujante tiene gran dominio técnico al representar el caballo en perspectiva y simular la representación del movimiento mediante la posición de las patas, crines y la polvareda que ha intentado plasmar entre las patas, las ruedas y las curvas que describe el látigo. La plasmación del movimiento tiene su antecedente histórico en la técnica de la cronofotografía (1882) con el fisiólogo francés Etienne-Jules Marey, quién descomponía en planos secuenciales el movimiento del vuelo de aves, animales y humanos⁷⁵⁵. Esta plasmación de las fases del movimiento continuó su trayectoria en las artes plásticas con el movimiento Futurista y la descomposición en varios planos de un movimiento⁷⁵⁶. La reproducción del movimiento no fue ajena a los grabadores, dibujantes e ilustradores, quiénes a su vez buscaron nuevas soluciones formales acordes a las técnicas de representación utilizadas, como es el caso de este grabado tipográfico⁷⁵⁷. En segundo plano, y siguiendo la estilística presentada por M.N.G. (aunque su autoría no esté confirmada en este grabado), dos hombres abocetados con contornos de foresta. Ambos personajes son los que realizan el diálogo sobre el personaje que conduce la berlina y que estaría en la bancarrota, representado iconográficamente con atributos que lo sitúan en esta posición social como el sombrero de copa, el traje y el carro⁷⁵⁸.

⁷⁵³ Ver anexo p. 567.

⁷⁵⁴ Ferraras, Juan Ignacio, *Catálogo de novelas...*, p. 177.

⁷⁵⁵ Etienne-Jules Marey (1830-1904, Francia) fue médico, fisiólogo, biomecánico e inventor en 1882 de la cronofotografía que constituyó la base técnica para desarrollar la cámara cinematográfica. Para más información y la consulta ver: [http://www.musee-orsay.fr/es/eventos/exposiciones/archivos/exposiciones-archivos/browse/9/article/mouvements-de-lair-etienne-jules-marey-1830-1904-photographe-des-fluides-4216.html?tx_ttnews\[backPid\]=252&cHash=56192a17bf](http://www.musee-orsay.fr/es/eventos/exposiciones/archivos/exposiciones-archivos/browse/9/article/mouvements-de-lair-etienne-jules-marey-1830-1904-photographe-des-fluides-4216.html?tx_ttnews[backPid]=252&cHash=56192a17bf). Consulta realizada el 25 de junio de 2014; Johnson, S. William, Rice, Mark, Williams, Carla, *"A History of Photography"*, Cologne, 1999, Taschen, pp. 298-301.

⁷⁵⁶ Lucie-Smith, Edward, *"Artes visuales en el siglo XX"*..., pp. 93-94.

⁷⁵⁷ Gasca, Luis y Gubern, Román, *El discurso del cómic...*, p. 185.

⁷⁵⁸ *Ibidem*, pp. 59-60.

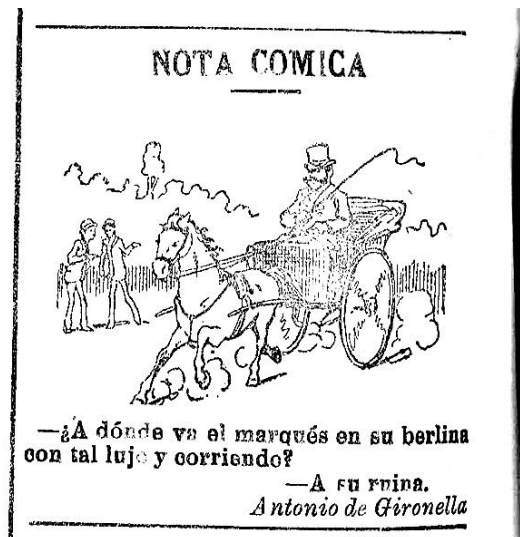


Imagen 175. Nota Cómica 56. Fuente: *La Rioja*, 1900.

- b. El grabado LR 19000619-1⁷⁵⁹ fue publicado el día 19 de junio, en la página dos, 5ª columna. La imagen es anónima, mientras que el texto ha sido firmado por José Robles. Representa en primer plano a un campesino de pie, en el interior de una oficina, donde se han representado a dos funcionarios en segundo y tercer plano respectivamente, sentados en mesas. La temática nos habla de los permisos que se debían solicitar y pagar para realizar la matanza de un cerdo y juega con el malentendido de palabras. La imagen del personaje en primer plano tiene un estilo más caricaturesco que se puede apreciar en la desproporción de la cabeza. Por otra parte, la composición queda dividida en dos planos mediante una diagonal que se dibuja a partir de las mesas. Aunque no hay autoría del grabado, podría tratarse de M.N.G., ya que se reiteran recursos visuales: división del espacio mediante una diagonal y sombreado en tercer plano para conferir peso a la composición.

⁷⁵⁹ Ver anexo p. 568.



Imagen 176. Nota Cómica 57. Fuente: *La Rioja*, 1900.

- c. Finalmente, el grabado LR 19000714-1⁷⁶⁰ fue publicado el 14 de julio, página dos, 5ª columna. Tanto la imagen como el texto son de autoría desconocida y representan en primer plano a tres personajes masculinos, hablando en medio de un paraje con árboles. Su vestimenta es de ciudad y la temática de la conversación trata sobre pérdidas económicas y personales. Como es habitual en este tipo de humor, si bien la temática corresponde a lo económico, el juego de palabras y malos entendidos son el motor que genera la comicidad en las situaciones representadas. El texto intenta transcribir el acento del sur, aunque no hay iconografía que nos indique la procedencia. En segundo plano se han abocetado árboles y parterres. Destaca el movimiento de las figuras masculinas, que puede apreciarse en detalles como la inclinación del personaje de la derecha, la inmovilidad del personaje central (que está dibujado con las manos en los bolsillos y traje oscuro), y el personaje de la izquierda, que adelanta un pie y mano derecha.

⁷⁶⁰ Ver anexo p. 569.

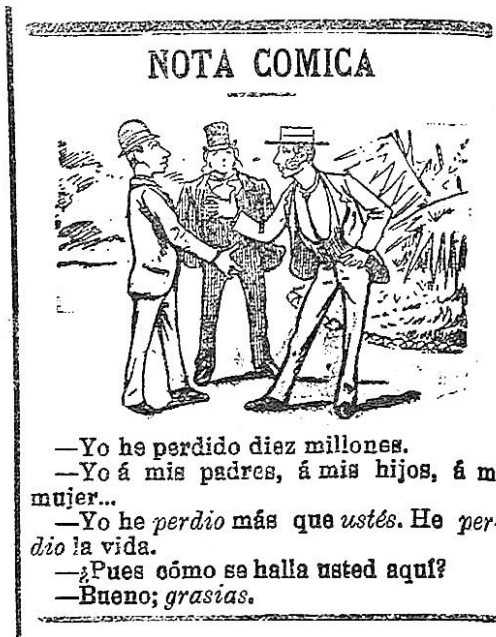


Imagen 177. Nota Cómica 58. Fuente: *La Rioja*, 1900.

Con el análisis de esta categoría de grabado, damos por concluido el análisis de los grabados tipográficos publicados en el diario *La Rioja* durante el año 1900. Esta categoría bajo un título tan inocente encierra más contenido social que la mayor parte de la imagería analizada en el resto de grabados tipográficos utilizados en la publicidad, debido a que revela por una parte aquellos estamentos a los cuales desde la dirección del periódico no se quería mencionar, como lo son el político y religioso y por otro abre una puerta a los usos y costumbres de la época reflejados en vestimenta, las escenas representadas e incluso el objetivo del humor. Todos estos elementos cobran sentido si los analizamos dentro de las claves de su época, esto es, si los dotamos de sus respectivos códigos que permitan al lector actual interpretar el sentido de ciertas acepciones y temáticas que en su tiempo fueron consideradas como cómicas.

6. Conclusiones

A través del desarrollo de la ficha de catalogación de grabados tipográficos y la posterior catalogación de los periódicos editados en los años 1889 y 1900 del diario *La Rioja*, se constata que la incorporación de la imagen en la publicidad y a través de las viñetas cómicas, adquiere preminencia y un crecimiento exponencial a medida que transcurre una década desde el año de fundación hasta su consolidación como diario de empresa.

Esta abundancia de información visual se concreta en el aumento de la publicidad que emplea grabados tipográficos. En 1889 fueron publicados un total de 636 en tanto que en 1900 esta cifra se eleva a 3.694. El aumento de la publicidad literal y gráfica en *La Rioja* tras 10 años de edición ininterrumpida permitió la construcción de un edificio y un teatro anexo a éste que albergó las oficinas administrativas y talleres con nueva maquinaria importada desde París.

El incremento de los grabados tipográficos utilizados en publicidad y viñetas cómicas puede explicarse debido una serie de factores sociales y económicos. Por una parte encontramos que durante el período estudiado se eleva el número de habitantes de Logroño y la provincia producto de la llegada de personal administrativo y de servicios

que provienen tanto de los pueblos como de otras provincias, así como de miembros del ejército debido a la construcción de nuevos emplazamientos militares como son cuarteles de caballería. Por otra parte, las tasas de mortalidad infantil y adulta mejoraron como resultado del saneamiento de la capital y de los tres planes de reforma urbanística acometidos por el Ayuntamiento de Logroño y que se centró en la zona con más alta densidad poblacional, esto es, el Casco Antiguo. Estos planes se tradujeron en el derribo de callejones, apertura de nuevas calles, instalación del alcantarillado, de agua potable y de electricidad.

Al aumento de población se añade el factor educativo, ya que el número de población alfabetizada se eleva como consecuencia de la construcción de nuevas escuelas tanto en la capital como en los pueblos. Muchas de estas nuevas instituciones son financiadas por emigrantes riojanos que tras alcanzar el éxito económico se organizan para realizar labores de misantropía en sus pueblos de origen. Esta labor educativa que se inicia en el último tercio del siglo XIX repercute directamente en el siglo XX en la cantidad de lectores de *La Rioja*.

A tenor de la primera fase de emigración descrita en apartado de población, hacia América en el último tercio del siglo XIX, la actividad industrial y económica se reactiva tras el retorno de estos habitantes. La introducción de nuevos capitales revierte en la fundación de nuevas fábricas y comercios como por ejemplo la fábrica de conservas Trevijano, quién además construye una escuela para niños y niñas en Logroño. La ciudad crece con la construcción de nuevas zonas residenciales, lo que generó nuevas demandas asociadas a este grupo y que se tradujeron en el comercio de pianos, vestuario, mobiliario, aseguradoras, entre otros tipos de productos que pasaremos a revisar.

La estabilidad política tanto a nivel municipal como provincial con el partido Liberal y Sagasta como su dirigente político, implicó una puesta en marcha de considerables mejoras a nivel industrial y de infraestructuras materializadas en el sector de la construcción con el emplazamiento de la fábrica de tabacos o la disposición de personal militar en la ciudad, por ejemplo. Todas estas inversiones generaron un movimiento económico que dio lugar a la creación nuevos puestos de trabajo y a la demanda de determinados servicios como son las sastrerías o los maestros

guarnicioneros que se anuncian utilizando publicidad acompañada de grabados tipográficos.

Asociadas a este desarrollo industrial y económico, la industria del vino experimentó una gran transformación a consecuencia de la llegada de capitales franceses, lo cual generó nuevas dinámicas productivas propiciando la llegada del tendido ferroviario. La construcción del tren atrajo población obrera y capital financiero, así como la posibilidad de hacer llegar las mercancías producidas en la región con mayor rapidez a otros puntos de la geografía incrementando el comercio de productos locales. Testigos de estos dos sucesos son los grabados tipográficos que anuncian las fiestas de Calahorra con el programa de festejos de las corridas de toros y el horario del tren, así como los diferentes anuncios catalogados bajo el epígrafe agrícola y que hacen referencia a la venta de sulfatadoras o barricas de vino.

No menos importante es el hecho de que *La Rioja* fue un periódico que no tenía a nivel provincial una gran competencia en la captación de un público lector. Hemos mencionado en el apartado que analiza *La Rioja* y otras publicaciones de tipo regionalista que entre los años 1879 y 1902 se crearon 50 nuevas cabeceras de las cuales 33 tuvieron su sede en Logroño. La prensa que se editaba en esta época estuvo constituida por boletines oficiales, publicaciones parroquiales, profesionales o periódicos semanales con una marcada línea política y religiosa. En este sentido, la aparición de *La Rioja* ofreció una prensa libre de cualquier tendencia política cuyo único interés fue ofrecer información parcial y objetiva del acontecer regional y nacional, tal como señala en su Prospecto Francisco Martínez Zaporta, su fundador.

Todas las condiciones antes descritas posibilitaron que ante la oferta del medio hubiese una demanda de lectores. La sostenibilidad de un público lector generó a su vez la inclusión de publicidad, único elemento del periódico, aparte de las viñetas cómicas, que utiliza imágenes, prescindiendo en ambos años estudiados de grabados tipográficos que ilustrasen noticias, reportajes o fotografías ya usuales en la prensa de la época.

En relación a los grabados tipográficos, se ha verificado que su uso en publicidad aumenta al mismo ritmo que la variedad de productos y comercios publicitados. Si en el año 1889 se han dividido las categorías en 10 tipologías diferentes para el año 1900 estas

ascienden a 17, aumentando de igual forma la frecuencia de publicación de los grabados tipográficos a lo largo del año.

En cuanto a los grabados tipográficos publicados en el periódico *La Rioja* se concluye que cumplieron una doble función a nivel semántico. El primero fue ilustrativo y su objetivo fue reforzar al texto que compone la publicidad, lo cual se traduce en imágenes que no son realistas y que actúan como alegorías o como una forma de captar la atención del lector a través de composiciones llamativas, representación de escenas emotivas, etc. La segunda función fue instructiva, esto es, mostrar con cierto grado de veracidad el objeto representado a través de una ilustración de estilo científico cuyo objetivo fue enseñar de forma concisa aquello que se ofertaba o su forma de utilizarlo ya fuese en el cuerpo o en un objeto. A este tipo de grabados corresponderían las imágenes de maquinaria agrícola o las de prótesis por ejemplo.

Los grabados tipográficos tienden a las representaciones que utilizan la perspectiva cónica, lo que indica que el objetivo era reproducir imágenes de estilo realista aunque no necesariamente naturalistas. El estilo realista, reproduce la realidad en tanto representa el objeto o persona tal y como es, permitiéndose el grabador licencias en cuanto al grado de detalles reproducido pero que no influyen en el espectador a la hora de reconocer aquello que le es presentando mediante la representación bidimensional. Aunque algunos grabados no son de estilo realista, la representación del espacio se realizó mediante la perspectiva cónica como es el caso de las viñetas cómicas. Fueron muy pocos los grabados tipográficos cuya representación se realizó mediante una perspectiva frontal, caracterizada por la ausencia de profundidad y cuyos ejemplos los podemos apreciar en los grabados tipográficos que reproducen bicicletas.

En cuanto a la representación de figuras humanas encontramos gran variedad de tipos humanos: niños y niñas, mujeres y hombres adultos así como ancianos. En lo referente a la imagen de niños y niñas se localizan preferentemente dentro del apartado de anuncios médicos para reforzar el texto publicitario que da cuenta de milagrosas recuperaciones tras las ingestas de píldoras, tónicos o reconstituyentes. También los encontramos representados en las viñetas cómicas, aunque solo a niños y en situaciones de humor inocente.

En la representación femenina no existe una utilización de la imagen erotizada ya que los roles representados en los anuncios médicos, donde son más abundantes, y en el resto de grabados tipográficos, fueron los de dueñas de casa, matronas y jóvenes en edad de crecimiento. Solo hay un grabado tipográfico que sienta precedente al representar una escena de interior de una sastrería con un hombre y una mujer trabajando juntos y es el LR 1900010-1. En las viñetas cómicas estos roles son diferentes pues muestran diferentes estatus sociales: desde amas de casa burguesas hasta planchadoras, jóvenes y niñas aunque siempre asociadas bajo el prisma conservador y centrado en el ámbito doméstico o de servicios considerados apropiados según el rango social representado.

La representación de la figura masculina por el contrario es variada y alejada de los tópicos que acompañan a la representación femenina. Se representan todos los tipos sociales y ocupaciones profesionales. Los espacios no se limitan al ámbito doméstico, se diversifican a través de cafeterías, espacios públicos, centros de trabajo o en el caso en que se representen como figuras aisladas a modo de retratos, se les dota de profesiones concretas y con un prestigio asociado a ellas.

Desde el punto de vista técnico, la mayor parte de los grabados tipográficos publicados son genéricos, lo que quiere decir que se vendían junto a juegos tipográficos. No hay constancia de grabadores en el taller de *La Rioja* debido a la falta de documentación.

En referencia a los destinatarios de la publicidad, estos fueron preferentemente los estratos sociales económicamente más solventes en el período de 1889. Durante el año 1900 se consta que el público se amplió a otros sectores sociales, tal y como lo demuestran los anuncios de las compañías navieras. Estos anuncios representaron durante el año 1889 un 8,3% con una frecuencia de publicación de 53 anuncios elevándose en 1900 a un 21,2% con una frecuencia de publicación de 782 anuncios. Aumentan igualmente en 1900 la cantidad de compañías navieras que ofertan sus servicios con representantes en Logroño, Haro y algunas cabeceras de comarca. Este crecimiento se explica por las políticas de defensa, que obligaban a los jóvenes a ingresar al ejército en una década marcada por la pérdida de las colonias ultramarinas y por el estado de la economía local y nacional afectada por una grave crisis agrícola. En

La Rioja esta crisis agrícola estuvo marcada por la plaga de la filoxera y la pérdida de los viñedos, lo que se tradujo en una emigración masiva hacia el continente americano al perderse numeroso puestos de trabajo directos e indirectos.

La publicidad médica estuvo presente desde el año 1889 con un equivalente al 11% del total de anuncios, lo que se traduce en 70 anuncios editados a lo largo del año. Durante el año 1900 se constata un aumento explosivo de esta oferta con un 31,4% del total y una frecuencia de publicación de 1.161 anuncios. Este aumento tiene su precedente en las altas tasas de mortandad infantil que afectaba a España y en la región con un media de un 18% según los autores consultados. Los grabados tipográficos que ilustran los anuncios de medicinas o servicios relacionados buscaban un efecto emotivo en el lector utilizando dos vías que se complementaban entre sí: por un lado el texto literal que enumera una serie de dolencias o que tomaba la forma de una carta testimonial; y por otra, la imagen que venía a consolidar aquello que el texto ofrecía al lector mediante imágenes de niños, mujeres y hombres representados en estado saludable o con alguna dolencia especificada en el texto. Son muy pocos los grabados tipográficos que se limitan a cumplir una función ilustrativa, un ejemplo lo podemos encontrar en los anuncios de dentistas.

El consumo de estos productos médicos también tiene su correlato en la capacidad adquisitiva de los lectores de *La Rioja*, puesto que muchos de estos productos no son bienes de consumo de primera necesidad. Durante el año 1889 se ofertaron pocos productos destinados al consumo medicinal siendo en su mayor parte reconstituyes. En 1900 se observa una proliferación de estos reconstituyentes de diversas marcas comerciales y servicios médicos personales, en gran parte dentistas que utilizaron una iconografía similar. Además de este tipo de medicinas también se han catalogado anuncios con medicamentos que trataban enfermedades venéreas.

No era extraño que las publicaciones de tirada nacional se publicitaran en otros periódicos y sobre todo en aquellos medios que tuvieran un buen nicho de lectores que asegurasen la efectividad de la inversión publicitaria. Es así como podemos comprobar que en 1889 solo se catalogó un anuncio de prensa representando un 1,10% correspondiente al propio diario *La Rioja*. En este anuncio se ofertó la publicación de esquelas, en tanto que en 1900, tras 10 años de publicación ininterrumpida, la cifra se

elevó a 24 anuncios, un 0,7% del total de anuncios que incluye publicidad de otros dos medios de prensa de la época.

Los anuncios catalogados como privados corresponden a esquelas de adultos e infantiles. También se constata un aumento en la frecuencia de publicidad de este tipo de anuncios representando en 1889 un 6,13% del total, el equivalente a 39 publicaciones en tanto que en 1900 fue de 3% con un total de 112 anuncios. En cuanto a los modelos de grabados tipográficos utilizados, éstos se diversificaron utilizándose dos modelos en 1889, uno para esquelas de adulto y otro para esquelas infantiles mientras que en 1900 se catalogaron un total de 5 modelos: dos para adultos y tres para niños.

En la categoría de vestuario el crecimiento es igualmente explosivo. En 1889 representan un 0,31% con dos anuncios publicados, en tanto que en 1900 representan un 8,8% con una frecuencia de publicación total de 326 anuncios. Se amplían los anunciantes cuyos comercios se establecieron en Logroño como consecuencia del aumento de la población que experimentó la ciudad con 19.237 habitantes censados, al mismo tiempo que la cantidad de habitantes con mayor capacidad adquisitiva. Aparecen nuevos comercios destinados al público femenino con anuncios que llevan el nombre de sus propietarias y que corresponden a corseterías y sombrererías. Estos últimos además se anuncian en la primera página de *La Rioja*.

Los anuncios de vinos y licores en 1889 representan el 4,6% con un total de 29 anuncios correspondiente al mismo anunciante. En 1900 esta cifra disminuye a 0,3% con una frecuencia de publicación de 12. En ninguno de los períodos analizados se trata de vino o destilados cuyo origen fuera regional a pesar de la fuerte inversión que a partir de la segunda mitad del siglo XIX supuso para la industria del vino la llegada de capitales franceses y el aumento de la superficie de plantación del viñedo.

La categoría de higiene y cosmética representa en 1889 un 5,03% con una frecuencia total de 32 anuncios publicados. En 1900 esta cifra aumenta a un 4,5% con una frecuencia de publicación de 165 anuncios. En 1889 solo se anunciaron dos fabricantes en tanto que en 1900 la cifra se eleva a tres, apareciendo depilatorios femeninos y enjuague bucales. El público masculino también estuvo presente con tónicos para recuperar el cabello en ambos períodos.

La categoría de alimentación en 1889 representa un 5,3% con una frecuencia de publicación de 30 anuncios. Durante 1900 representa el 1,3% con una frecuencia de publicación de 48 anuncios publicados. En ambos períodos el anunciante fue Nestlé, que utilizó en su publicidad dos grabados tipográficos diferentes. Que no se hayan catalogado anuncios con productos alimentarios locales no es indicativo de la ausencia de este tipo de fabricantes, ya que una de las industrias florecientes desde el último tercio del siglo XIX fue la agrícola y sus derivados como los productos conserveros.

En cuanto a la categoría agrícola se observa una constancia en la presencia de anuncios que utilizan grabados tipográficos, siendo la iconografía utilizada instructiva, ya que su función es mostrar el objeto o su uso. En el año 1889 constituyen la categoría más numerosa de anuncios con un 40,4% del total y una frecuencia de publicación de 257 anuncios. En el año 1900 representan solo un 7,4% con una frecuencia de 272 anuncios publicados. La cifra sube ligeramente aunque la representatividad disminuye en relación a otros anuncios como los de tipo médico o de compañías navieras a lo largo del año 1900. No obstante, se incorporan nuevos productos como las pulverizadores para la vid. Fue en el año 1900 cuando se decretó oficialmente la invasión de la plaga de la filoxera en la provincia con unas 50.000 hectáreas afectadas según los autores consultados, lo que generó una demanda creciente de este tipo de productos.

En 1889 se publicaron varios anuncios de venta de Pianos y Armonius correspondientes a Viuda de Conrado García e hijo. Esta categoría no se encuentra presente en el año 1900 siendo testimonio de una época en que se registró en la región un aumento de capitales producto del regreso de emigrantes, la inversión de capitales franceses en la industria del vino y el florecimiento de industrias auxiliares derivadas como las fabricas de toneles y barricas, la construcción urbana, de fabricas y el tendido ferroviario. Representaron un 18,30% con una frecuencia de publicación de 117 anuncios. La expansión de la ciudad y la construcción de nuevas viviendas que cumplieran con los requerimientos de los nuevos comerciantes e industriales requirieron ciertos elementos de confort y prestigio asociados a la clase social que representaban. La música cumplía una doble finalidad ya que formaba parte de una educación refinada, dirigida a niños y niñas y mujeres y por otra, proporcionaba momentos de ocio. Ambas

características no estuvieron presentes en la educación de niños obreros o de clase media, debido al coste monetario de estos instrumentos y su aprendizaje.

A partir de 1900 como ya hemos mencionado, se amplió la cantidad y variedad de publicidad que utiliza grabados tipográficos en *La Rioja*, siendo las nuevas categorías las siguientes:

Las aseguradoras representan el 5,1% del total de anuncios publicados en 1900, con una frecuencia de publicación de 189 anuncios y cinco diferentes compañías. Su presencia es significativa e incluye empresas tanto nacionales como internacionales con representantes en Logroño y las cabeceras de comarca, lo que testimonia el desarrollo industrial que comienza a registrarse a finales del siglo XIX, ya que es al sector industrial y al agrícola al cual estaban dirigidas las pólizas principalmente.

Los anuncios de coches y bicicletas representan un 1,2% con una frecuencia de publicación de 45 anuncios y tres diferentes anunciantes. La oferta de este tipo de productos obedece a la presencia de un grupo social que cuenta con capitales para la compra de productos que no son de primera necesidad y que corresponde a los comerciantes e industriales establecidos en la región. Esta tipología marca el cambio del vehículo de tracción animal al de motor, ya que anunciaban la venta de tipos de coches tirados por caballos de segunda mano.

Los anuncios que utilizaron grabados tipográficos en el sector de relojerías, óptica y electricidad también tienen su base en un aumento de la demanda de objetos decorativos y joyas. Representaron un 2,5% del total de anuncios con una frecuencia de publicación de 91. Al existir un nicho con capacidad adquisitiva para destinar parte de sus ingresos a estos bienes suntuarios se verifica una proliferación de comercios dedicados a este género comercial.

Los anuncios de muebles tuvieron una representación de un 5,6% con 208 anuncios publicados. Todos los anunciantes tienen su sede en la región y entre ellos encontramos a La Industrial o Cocinas sistema Estefanía que conformaron parte del nuevo tejido industrial que surgió a finales del siglo XIX y que dio paso a los cambios señalados en

la fisonomía de la ciudad y en la demanda de nuevos productos como los seguros sobre la propiedad.

Los anuncios catalogados como material de oficina representan el 3,3% con una frecuencia de publicación de 121 anuncios y corresponden a dos fabricantes de sellos. La cantidad de anuncios tiene su correlato en el aumento de la demanda de industrias y comercios que requieren estos servicios. Un ejemplo de ello lo encontramos en el grabado de la Sombrería Dulín catalogado como LR 19000516-1 y que fue confeccionado no solo como grabado tipográfico para los anuncios en prensa, sino también como sellos para facturas y cartas comerciales.

La categoría de sillas de montar representa un 1,8% con una frecuencia de 66 anuncios en 1900. En 1889 no se publican anuncios tipográficos de este tipo pero sí literales. El caballo era el medio de transporte habitual en esta época además de ser una herramienta de trabajo del agricultor. Su presencia en prensa también obedece a que la ciudad tuvo alojado un cuartel de caballería junto a otras construcciones militares que en la zona de expansión de la ciudad a partir de la segunda mitad del siglo XIX y que viene aparejada de la inversión en obras públicas llevadas a cabo bajo el gobierno de Sagasta.

Por último en la categoría de viñetas cómicas publicadas durante 1900 se constata que las temáticas tratan y encarnan situaciones contingentes y literales, lo que las hace aptas a todo tipo de lectores. Ninguno de los grabados tipográficos publicados fueron susceptibles de censura o de algún tipo de multa, ya que prescindían de cualquier referencia política o religiosa. Muchas de las viñetas tienen un estilo de decoración y vestuario más cercano al siglo XIX que al XX, lo que puede deberse a que son piezas reutilizadas cuyo origen es desconocido.

La mayor parte de estos grabados tipográficos son anónimos, pero dado el estilismo del trazo, la forma de componer el espacio y resolver plásticamente claros y sombras podría tratarse de dos o tres diferentes autores. La única firma identificada corresponde a M.N.G quedando las iniciales hasta la fecha sin identificar de entre los autores de mediados del siglo XIX y principios del XX consultados.

En cuanto a los textos que acompañan los grabados tipográficos se han catalogado diversos autores, muchos de ellos firman con seudónimos y otros con sus iniciales. Otros tantos son anónimos. De los autores que firman los textos identificados se ha confirmado que mantuvieron una estrecha relación con los medios de prensa de la época.

La ausencia de autores identificados tanto para los grabados tipográficos catalogados y los de texto obedece a una carencia de estudios específicos en el área y a la falta de documentación administrativa de la época en *La Rioja*. Esta situación probablemente será frecuente en otros medios de prensa, ya que no consideran sus archivos administrativos como documentos históricos. En el caso particular de *La Rioja* fueron destruidos tras sucesivos cambios de sedes.

El desarrollo de la ficha de catalogación presentada en esta tesis, permite su aplicación a otros medios de prensa indistintamente de la época de publicación, región o país. La tarea de catalogación tiene como objetivo crear una base de datos accesible a todos los investigadores y elaborar un catálogo razonado que dé cuenta de la primera impresión del grabado tipográfico así como los diferentes medios en los cuales fue publicado. Esta información podría facilitar la identificación de los grabadores, sus influencias, trayectoria profesional y producción, conformando un entramado historiográfico en un área que muestra una carencia de estudios específicos. Por otra parte, la producción plástica podría ayudar a otras áreas de investigación como el económico o social, ya que las imágenes que los grabados tipográficos nos transmiten pertenecen a un contexto histórico delimitado por sus propios códigos culturales que de no ser rescatados quedarán sumidos en el olvido, perdiéndose una parte valiosa de la cultura que las generó.

7. Fuentes y Bibliografía

ARCHIVOS

Archivo Municipal de Logroño (AML),

- Expediente de obras mayores, 1912-1916, archivo nº 7, ABAMAL 112/7.
- Expediente 493/1.
- Expediente AML 259
- Expediente AML 493/12.
- Expediente de obras mayores. 1912-1916, archivo nº 7.
- ABAML 112/7.

Archivo Histórico Provincial de Logroño (AHPL)

- Fajo nº 0594, Fondo Instituto Sagasta.
- Fondo de auto protocolos notariales de Plácido Aragón, 4º libro.

PRENSA CONSULTADA

Diario *La Rioja*.

Gaceta de Madrid.

Boletín Oficial del Estado.

La Correspondencia de España.

Madrid Cómico.

ABC.

Almanaque Bailly-Bailliere

BIBLIOGRAFÍA

Alcaraz Quiñonero, Joaquín, “La prensa gráfica murciana en el siglo XIX” en *Anales de historia contemporánea*, Murcia, Universidad de Murcia, nº 12, pp. 551-560.

Almuiña Fernández, Celso, -“Fondos y metodología para el análisis de la prensa local”, en *Fuentes y Métodos de la Historia local*, Zamora, Instituto de Estudios Zamoranos “Florián de Ocampo”, 1991, pp. 389-399.

- “La prensa regional y provincial autónoma de Castilla y León”, en *La prensa española durante el siglo XIX. I Jornadas de especialistas en prensa regional y local*, Almería, Instituto de Estudios Almerienses, 1987, pp. 13-23.
- “Opinión Pública y revolución liberal” en *Cuadernos de Historia contemporánea*, Madrid, Universidad Complutense de Madrid, nº 24, 2002, pp. 81-104.

Alonso Castroviejo, Jesús Javier, “*Problemática agraria y solución burguesa. Logroño 1750-1833*”, Logroño, 1991, Gobierno de La Rioja, Instituto de Estudios Riojanos.

Álvarez Gila, Oscar y Tápiz Fernández, José María, “Prensa nacionalista vasca y emigración a América (1900-1936)” en *Anuario de Estudios Americanos*, Sevilla, Escuela de Estudios Americanos, nº 1, Vol. 53, 1996, pp. 233-260.

Arbaiza Villalonga, Mercedes, “Movimientos migratorios y economías familiares en el norte de España (1877-1910)” en *Revista de Demografía histórica*, Madrid, Asociación de Demografía Histórica, nº 12-113, Vol. 12, 1994, pp. 93-124.

Bermejo Martín, Francisco y García Arriaga, María Luisa, “Ayuntamientos de la Restauración: políticos y presupuestos” en Sesma Muñoz, José A., (Coord.), *Historia de la ciudad de Logroño*, Logroño, Ibercaja y Ayuntamiento de Logroño, Vol. 5, 1994, pp. 55-76.

Bermejo Martín Francisco y Delgado Idarreta, José Miguel, *La Diputación Provincial de La Rioja: la administración provincial española*, Logroño, Consejería de Administraciones Públicas, Gobierno de La Rioja, 1989.

Bermejo Martín Francisco, “El legado sagastino” en Sesma Muñoz, José A., (Coord.), *Historia de la ciudad de Logroño*, Logroño, Ibercaja y Ayuntamiento de Logroño, Vol. 5, 1994, pp. 13-18.

- “Hacia la industrialización de Logroño (1900-1940)” en Sesma Muñoz, José A., (Coord.), *Historia de la ciudad de Logroño*, Logroño, Ibercaja y Ayuntamiento de Logroño, Vol. 5, 1994, pp. 151-178.
- “La vida político-social: siglos XIX y XX” en García Prado, Justiniano (Coord.), *Historia de la Rioja. Edad Moderna. Edad Contemporánea*, Logroño, Caja Rioja, Vol. 3, 1983, pp. 286-305.
- “Los sectores económicos en el último cuarto del siglo XIX” en Sesma Muñoz, José A., (Coord.), *Historia de la ciudad de Logroño*, Logroño, Ibercaja y Ayuntamiento de Logroño, Vol. 5, 1994, pp. 39-54.

Bernard Pérez, Gloria, “El crecimiento demográfico finisecular (1881-1900)” en Sesma Muñoz, José A. (Coord.), *Historia de la ciudad de Logroño*, Logroño, Ibercaja y Ayuntamiento de Logroño, Vol. 5, 1994, pp. 31-38.

Bilbao Díez, Juan Carlos, “La Restauración: el reinado de Alfonso XIII (1902-1923)” en García Prado, Justiniano (Coord.), *Historia de la Rioja. Edad Moderna. Edad Contemporánea*, Logroño, Caja Rioja, Vol. 3, 1983, pp. 276-285.

Botrel, Jean-François, “Cartas de Leopoldo Alas “Clarín” a Sinesio Delgado, Director de Madrid Cómico” en *Boletín del Real Instituto de Estudios Asturianos*, Oviedo, Real Instituto de Estudios Asturianos, nº 149, 1997, pp. 7-54.

- “Para una bibliografía de los almanaques y calendarios” en *Elucidario, Seminario Bio-Bibliográfico Manuel Caballero Venzalá*, Jaén, Instituto de Estudios Giennenses, nº 1, 2006, pp. 35-46.

Bozal, Valeriano, *La ilustración gráfica del siglo XIX en España*, Madrid, Comunicación, 1979.

Cabrera, Mercedes, *La industria, la prensa y la política. Nicolás María de Urgoiti (1869-1951)*, Madrid, Alianza, 1994.

Cal Martínez, María Rosa, “Origen de la prensa nacionalista gallega. Apuntes divulgativos” en *Revista latina de comunicación social*, Tenerife, Universidad de La Laguna, nº 11, 1998, s/p.

Calvo, Ana, *Conservación y restauración. Materiales, técnicas y procedimientos*, Barcelona, Serbal, 1997.

Cantizano Márquez, Blesina, “La mujer en la prensa femenina del siglo XIX” en *Ámbitos. Revista internacional de comunicación*, Sevilla, Universidad de Sevilla, nº 11 y 12, 2004, pp. 281-298.

Capdevila, Jaume, “La figura femenina en la prensa satírica española del siglo XIX” en *Historietas, Revista de estudios sobre la historieta*, Cádiz, Universidad de Cádiz, nº 2, 2012, pp. 9-30.

Capellán de Miguel, Gonzalo; Delgado Idarreta, José Miguel y Ollero José Luis (Coord.), *Los discursos parlamentarios. Manuel de Orovio y Práxedes Mateo Sagasta*, Logroño, Parlamento de La Rioja y Ateneo Riojano, 2000.

Capellán de Miguel, Gonzalo, “La opinión secuestrada: prensa y opinión pública en el siglo XIX” en *Berceo, Revista de Humanidades, estudios regionales y locales*, nº 159, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos, 2010, pp. 23-61.

- *De Orovio a Cossío: vieja y nueva educación. La Rioja (1833-1933)*, Logroño, IER, 1999.

Carrasco García, Antonio, *En guerra con Estados Unidos*, Madrid, Almena, 1998.

Carrasco, Juan Bautista, *Mitología universal. Historia y explicación de las ideas religiosas y teológicas de todos los siglos*, Madrid, Gaspar y Roig, 1864.

Cebrián González, Carlos, *Historia de la publicidad*, Zaragoza, Delsan Editores, Tomo I, 2007.

Cerrillo Rubio, Inmaculada y Gil-Díez, Ignacio, *La casa del inglés. Historia del palacio de la presidencia del Gobierno de La Rioja*, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos, 2010.

Cerrillo Rubio, Inmaculada y Cerrillo Rubio, María Lourdes, “Arquitectura, escultura y pintura de los siglos XIX y XX en La Rioja” en García Prado, Justiniano (Coord.), *Historia de la Rioja. Edad Moderna. Edad Contemporánea*, Logroño, Edita Caja Rioja, Vol. 3, 1983, pp. 340-357.

Cerrillo Rubio, Inmaculada, “Años de alienaciones: el urbanismo en Logroño entre 1875 y 1903” en Sesma Muñoz, José A. (Coord.), *Historia de la ciudad de Logroño*, Logroño, Ibercaja y Ayuntamiento de Logroño, Vol. 5, 1994, pp. 19-26.

- “*La ciudad de Logroño y el ferrocarril: arquitectura y urbanismo*” en Delgado Idarreta, José Miguel (Coord.), *Ferrocarril en La Rioja*, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos, 2002, pp. 101-138.
- *La formación de la ciudad contemporánea: Logroño entre 1836 y 1936: desarrollo urbanístico y tipologías arquitectónicas*, Logroño, Ayuntamiento de Logroño, 1993.

De Haro de San Mateo, María, “El periodismo Taurino” en *Historia y Comunicación social*, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, nº 18, 2013, pp. 643-652.

- “10 años de información taurina en Internet” en Sabés Turmo, Fernando (Coord.), *Análisis y propuestas en torno al periodismo digital: VII Congreso Nacional Periodismo Digital, 2 y 3 de marzo de 2006*, Asociación de la Prensa de Aragón, Huesca, 2006, pp. 214-224.

Delgado Idarreta, José Miguel y Ollero Vallés, José Luis, *El liberalismo europeo en la época de Sagasta*, Madrid, Biblioteca Nueva, 2009.

Delgado Idarreta, José Miguel y Martínez Latre, María Pilar, *Jornadas sobre prensa y sociedad. Rioja ilustrada*, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos, 1995.

Delgado Idarreta, José Miguel, Gurría García, Pedro y Lázaro Ruíz, Mercedes, “Los estudios demográficos en La Rioja de los siglos XVI al XIX. El estado de la cuestión”, en Salas, Usens, José Antonio (Coord.), *Congreso Internacional de la población. V Congreso de la ADEH. La población del valle del Ebro en el pasado*, Logroño, Gobierno de La Rioja, Instituto de Estudios Riojanos, Vol. III, 1999, pp. 71-96.

Delgado Idarreta, José Miguel, “El ferrocarril Logroño-Pamplona (1881-1891)” en *Cuadernos de investigación e Historia, Revista de Historia y Filosofía de la Edad Media, Edad Moderna y Edad Contemporánea*, Logroño, Universidad de La Rioja, tomo 7, fascículo 1 y 2, 1981, pp. 147-167.

- Ferrocarril en La Rioja, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos, 2002.
- “Fuentes para la historiografía Contemporánea de La Rioja”, en *Fuentes y Métodos de la Historia local*, Zamora, Instituto de Estudios Zamoranos “Florián de Ocampo”, 1991, pp. 364-379.
- “Introducción al estudio de un diario político del siglo XIX: “La Rioja” en *Cuadernos de Investigación, Revista de Historia y Filosofía de la Edad Media, Edad Moderna y Edad Contemporánea*, Logroño, Universidad de La Rioja, Colegio Universitario de La Rioja, fascículo 1-2, Vol. 3, 1977, pp. 137-147.
- *Introducción, índice y notas a El patriota riojano (1822-1823)*, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos, 1994.
- “La ciencia y la técnica en los siglos XVIII y XIX” en García Prado, Justiniano (Coord.), *Historia de la Rioja. Edad Moderna. Edad Contemporánea*, Logroño, Edita Caja Rioja, Vol. 3, 1983, pp. 248-275.
- “La prensa en La Rioja en el siglo XIX. Algunas notas para su estudio”, en *Estudios sobre historia de España. Obra homenaje a Manuel Tuñón de Lara*, Madrid, Universidad Internacional Menéndez Pelayo, Vol. 2, 1981, pp. 327-339.
- “La Prensa: Fuente Historiográfica”, en *Investigación humanística y científica en La Rioja: homenaje a Julio Luis Fernández Sevilla y Mayela Balmaseda Aróspide*, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos, 2000, pp. 245-256.
- “La Rioja” en Varela Ortega, José (Coord.), *El poder de la influencia: geografía del caciquismo en España: (1875-1923)*, Madrid, Marcial Pons, 2001, pp. 497-514.

- *La Rioja-Madrid. Madrid-La Rioja en la España de los siglos XIX y XX*, Madrid, Gobierno de La Rioja y Centro Riojano de Madrid, 1999.
- “La Rioja, un diario de provincias: 120 años de historia” en *Berceo, Revista de Humanidades, estudios regionales y locales*, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos, nº 159, 2010, pp. 123-144.
- “La Rioja un diario político independiente (1889-1894)” en *Segundo Coloquio sobre Historia de La Rioja: Logroño 3-4 de octubre de 1985*, Logroño, Universidad de La Rioja, Colegio Universitario de La Rioja, Vol. 2, 1986, pp. 375-384.
- “Los ferrocarriles en La Rioja Alta (1887-1898)” en *Cuadernos de Investigación, Revista de Historia y Filosofía de la Edad Media, Edad Moderna y Edad Contemporánea*, Logroño, Universidad de La Rioja, Colegio universitario de La Rioja, tomo 5, fascículo 2, 1979, pp. 169-190.

Desvois, Jean Michel, “El diario El Sol, paladín de la modernización de España (1917-1936)” en *Berceo, Revista de Humanidades, estudios regionales y locales*, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos, nº 159, 2010, pp. 165-181.

- *La prensa en España (1900-1931)*, Madrid, Siglo XXI Editores, 1977.

Eco, Humberto, *Historia de la fealdad*, Barcelona, Random House Mondadori, 2007.

- *La estructura ausente*, Madrid, De bolsillo, 2011.

Egidio, García, Antonio, *Estación enológica de Haro: un referente para la ciencia y la técnica del vino*, Logroño, Logroño: la Prensa del Rioja, 2005.

Elías Pastor, Luis Vicente, “Patrimonio Etnográfico” en *La Cultura de la vid y el vino en La Rioja*, Caballero López, José Antonio y Delgado Idarreta, José Miguel (Coord.), Logroño, Gobierno de La Rioja, Diario La Rioja, 2002, pp. 46-63.

Esteve Botey, Francisco. *Historia del grabado*, Madrid, Editorial Clan, 1997.

Fandiño Pérez, Roberto; Ollero Valdéz, José Luis; Ramírez Benito, Penélope; Sáez Miguel, Pablo; Salas Franco, María Pilar y Viguera Ruiz, Rebeca, *Diccionario*

biográfico de los parlamentarios de La Rioja (1833-2008), Ollero Valdés, José Luis (Coord.), Logroño, Gobierno de La Rioja, Instituto de Estudios Riojanos, 2010.

Fatás, Guillermo y Borrás Gualis, Gonzalo, *Diccionario de términos de Arte*, Madrid, Alianza, 2004.

Feduchi, Luis, *Historia del Mueble*, Barcelona, 1986.

Feliu, Emilio, “Publicidad y connotación: el mensaje de la inferencia” en *Estudios de lingüística*, Alicante, Universidad de Alicante, nº 1, 1983, pp. 113-126.

Fernández-Cordero Azorín, Concepción, “Aproximaciones a la “Semana Trágica” de Barcelona y su relación con el movimiento obrero” en *Estudios sobre historia de España: homenaje a Manuel Tuñón de Lara*, Castillo, Alonso, Santiago (Coord.), Madrid, Universidad Internacional Menéndez Pelayo, Vol. 3, 1981, pp. 157-188.

Fernández Díez, Andoni, *Los espacios de sociabilidad en Logroño a comienzos del siglo XX: una aproximación a la historia del ocio*, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos, 2004.

Fernández Poyatos, María Dolores y Feliu García, Emilio, “Avisos, anuncios, reclamos y publicidad en España. Siglos XVII y XVIII” en *Ámbitos. Revista internacional de comunicación*, Universidad de Sevilla, nº 21, 2012, pp. 315-360.

Fernández Poyatos, María Isabel, “La publicidad de salud en la prensa ilustrada a finales del siglo XIX” en *Questiones publicitarias*, Revista internacional de comunicación y publicidad, Universidad de Sevilla, nº 16, 2011, pp. 108-124.

Ferraras, Juan Ignacio, *Catálogo de novelas y novelistas españoles del siglo XIX*, Madrid, Cátedra, 1979.

Figueres, Josep M., *Prensa i nacionalisme. El periodismo en la reconstrucció de la identitat catalana*, Barcelona, Pòrtic, 2002.

Fuentes, Juan F. y Javier Fernández Sebastián, *Historia del periodismo español*, Madrid, Síntesis, 1997.

Fukai Akiko, “*Moda. Desde el siglo XVIII al siglo XX. Instituto de indumentaria de Kioto*”, Italia, Taschen, 2004.

Gabriel Sirvent, Pere, “La setmana trágica: una revolta política? en *L’Avent: revista de història et cultura*, Barcelona, nº 348, 2009, pp. 32-41.

Gasca, Luis y Gubern, Román, *El discurso del cómic*, Madrid, Cátedra, 2011.

García Sánchez, Juan Antonio, *La Rioja y los riojanos en Chile*, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos, 2002.

García Sánchez, Juan Antonio, “La Travesía” en *El viaje de los sueños. Emigración riojana a América*, Logroño, Gobierno de La Rioja, 2006, pp. 52-71.

Gil Andrés, Carlos, *Echase a la calle. Amotinados, huelguistas y revolucionarios (La Rioja, 1890-1936)*, Zaragoza, Prensas universitarias, 2000.

Gil Salinas, Rafael, “La imagen de la mujer en el sitio de Zaragoza: Agustina de Zaragoza y María -de Aragón” en *Ars Longa: cuadernos de arte*, Valencia, Universidad de Valencia, nº1, 1990.

Giorgi, Rosa, “Santos”, en *Los diccionarios de Arte*, Barcelona, Mondadori, 2005.

Giró Miranda, Joaquín, “La emigración riojana a América en el primer tercio del siglo XX”, en Salas, Usens, José Antonio (Coord.), *Congreso Internacional de la población. V Congreso de la ADEH. La población del valle del Ebro en el pasado*, Logroño, Gobierno de La Rioja, Instituto de Estudios Riojanos, Vol. III, 1999, pp. 201-220.

Gombrich, E. H, *Meditaciones sobre un caballo de juguete*, Madrid, Debate, 2002.

- *La Historia del Arte contada por E. H. Gombrich*, Madrid, Debate, 1997.
- “La Imagen visual: su lugar en la comunicación” en *La imagen y el ojo*, Madrid, Debate, 2000, pp. 137-161.
- *Los usos de las imágenes. Estudios sobre la función social del arte y la comunicación visual*, Madrid, Random House Mondadori, 2003.

González Hernando, Irene, “Los ángeles” en *Revista digital de iconografía medieval*, Universidad Complutense de Madrid, nº 1, fascículo 1, Madrid, 2009, pp. 1-9.

Granado Hijelmo, Ignacio, *La Rioja como sistema. La Rioja Natural*, Logroño, Gobierno de La Rioja, Vol. 1, 1994.

Gurría García, Pedro A., y Lázaro Ruíz, Mercedes, “La emigración riojana durante la Restauración” en *Berceo, Revista de Humanidades, estudios regionales y locales*, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos, nº 135, 1998, p. 57-84.

- “La mortalidad en la infancia en La Rioja a finales del siglo XIX” en *Berceo, Revista de Humanidades, estudios regionales y locales*, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos, nº 137, 1999, pp. 75-92.
- “Rasgos generales de la emigración riojana a América (1880-1936)” en *El viaje de los sueños. Emigración riojana a América*, Logroño, Gobierno de La Rioja, 2006.
- *Tener un tío en América (1880-1936)*, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos, 2002.

Gürtler, André, *Historia del periódico y su evolución tipográfica*, Valencia, Campgràfic, 2005.

Impelluso, Lucía, “La naturaleza y sus símbolos. Plantas, flores y animales” en *Los diccionarios de Arte*, Barcelona, Mondadori, 2005.

Johnson, S. William; Rice, Mark y Williams, Carla, *A History of Photography*, Cologne, Taschen, 1999.

Julien, Nadia, *Enciclopedia de los Mitos*, Barcelona, RobinBook, 2008.

Jorge Torres, Abilio; Bermejo Martín, Francisco; García Arriaga, María Luisa y Sánchez Salas, Bernardo, “Sociedad, cultura y ocio” en Sesma Muñoz, José A., (Coord.), *Historia de la ciudad de Logroño*, Logroño, Ibercaja y Ayuntamiento de Logroño, Vol. 5, 1994, pp. 95-116.

Kemp, Martin, *La ciencia del arte. La óptica en el arte occidental de Brunelleschi a Seurat*, Madrid, Akal, 2000.

Lacalzada de Mateo, María José, “El núcleo socialista de Logroño (1878-1910). El palpitar de una inquietud” en *Berceo, Revista de Humanidades, estudios regionales y locales*, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos, nº 112, 1987, pp. 163-176.

- “El voto liberal en Logroño (1833-1836): testigo de un microclima político” en *Segundo Coloquio sobre Historia de La Rioja: Logroño 3-4 de octubre de 1985*, Logroño, Universidad de La Rioja, Colegio Universitario, Vol. 2, 1986, pp. 365-374.
- *La lucha entre dos modelos de sociedad. Aproximación al comportamiento obrero riojano (1875-1975)*, Logroño, Gobierno de La Rioja, Consejería de Trabajo y Bienestar Social, 1986.

Lázaro, Ruíz, Mercedes, Gurría, García, Pedro, “La crisis demográfica: la amenaza de la muerte” en *Historia de la ciudad de Logroño*, Sesma, Muñoz, José Ángel (Coord.), Logroño, Ayuntamiento de Logroño, Vol. 3, 1994, pp. 411-418.

Leguineche, Manuel, *Yo pondré la guerra (W.R. Hearst). Cuba 1898: la primera guerra que se inventó la prensa*, Madrid, Ediciones de El País Aguilar, 1998.

Lidón Martínez, Concepción, *La litografía en el norte de España de 1800 a 1950. Aspectos históricos, estéticos y técnicos*, España, TREA, 2005.

Llera, Ruiz, José Antonio, “Una historia abreviada de la prensa satírica en España: desde el ‘Duende Crítico de Madrid’ hasta ‘Gadeón’” en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, Madrid, Universidad Complutense de Madrid, nº 9, 2009, pp. 203-214.

Llopis Coloma, Eva, “Educación de sordos y lenguaje de signos en la Francia prerrevolucionaria: el caso de Pierre Desloges” en *Synergies*, Valencia, nº 2, 2009, pp. 99-106.

López Rodríguez, Pedro; Navajas Zubeldía, Carlos; Bermejo Martín, Francisco y García Arriaga, María Luisa, “El ayuntamiento: políticos y medios económicos” en Sesma

José A., (Coord.), *Historia de la ciudad de Logroño*, Logroño, Ibercaja y Ayuntamiento de Logroño, Vol. 5, 1994, pp. 225-262.

López Rodríguez, Pedro; Navajas Zubeldía, Carlos y Bermejo Martín, Francisco, “Logroño: sus relaciones con los poderes centrales” en Sesma Muñoz, José A., (Coord.), *Historia de la ciudad de Logroño*, Logroño, Ibercaja y Ayuntamiento de Logroño, Vol. 5, 1994, pp. 77-94.

López Rodríguez, Pedro, *Sociedad riojana y crisis del caciquismo liberal: Logroño, 1903-1923*, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos, 1991.

Lucie-Smith, Edward, *Artes visuales en el siglo XX*, Colonia, Köneman, 2000.

Mainar, Rafael, *El arte del periodista*, Madrid, Destino, 1906.

Marchán Fiz, Simón, *Del Arte objetual al arte del concepto*, Madrid, Akal, 1986.

Martínez, García, Juan, “Envejecimiento en bodega de roble de vinos tintos de La Rioja” en *La bodega de roble como factor de calidad en la crianza de los vinos tintos*, Logroño, Gobierno de La Rioja, Consejería de Agricultura, Ganadería y desarrollo agrario, 1999.

- *Incidencia del origen del roble en la crianza de los vinos de La Rioja*, Logroño, Gobierno de La Rioja, Consejería de Agricultura, Ganadería y desarrollo agrario, 2006.

Martín Sánchez, Isabel, “La caricatura política en la II República: *El Debate*, *El Siglo Futuro* y *Gracia y Justicia*” en Brocar. Revista de Historia y Filosofía de la Edad Media, Edad Moderna y Edad Contemporánea, Logroño, Universidad de La Rioja, nº 34, 2010. pp. 203-242.

Martínez Martín, A. Jesús (Coord.), *Historia de la edición en España 1836–1936*, Madrid, Marcial Pons, 2011.

Martínez Pérez, José, “Consolidando el modelo médico de discapacidad: sobre la poliomielitis y la constitución de la traumatología y ortopedia como especialidad en España (1930-1950)” en *Asclepio: Revista de historia de la medicina y la ciencia*, nº 1, vol. 61, 2009, pp. 7-22.

Mayor Iborra, José y Flores Gutiérrez, Mariano, “El dibujo científico. Introducción al dibujo como lenguaje en el campo de trabajo” en *VAR Virtual Archaeology Review*, Peccioli, nº 9, vol. 4, 2013, pp. 130-134.

Mc Cleary, John y Crespo, Luis, *El cuidado de los libros y documentos. Manual práctico de conservación y restauración*, Madrid, Clan Editorial, 1997.

Menéndez, María Isabel y Figuera Maz, Mònica, “La evolución de la prensa femenina en España. De La pensadora gaditana a los blogs” en *Comunicació: Revista de Recerca i d'Anàlisi [Societat Catalana de Comunicació]*, Barcelona, Vol. 30, 2014, pp. 25-48.

Merino Morga, Juan Ignacio, “San Mateo...Fiestas de gracias” en *Belezos Revista de Cultura Popular y tradiciones de La Rioja*, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos, nº 5, 2007, pp. 22-25.

Metola García, Agustín, “Apuntes sobre la sargentada de 1883 en Santo Domingo de la Calzada”, *Berceo, Revista de Humanidades, estudios regionales y locales*, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos, nº 157, 2010, pp. 145-162.

Milán García, José Ramón, *Sagasta o el arte de hacer política*, Madrid, Biblioteca Nueva, 2001.

Muñoz Ortega, Juan José, *La Caja de Ahorros Municipal de Logroño (1893-1916): beneficencia o financiación privilegiada del ayuntamiento de Logroño*, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos, 1997.

Nadal, Jordi, *La población española (siglos XVI a XX)*, Barcelona, Ariel, 1976.

Negueruela Suberviola, Eduardo, *Historia del alumbrado público en Logroño*, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos, 2011.

Neira, Cruz, Xosé, “El Escolar y el Faro de Veiga, dos periódicos escolares en los orígenes de la prensa local gallega” en *Revista latina de comunicación social*, Tenerife, Universidad de La Laguna, nº 25, 2000, s/p.

Ollero Vallés, José Luis, “El alzamiento carlista de 1883 en La Rioja. Primeras repercusiones socioeconómicas de la guerra civil” en *Segundo Coloquio sobre Historia*

de La Rioja: Logroño 3-4 de octubre de 1985, Logroño, Universidad de La Rioja, Colegio Universitario, vol. 2, 1986, pp. 271-282.

- “El contexto histórico de la corriente migratoria a ultramar” en *El viaje de los sueños. Emigración riojana a América*, Logroño, Gobierno de La Rioja, 2006, pp. 12-38.
- *Sagasta de conspirador a gobernante*, Madrid, Marcial Pons, 2006.
- “Sagasta y el progresismo frente a los obstáculos tradicionales”, *Berceo, Revista de Humanidades, estudios regionales y locales*, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos, nº 139, 2000, pp. 31-48.

Olmos, Víctor, *La casa de los periodistas. Asociación de la Prensa de Madrid 1895-1950*, Madrid, APM, 2006.

Ortega, Marie-Linda, “Algunas noticias del editor madrileño Miguel Guijarro y sus colaboraciones con Francisco Ortego” en *Prensa, impresos, lecturas en el mundo hispánico contemporáneo: homenaje a Jean François Bortrel*, Desvois, Jean Michel (Coord.), Bordeaux, Université Michel de Montaigne, 2005

Ossorio y Bernard, Manuel, *Ensayo de un catálogo de periodistas españoles del siglo XIX*, Madrid, Imprenta y Litografía de J. Palacios, 1903.

Paredes, Javier (Coord.), *Historia contemporánea de España*, Barcelona, Ariel, 2004.

Pascual Bellido, Nuria, “Patrimonio geográfico y medioambiental” en *La Cultura de la vid y el vino en La Rioja*, Caballero López, José Antonio y Delgado Idarreta, José Miguel (Coord.), Logroño, Gobierno de La Rioja, Diario La Rioja, 2002, pp. 14-44.

Pascual, Corral, Javier (Coord.), *Estación Enológica de Haro, cien años de historia*, Logroño, Gobierno de La Rioja, Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo rural, 1992.

Pascual, Marín, Pedro, “La prensa militar y el 98” en *XIII Coloquio de Historia Canario-Americana; VIII Congreso Internacional de Historia de América*, Morales Padrón Francisco (Coord.), Las Palmas de Gran Canaria, Cabildo de Gran Canaria, 2000, pp. 252-275.

Pizarroso, Quintero, Alejandro, “Evolución histórica de la prensa en España” en *Historia de la prensa*, Madrid, Centro de estudios Ramón Areces, 1994, pp. 259-326.

Provedo, González, Jesús, “Cambió el siglo, cambió la historia. La filoxera, la plaga que transformó la vitivinicultura en La Rioja” en *La Rioja, sus viñas y su vino*, Logroño, Gobierno de La Rioja, Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, 2009, pp. 37-52.

- “La filoxera en la provincia de Logroño, destrucción del viñedo y su reconstrucción” en *Zubía*, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos, nº 5, 1987, pp. 151-216

Queralt del Hierro, María Pilar, *Agustina de Aragón. La Mujer y el mito*, Madrid, La Esfera de los Libros, 2008

Ramírez Benito, Penélope, “La primera Guerra Mundial a través de *Los Aliados* un semanario anti germanófilo” en *Berceo, Revista de Humanidades, estudios regionales y locales*, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos, nº 159, 2010, pp. 145-163.

Revilla, Federico, *Diccionario de iconografía y simbología*, Madrid, Cátedra, 1999.

Rivière, Margarita, *Diccionario de la Moda. Los estilos del siglo XX*, Barcelona, Grijalbo, 1996.

Rojo Hernández, Severiano, “La prensa nacionalista vasca, del mito a la propaganda (1903-1936)” en *Estrategias de la desinformación: actas del seminario interdisciplinar “Estrategias de la desinformación”*, Catalán González, Miguel Francisco y Veres, Luis (Coord.), Valencia, Biblioteca Valenciana, 2004, pp. 207-228.

Román José María, *San Vicente de Paul: Biografía*, Madrid, Biblioteca autores cristianos, 1982.

Rueda Laffont, José Carlos, “La fabricación del libro. La industrialización de las técnicas: máquinas, papel y encuadernación” en Martínez Martín, A. Jesús (Coord.), *Historia de la edición en España 1836–1936*, Madrid, Marcial Pons, 2011.

Ruiz Escudero, Alfonso, “Religión, patria, tierra y hogar. Esplendor y caída del catolicismo social agrario en La Rioja” en *Berceo, Revista de Humanidades, estudios*

regionales y locales, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos, nº 138, 2000, pp. 229-262.

Ruiz Lería, Luis; Sáenz Gamarra, Luis e Izquierdo, Marcelino (Coord.), *120 años del Diario La Rioja*, Logroño, Nueva Rioja, 2009.

Salas Franco, María Pilar, *Introducción, índice y notas a Guía de Logroño. Historia. Arte. Comercio. Edición facsímil*, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos, 2002.

- *Prensa y periodistas en La Rioja. La asociación de la prensa (1913-2006)*, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos, 2007.

Salinas Zárate, María Eugenia, “Arte y prensa en La Rioja (siglos XIX-XX)”, en *Aspectos menos conocidos del arte riojano (1997-1999)*, Logroño, Ateneo Riojano, 2000, pp. 217-242.

Salvador Ruiz, Antonio, *Emigración riojana a México*, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos, 2002.

Sánchez Real, José, *La física de la bicicleta*, Madrid, Ediciones de La Torre, 1988.

Sarti, Raffaella, *Vida en familia. Casa, comida y vestido en la Europa Moderna*, Barcelona, Crítica, 2003.

Satué, Eric, *El libro de los anuncios 1. La época de los artesanos (1830-1930)*, Barcelona, Alta Fulla, 1985.

Seoane, María Cruz y Saiz, María Dolores, *Cuatro siglos de periodismo en España. De los avisos a los periódicos digitales*, Madrid, Alianza, 2007.

Simón Palmer, María del Carmen, “La prensa local como fuente de la “pequeña historia”, en *La prensa española durante el siglo XIX. I Jornadas de especialistas en prensa regional y local*, Almería, Instituto de Estudios Almerienses, 1987.

Somalo, Somalo, Casimiro, “El viaje de los sueños: emigración riojana a América” en *Belezos: Revista de cultura popular y tradiciones de La Rioja*, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos, nº 1, 2006, pp. 66-71.

Soroa y Pineda, José María, “La estación de Haro: un veterano centro enológico” en *Agricultura: Revista agropecuaria*, Madrid, Editorial Agrícola Española, nº 566, 1979, pp. 475-477.

Squicciarino, Nicola, *El vestido habla*, Madrid, Cátedra, 1990.

Tacón Clavalín, Javier, *La restauración en libros y documentos. Técnicas de intervención*, Madrid, Ollero & Ramos, 2008.

Tezanos, José Félix, *PSOE 125. 125 años del Partido Socialista Obrero Español*, Madrid, Fundación Pablo Iglesias, 2004.

Theile Bruhms, Johanna, *El ABC de la conservación: guía práctica para la conservación y restauración de objetos de arte*, Santiago de Chile, Arrayan, 1991.

Thompson, Garry, *El Museo y su entorno*, Madrid, Akal, 1998.

Timoteo Álvarez, Jesús (Coord.), *Historia de los medios de comunicación en España. Periodismo, imagen y publicidad (1900-1990)*, Barcelona, Ariel, 1989.

Tornero, Santos, *Reminiscencias de un viejo editor*, edición facsímil, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos, 2010.

Trapiello, Andrés, *Imprenta Moderna. Tipografía y literatura en España, 1874 - 2005*, Barcelona, Campgràfic, 2006.

Valero de Bernabé, Luis, De Eugenio, Martín, *Simbología y Diseño de la Heráldica gentilicia Galaica*, Madrid, Instituto Luis de Salazar y Castro, 2003.

Viguera, Rebeca, “La prensa católica en el panorama local español a mediados del siglo XIX. El ejemplo de El Escudo Católico (1857)” en *Berceo, Revista de Humanidades, estudios regionales y locales*, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos, nº 159, 2010, pp. 95-121.

- “Real Sociedad económica de La Rioja Castellana” en *Berceo, Revista de Humanidades, estudios regionales y locales*, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos, nº 152, 2007, pp. 79-122.

Villaespesa, Francisco y De Mendizábal, Federico, *Agustina de Aragón. (La heroína del Pilar)*, Madrid, Gesta, 1965.

VV/AA, “La prensa ilustrada en España: Las ilustraciones 1850-1920” en *Coloquio Internacional Rennes-Iris*, Montpellier, Université Paul Valery, 1996.

VV/AA *Primer Centenario de la Escuela de Artes Aplicadas y Oficios Artísticos (1886-1986)*, Logroño, Consejería de Educación, Cultura y Deportes, 1986.

VV/AA, *Una historia de la publicidad española. Reflejos de más de un siglo de Nestlé*, Barcelona, Sociedad Nestlé, 2005.

Zaldívar, Rafael, *El cartel taurino*, Madrid, Espasa-Calpe, 1990.

Zapater Cornejo, Miguel, “Escuelas de Indianos en La Rioja” en *Tebeto: anuario del Archivo Histórico Insular de Fuerteventura*, Fuerteventura, Cabildo de Fuerteventura, nº 5, Vol. 2, 1999, pp. 195-208.

- “Notas sobre la historia escolar del Camero Viejo” en *Belezos: revista de cultura popular y tradiciones de La Rioja*, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos, nº 7, 2007, pp. 42-47.

Zimmermann, Yves, “El arte es arte, el diseño es diseño” en Calvera, Anna (Coord.), *Arte ¿?Diseño*, Barcelona, Gustavo Gili, 2003, pp. 57 -75.

Zuffi, Stefano, “Episodios y personajes del Evangelio” en *Los diccionarios de Arte*, Mondadori, Barcelona, 2005.

PÁGINAS WEB

<http://bdh.bne.es>

<http://blog.uchceu.es>

<http://gallica.bnf.fr>

<http://musee.louvre.fr>

<http://prensahistorica.mcu.es/>

<http://revistamito.com>

<http://revistes.iec.cat/index/tc>

<http://varjournal.es/index.html>

<http://www.armada.mde.es>

<http://www.boe.es>

<http://www.congreso.es>

<http://www.mcu.es/patrimonio>

<http://www.enciclopedia-aragonesa.com/voz>

<http://www.es.amnesty.org>

<http://www.musee-bartholdi.com>

<http://www.musee-orsay.fr>

<http://www.nestlebebe.es/nestle/historia/todo-empieza-con-harina-lacteada>

<http://www.documentacatholicaomnia.eu>

8. Anexos

8.1. Anexo 1
Prospecto del diario *La Rioja*

“Al anunciar la publicación de un periódico diario, singularmente cuando en ése ha de predominar la nota política y ha de tener como única mira y aspiración constante de sus esfuerzos la defensa de los intereses generales del país y los particulares de esta provincia para que en su desenvolvimiento reine la natural armonía; consideramos de absoluta necesidad manifestar sinceramente los propósitos que nos animan, el criterio que hemos de sostener y el lema que ha de llevar nuestra bandera, tanto en el vasto campo de la política como en los insondables abismo de nuestra decadente Administración.

Para ello, y con el fin de que muchos lectores puedan apreciar de antemano la índole de esta publicación damos a conocer, por medio del presente programa, la manera con que nos proponemos desenvolver nuestro plan y el orden que han de llevar los trabajos, mediante los cuales ha de adquirir aquél todo su desarrollo.

Mas antes, habremos de exponer también las consideraciones que nos han movido a llevar a cabo la empresa que nos proponemos, siendo entre ellas la que figura como principal factor la necesidad hace ya tiempo sentida de que una población que cuenta con una masa de 15.000 habitantes entre los que tienen lúcida representación los diversos partidos que hoy militan en la política, no tenga un periódico diario que con entera imparcialidad de juicio y libre de todo apasionamiento trate las diversas cuestiones de palpitante interés que se desarrollan continuamente en la capital de la

metrópoli, sin esperar a que con el transcurso de un espacio de tiempo más o menos largo pierdan éstas el carácter de actualidad que es el que por la agitación natural de la vida moderna despierta más vivamente la atención y atrae con mucho anhelo.

Pero no es este punto de vista el único que nos ha inspirado a realizar la empresa que acometemos. El municipio y la provincia son dos organismos de tal importancia en el mecanismo de las sociedades modernas, que sus funciones no pueden ser desatendidas ni un solo momento, porque el menor quebranto que en ellas se produzca ha de lesionar necesariamente los más altos intereses de la nación, trayendo consigo la perturbación general y la destrucción de las fuerzas necesarias para su adelante y prosperidad. Por esta razón entendemos que si bien es muy alta y elevada la misión que desempeña y grandes los fines que realiza la prensa periódica que contantemente y sin solución de continuidad atiende, vigila y estudia todo aquello que puede afectar de un modo más o menos directo a lo que constituyen los intereses generales del Estado, no reviste menos importancia y quizá demuestra mayor valor cívico aunque tenga en apariencia más modestas aspiraciones, aquélla otra que limitando sus horizontes y sin perder nunca de vista aquel conjunto de aspiraciones y sentimientos que sintetizan la idea de la Patria, gira en un círculo de más pequeño radio, pero dentro del cual se encuentra como en arca sacrosanta, todo aquello que con mayor intensidad puede interesar al hombre, ya en su vida material, ya en las sagradas afecciones que constituyen la vida del espíritu.

Esto es lo que faltaba en esta región, para nosotros tan querida, siendo nuestro sueño más seductor en ver la meta de su esplendor y engrandecimiento por haber conseguido desplegar las fuerzas vitales que en su seno encierra. A llenar este hueco, a satisfacer esta necesidad responde nuestra obra; para su ejecución nos hemos trazado el siguiendo método.

Será objeto de nuestra preferente atención todo aquello que se relacione con la administración y la política, para lo cual dedicaremos exclusivamente dos secciones del periódico; y como quiera que al hablar de política pudiera alguno entender que antes de empezar nuestros trabajos nos encontrábamos obligados a hacer algo así como profesión de fe y concretarlos ideales que quisiéramos ver realizados, debemos sinceramente manifestar que nos hallamos desligados en absoluto de todo compromiso político sin predilección especial por ningún partido, no obedecemos tampoco a sugerencias e inspiraciones de personalidad alguna, constituyendo nuestra sola y única aspiración en

principio el ver que se lleva al terreno de la práctica todas las teorías incluidas como dogma de la democracia moderna.

Nuestro criterio en la parte administrativa puede contenerse en dos palabras, atacar la tendencia absorbente hoy en día por virtud de la cual se pretende recomendar toda la vida de la Nación en los altos Centros burocráticos, debilitando por consiguiente los organismos provinciales y municipales, y trabajar constantemente para que éstos sean reintegrados en sus propias fuerzas, a fin de que las funciones que están llamados a desempeñar se realicen sin entorpecimiento alguno.

Dedicaremos una parte del periódico a exponer o discutir los hechos que en los pueblos ser verifiquen, porque entendemos que hay intereses y simpatías que unen entre sí las diferentes comarcas de La Rioja, haciendo que no sean indiferentes para unas los sucesos que en otras se realizan.

Y si esta razón no bastase, todavía podríamos alegar otra principalísima. Hay en todos los pueblos, cuestiones verdaderamente insignificantes, pero que desarrolladas en la sombra alcanzan dimensiones al parecer gigantescas y son perennes semilleros de odios y luchas fatales resultados. Sacando a la luz las causas de estas diferencias las veremos perder en magnitud, ayudando así, en la medida que nuestras fuerzas lo consientan, a la concordia que debe reinar entre convecinos.

Para llenar este fin contamos desde ahora con la cooperación de significadas personas en los mayores centros de la población de ambas Riojas, y no dudamos que nuestros lectores han de quedar satisfechos de su competencia e imparcialidad.

Una de las secciones que seguramente agradarán más a nuestros suscriptores sea la telegráfica.

Siendo Madrid el punto donde radica la política española, de allí hemos de esperar noticias que a la misma se refieren, y como los acontecimientos de aquella moderna Babel son como esos meteoros que tan pronto aparecen en nuestro horizonte como se ocultan a nuestra vista, de aquí que la opinión pública, no se conforme con medios de transmisión poco rápidos en relación con esos aparatos que lanzan las noticias con velocidades asombrosas.

Nosotros procuraremos, ayudados por inteligente corresponsal, publicar las diversas cuestiones que se presenten antes de que el espíritu de la época las retire bien o mal resueltas para dejar cabida a otras nuevas que llamen la atención por su novedad.

Por lo que se refiere a todo lo que tenga cierta conexión con la vida de la localidad, procuraremos tener a nuestros lectores al corriente de todos aquellos sucesos

de alguna importancia que en la misma se sucedan, fijando muy principalmente nuestra atención en los diferentes centros, ya oficiales como la Diputación, Municipio, Audiencia, Audiencia, oficinas de los distintos ramos de la Administración pública, etc.; ya en aquellos que respondan a la necesidad y aspiración de determinadas colectividades y ya por último los círculos de recreo, teatro y demás manifestaciones artísticas.

Para la sección de variedades, seremos ayudados con la colaboración de distinguidos escritores de acreditada nombradía y de castiza pluma, cuyos trabajos esperamos han de agradar a nuestros lectores, porque con ellos lograremos introducir alguna variante a la monotonía que sucesivamente encierra las tareas periodísticas.

Por último: comprendiendo las dificultades que en la práctica se presentan al que tiene necesidad de manejar la difusa legislación administrativa y las mil dudas que a cada paso se ofrecen, no hemos dudado en abrir una sección de consultas para lo cual nos serviremos de personas versadas en esta clase de estudios y que vengan a ilustrar a los que de ellos se vean precisados, presentando en cada caso particular clara, precisa y concreta solución.

Tal es programa de nuestros trabajos; y si conseguimos que éste sea del agrado y aceptación del público, nuestros esfuerzos se verán satisfechos y haremos por bien empleadas las vigiliyas y desvelos que el desempeño de nuestra misión nos proporcione.

Ardua es la tarea que emprendemos, difícilísima la misión que nos hemos impuesto, grandes alientos se necesitan para llevarla a cabo, mas no desfallecemos; porque si bien es verdad que no es mucha la confianza que tenemos en nuestras fuerzas, contamos en cambio con la reconocida benevolencia de los lectores, siquiera sea en gracia a lo noble de los propósitos que nos animan.

LA REDACCIÓN”.

Fuente diario *La Rioja*, 14 de enero de 1889⁷⁶¹.

⁷⁶¹El presente documento ha sido transcrito del original respetando la autoría original.

8.2. Anexo 2
Ficha Hemerográfica *La Rioja* 1889

I. Ficha Descriptiva

A. Cabecera

1. Título: La Rioja.
2. Subtítulo: Diario Político.
3. Lemas: No existe.
4. Viñetas: No existen.
5. Lugar: Logroño.
6. Lengua que utiliza: Español.

B. Datación

1. Cronología:
 - a. Primer número o prospecto: 14 de enero de 1889.
 - b. Último número: vigente en la actualidad.
 - c. Suspensiones: No registradas.
2. Periodicidad: diaria, a excepción de los días lunes y el día siguiente a un día festivo.
3. Momento de aparición en el día: por la mañana.
4. Colección: Incompleta, con algunos números faltantes en todos los meses del año.
5. Sede Social:
 - a. Administración: Correos Viejo, entresuelo, Logroño.
 - b. Redacción: Correos Viejo, entresuelo, Logroño.
 - c. Lugar dónde se imprime: Imprenta de Facundo Martínez Zaporta, Correos Viejo, entresuelo, Logroño.

C. Características técnicas

1. Formato
 - a. Páginas
 - a': Número: cuatro.
 - a'': Dimensiones: 29 x 40 cms. aproximadamente.
 - b. Columnas
 - b': Número: cuatro.
 - b'': Dimensiones: 6 x 30 cms. aproximadamente.

2. Estructura
 - a. Superficie impresa
 - a. Redaccional: 27 x 36,2 cms. aproximadamente.
 - Cabecera: 25,5 x 6 cms. aproximadamente.
 - Cuerpo:
 - Titulares: Varían según el diseño de la plana.
 - Ilustraciones: No se incorporan durante este año.
 - Texto:
 - b. Secciones: La cuestión de orden público, La circular de guerra, Extranjero, Sección de noticias, Manicomios Judiciales, Recortes, Telegramas, Teatro, Desde París, Notas Sueltas, Colaboración, Ayuntamiento de Logroño.
 - c. Folletines: no se publican.
3. Impresión
 - a. Impresor: Francisco Martínez Zaporta.
 - b. Sistema de impresión: desconocido.

II. Ficha analítica

D. Empresa periodística

1. Aspectos jurídicos

- a. Fundadores: Facundo Martínez Zaporta.
- b. Propiedad: Facundo y Francisco Martínez Zaporta.
- c. Consejo editorial: no figura.
- d. Delegado del Consejo: no figura.

2. Aspectos económicos

a. Administrados:

a': Administrador: Francisco Martínez Zaporta

a'': Lugares de suscripción: Casa antigua de correos, entresuelo.

b. Precio de la publicación:

b': Venta al número: Cinco céntimos.

b'': Suscripción: Una pesa el mes en Logroño, fuera de la ciudad o trimestre, cinco pesetas. En el ejemplar del día 29 de septiembre indica que la suscripción trimestral fuera de Logroño pago por adelantado cuesta tres pesetas y que el cobro vencido a domicilio se eleva a cuatro pesetas. Para los suscriptores hay una tarifa especial a céntimo la línea.

c. Tarifa de publicidad: 50 céntimos la línea. Anuncios en tercera plana 10 céntimos la línea.

d. Ejemplares vendidos: desconocido.

E. Equipo redaccional

1. Dirección

a. Consejo de redacción: desconocido.

b. Director: Facundo Martínez Zaporta.

2. Redacción

a. Redactor jefe: desconocido.

b. Redactores: desconocidos.

c. Corresponsales: Despachan desde Arnedo, Haro, Nájera, Casalarreina, San Ascencio, entre otros pueblos de La Rioja, Bilbao, Madrid, Zaragoza, Burgos, Miranda de Ebro, Valladolid, diversas localidades de Navarra, Aragón, y en el extranjero Bordeaux, París y Buenas Aires.

d. Dibujantes: no.

3. Colaboradores habituales: Garci Fernández (Carta de París), Juanchiquía (desde Bilbao), Juan de Vargas, J. Cazalilla, A. Saussy, Zaracarias Zorzano⁷⁶², Aurrerá.

4. Publica también textos de:

5. Orientación de la redacción: liberal, progresista.

F. Naturaleza y orientación

1. Tendencia política o social: Según su prospecto se encuentran desligados de cualquier compromiso político, sin predilección por ningún personaje político.

2. Propósito: Discutir y difundir cuestiones de orden político y administrativo de la provincia y Madrid, sucesos de los pueblos, publicar las diferencias y problemáticas en los pueblos para buscar la concordia entre sus vecinos y evitar odio y luchas de “fatal resultado” según consta en su prospecto.

⁷⁶² Solo se encontró un artículo firmado por este colaborador y que corresponde a la réplica de un artículo de *La Voz del Pueblo* a diferencia del resto de colaboradores donde se observa una continuidad en la publicación de reseñas y artículos.

3. Polemiza con: *El Postillón, La Voz de La Rioja, El Calahorrano, El Día, El guipuzcoano, El Estandarte, La Época, El Diario Español, El Liberal, El Voto del Pueblo.*

G. Difusión:

1. Distribución: La Rioja y resto de provincias y Francia.
2. Zonas de difusión
 - a. Número de ediciones: desconocido.
 - b. Zona cubierta por cada edición: Provincias, Madrid y Francia.
3. Lectores
 - a. Número de lectores: desconocidos.
 - b. Composición de lectores: para todo público.

III. Aspectos históricos

1. Significación: liberal.
2. Fuente histórica
 - a. Temas a los que dedica preferente atención: Sucesos políticos regionales, Cortes y novedades internacionales, asociaciones, meteorología, educación, agricultura, teatro, música, obras públicas y asociaciones.
 - b. Artículos destacados: Desde Paris, Ayuntamiento de Logroño, Sección de Noticias, Correspondencia, Telegramas.
 - c. Informaciones destacadas: “El comité de España en la exposición de París”⁷⁶³; “La traída de agua”⁷⁶⁴; “¿Faltan escuelas?”⁷⁶⁵; “Silla Episcopal”⁷⁶⁶; “Se abrirá al público la Torre Eiffel”⁷⁶⁷; “Campaña contra la Mildew”⁷⁶⁸; “La Fábrica de tabacos en Logroño”⁷⁶⁹; “El Panteón de los SS.SS Príncipes de Vergara”⁷⁷⁰; “El corresponsal de Cuzcurrita”⁷⁷¹; “Un proyecto de interés”⁷⁷² y “La electricidad en lo porvenir”⁷⁷³.

⁷⁶³ *La Rioja*, Logroño, 26 de enero de 1889, p. 1.

⁷⁶⁴ *La Rioja*, Logroño, 8 de febrero de 1889, p. 1.

⁷⁶⁵ *La Rioja*, Logroño, 1 de marzo de 1889, p. 1.

⁷⁶⁶ *La Rioja*, Logroño, 5 de abril de 1889, p. 1.

⁷⁶⁷ *La Rioja*, Logroño, 16 de mayo de 1889, p. 2.

⁷⁶⁸ *La Rioja*, Logroño, 4 de junio de 1889, p. 1 y 2.

⁷⁶⁹ *La Rioja*, Logroño, 6 de julio de 1889, p. 1.

⁷⁷⁰ *La Rioja*, Logroño, 8 de agosto de 1889, p. 1.

⁷⁷¹ *La Rioja*, Logroño, 19 de septiembre de 1889, p. 1. Esta noticia da cuenta de la crisis de la cosecha del vino y la situación económica en que se encuentran productores y los recolectores temporales de la vid.

- d. Números extraordinarios dedicados a: no se registran.
- e. Libros que anuncia: “Historias Viejas” de S. Olmedo Estrada; “Año Cristiano” y “El dedo en la llaga” del Brigadier Fernández de Miranda.

IV. Información de otros periódicos

1. Prensa nacional: *El Globo*, *El Guipuzcoano*, *El Imparcial*, *El Estandarte*, *La Época*, *Los Vinos y Aceites*, *El Porvenir Vascongado*, *El Resumen*, *El Diario Español*, *El Diario Republicano*, *El Mediodía*, *El Correo*, *El País*, *La Iberia*, *La Gaceta*, *La Correspondencia Militar*, *La Propaganda del Burgo de Osma*, *El Boletín Oficial*.
2. Otros periódicos: *Le Temps*.

V. Localización de fondos: IER, Biblioteca Nacional y su sección de Hemeroteca accesible a través de la web: prensahistoria.mcu.es y la sede del diario *La Rioja*.

VI. Observaciones: Durante este año hay una gran variedad de secciones que no llegan a convertirse en permanentes. Los corresponsales no suelen firmar los despachos y artículos.

⁷⁷² *La Rioja*, Logroño, 19 de octubre de 1889, p. 1. Esta noticia de cuanta de la inversión en bancos agrícolas dada la situación en que se encuentra la agricultura, analiza pros y contra de los préstamos a los agricultores y presenta un cuadro general del estado en la región del sector agrícola.

⁷⁷³ *La Rioja*, Logroño, 21 de diciembre de 1889, p. 2.

8.3. Anexo 3
Ficha Hemerográfica *La Rioja* 1900

I. Ficha Descriptiva

A. Cabecera

1. Título: La Rioja.
2. Subtítulo: Diario Político.
3. Lemas: No existe.
4. Viñetas: No existen.
5. Lugar: Logroño.
6. Lengua que utiliza: Español.

B. Datación

1. Cronología:
 - a. Primer número o prospecto: 14 de enero de 1889.
 - b. Último número: vigente en la actualidad.
 - c. Suspensiones: No registradas.
2. Periodicidad: diaria, a excepción de los días lunes y el día siguiente a un día festivo.
3. Momento de aparición en el día: por la mañana.
4. Colección: Incompleta, con algunos números faltantes en todos los meses del año.
5. Sede Social:
 - a. Administración: Correos Viejo, entresuelo, Logroño.
 - b. Redacción: Correos Viejo, entresuelo, Logroño.
 - c. Lugar dónde se imprime: Imprenta de Facundo Martínez Zaporta.

C. Características técnicas

1. Formato
 - a. Páginas
 - a': Número: cuatro.
 - a'': Dimensiones: 36,5 x 50,1 cms. aproximadamente.
 - b. Columnas
 - b': Número: cinco.
 - b'': Dimensiones: 7 x 46,5 cms. aproximadamente.

2. Estructura
 - a. Superficie impresa
 - Redaccional: 34,5 x 46 cms. aproximadamente.
 - Cabecera: 34,5 x 5 cms. aproximadamente.
 - Cuerpo:
 - Titulares: Varían según el diseño de la plana.
 - Ilustraciones: no se publican.
 - Texto:
 - b. Secciones: Ideas Ajenas, Teatro, Avisos y Noticias, Telegramas, Receta culinaria, Sección Religiosa, Viñetas Cómicas, Del Ayuntamiento, De Bilbao, De Haro, Audiencia, Ingleses y Boers, Registro Civil, Bodas, Libros y Periódicos, Movimiento de enfermos habidos en el Hospital Provincial, Bolsa, Vapor Correo, Fallecimientos, Senado, Congreso, En Broma, Educación e Instrucción, Chispas, Banco de España, Nodrizas, El Jurado,
 - c. Folletines: “La Marquesa de Menville” de Federico Soulie;
3. Impresión
 - c. Impresor: Francisco Martínez Zaporta.
 - d. Sistema de impresión: desconocido.

II. Ficha analítica

D. Empresa periodística

1. Aspectos jurídicos
 - a. Fundadores: Facundo Martínez Zaporta.
 - b. Propiedad: Facundo y Francisco Martínez Zaporta.
 - c. Consejo editorial: no figura.
 - d. Delegado del Consejo: no figura.
2. Aspectos económicos
 - a. Administrados:
 - a’: Administrador: Francisco Martínez Zaporta
 - a’’: Lugares de suscripción: Calle Sagasta 25, bajos.
 - b. Precio de la publicación:
 - b’: Venta al número: Cinco céntimos. Número atrasado 10 pesetas.
 - b’’: Suscripción: El mes en Logroño, una peseta. Fuera, pago adelantado de un trimestre tres pesetas. Trimestre vencido o cobrado por

comisionado tres pesetas y veinticinco céntimos. El semestre en países de la Unión Postal 14 pesetas.

- c. Tarifa de publicidad: 50 céntimos la línea. Anuncios en tercera plana 10 céntimos la línea. Comunicados a 10 pesetas la línea.
- d. Ejemplares vendidos: desconocido.

E. Equipo redaccional

- 1. Dirección
 - a. Consejo de redacción: desconocido.
 - b. Director: Facundo Martínez Zaporta.
- 2. Redacción
 - a. Redactor jefe: desconocido.
 - b. Redactores: desconocidos.
 - c. Corresponsales: Despachan desde Arnedo, Haro, Nájera, Casalarreina, San Ascencio, entre otros pueblos de La Rioja, Bilbao, Madrid, Zaragoza, Burgos, Miranda de Ebro, Valladolid, diversas localidades de Navarra, Aragón, y en el extranjero París, La Habana y Buenas Aires.
 - d. Dibujantes: no.
- 3. Colaboradores habituales: Darío Velao, J. de la Cal, Fray Cirilo, Alfredo Calderón, Antonio Fernández y García, E. Sáenz López, L., Teófilo, A. Blavia (desde Francia), Juan del Val, Cundalinisacti, R. de Castro, Andres Ovejero, Eguiluz, José Estrañi, Lagunilla (desde Valladolid), Berliomi, L. González, Juan de Vargas, Gerardo Fernández, F. Fernández, Antonio Pardo,
- 4. Publica también textos de: Andrés de Boét, Miguel de Unamuno, Pí y Margall.
- 5. Orientación de la redacción: liberal, progresista.

F. Naturaleza y orientación

- 1. Tendencia política o social: Según su prospecto se encuentran desligados de cualquier compromiso político, sin predilección por ningún personaje político.
- 2. Propósito: Discutir y difundir cuestiones de orden político y administrativo de la provincia y Madrid, sucesos de los pueblos, publicar las diferencias y

problemáticas en los pueblos para buscar la concordia entre sus vecinos y evitar odio y luchas de “fatal resultado”, según consta en su prospecto.

3. Polemiza con: *El Correo*, *El Nacional*, *El Heraldo*, *La Patria*.

G. Difusión:

1. Distribución: La Rioja y resto de provincias y Francia.
2. Zonas de difusión
 - a. Número de ediciones: desconocido.
 - b. Zona cubierta por cada edición: Provincias, Madrid y Francia.
3. Lectores
 - a. Número de lectores: desconocidos.
 - b. Composición de lectores: para todo público.

III. Aspectos históricos

1. Significación: liberal.
2. Fuente histórica
 - a. Temas a los que dedica preferente atención: Sucesos políticos regionales, Cortes y novedades internacionales, asociaciones, meteorología, educación, agricultura, teatro, música, obras públicas, legislación, religión, gastronomía, vinos y economía.
 - b. Artículos destacados: “Del Ayuntamiento”⁷⁷⁴; “Industria importante: inauguración de la electricidad en Anguiano”⁷⁷⁵; “Las viñas filoxeradas”⁷⁷⁶; “Proyectos aprobados por las Cortes”⁷⁷⁷; “Suspensión de garantías constitucionales”⁷⁷⁸; “Europa y China”⁷⁷⁹; “La cosecha del trigo”⁷⁸⁰; “La cuestión de Marruecos”⁷⁸¹; “La crisis en Cataluña”⁷⁸²;

⁷⁷⁴ *La Rioja*, Logroño, 6 de enero de 1900, p. 1. Esta noticia informa del estado financiero del Ayuntamiento de Logroño y otras noticias de distribución presupuestaria para el año en curso.

⁷⁷⁵ *La Rioja*, Logroño, 11 de febrero de 1900, p. 2.

⁷⁷⁶ *La Rioja*, Logroño, 7 de marzo de 1900, p. 1.

⁷⁷⁷ *La Rioja*, Logroño, 5 de abril de 1900, p. 1.

⁷⁷⁸ *La Rioja*, Logroño, 29 de mayo de 1900, p. 1.

⁷⁷⁹ *La Rioja*, Logroño, 19 de junio de 1900, p. 1.

⁷⁸⁰ *La Rioja*, Logroño, 24 de julio de 1900, p. 1.

⁷⁸¹ *La Rioja*, Logroño, 30 de agosto de 1900, p. 1.

⁷⁸² *La Rioja*, Logroño, 19 de septiembre de 1900, p. 1.

“Sección de Haro: Sociedad de obreros toneleros”⁷⁸³; “Proyectos”⁷⁸⁴ y “Nuestros vinos en Francia”⁷⁸⁵.

- c. Informaciones destacadas: Cortes, conflictos internacionales, noticias del Ayuntamiento de Logroño y sucesos criminales.
- d. Números extraordinarios dedicados a: no se registran.
- e. Libros que anuncia: “Bellas Artes”, “Madrid Cómico”, “Alrededor del Mundo”, “Almanaque de Nuevo Mundo”; “La Nación Militar”, “El Economista”, “El tiempo”, “Por esos mundos”, “Letras de Molde”, “Instantáneas”, “Blanco y Negro”, “Diccionario Popular Enciclopédico de la Lengua Española”, “Anuario de Electricidad de 1900” de Ricardo Yasares, “Moda y Arte”, “Enciclopedia del Fotográfico aficionado”, “La Vida Galante”, “El Universo”, “Las Enfermedades del Vino”, “La Galvanoplastia”, “La electro-química y el fotograbado”, de Vicente Vera, “El Mundo Marcha” de A. Pelletán, *Diario La Lechuza* (de Logroño) y “Revista Fototipias”.

8.5.1.2. Información de otros periódicos

1. Prensa nacional: *El Correo*, *El Nacional*, *La Azucarera Tudelana*, *Gaceta de Madrid*, *Diario de Huesca*, *El Economista*, *Diario Oficial del Ministerio de la Guerra*, *La Ley*, *Alrededor del Mundo*, *La Época*, *Diario Mercantil de Barcelona*, *El Herald*, *El Globo*, *La Correspondencia*, *El Correo Español*, *El Liberal*, *El Imparcial*, *Boletín Oficial*, *El Nuevo Régimen*, *Revista Industrial*, *La Patria*, *Heraldo de Aragón*, *Crónica de Vinos y Cereales*, *Boletín Oficial de la Provincia de Navarra*, *Las Provincias*, *La Correspondencia de Valencia*, *El Noticiero Bilbaíno*, *El Mercantil Valenciano*, *La Voz Guipuzcoana*, *Revista de Economía y Hacienda*, *Diario de Avisos de Manresa* y *El Noticiero Navarro*.
2. Otros periódicos: *The Daily Mail*, *The Globe*, *The Morning Post*, *The Daily News*, *New York Herald* y *Revista Política e Letteraria*.

⁷⁸³ *La Rioja*, Logroño, 9 de octubre de 1900, p. 1.

⁷⁸⁴ *La Rioja*, Logroño, 15 de noviembre de 1900, p. 1. Esta noticia hace referencia al proyecto de construir dos nuevos puertos de mercancías en el Mediterráneo para recibir los productos provenientes de las colonias de América, así como una serie de instituciones para administrar este tráfico naviero y la explotación comercial de las infraestructuras.


⁷⁸⁵ *La Rioja*, Logroño, 4 de diciembre de 1900, p. 1.

9.5.1.2. **Localización de fondos:** IER, Biblioteca Nacional y su sección de Hemeroteca accesible a través de la web: prensahistoria.mcu.es y la sede del diario *La Rioja*.

10.5.1.2. **Observaciones:** No todas las secciones son permanentes, algunas duran meses como Ingleses y Boers y otras las podemos seguir durante todo el año como Telegramas.

8.4. Anexo 4
Catálogo de grabados tipográficos del año 1889

8.4.1. Anuncios médicos

 <p>NO MAS ENFERMEDADES DE DIENTES! POR MEDIO DE EL Elixir, Polvo y Pasta Dentíficos DE LOS RR. PP. BENEDICTINOS de la ABADIA de SOULAC (Gironde) Prior DOM MAGUELONNE DOS MEDALLAS DE ORO Bruselas 1880 — Londres 1884 LAS MEJORES RECOMPENSAS INVENTADO EN 1373 POR EL PRIOR Pedro BOURSAUD «El empleo cotidiano del Elixir Dentífico de los RR. PP. Be- neditinos cuya dosis de algu- nas gotas en el agua, cura y evita la caries fortísimo las encías rí- diendo á los dientes un blanco perfecto.» « Es un verdadero servicio rendido á nuestros lectores seña- landoles esta antiquísima y útil preparación como el mejor curativo y único preservativo de las Afecciones dentarias.» Elixir 2'50, 5', 10'; Polvo 1'75, 2'50, 3'50; Pasta 1'75, 2'50; Elixir el 1/2 lit. 14', Litro 28'. Casa fundada en 1897 3, Rue Eugénie, 3 Agente General: SEGUN BORDEAUX Depósito en todas las buenas Farmacias, Ferreterías y Droguerías.</p>	<table border="1"> <tr> <td>Nº de identificación</td> <td>LR 18891304-1.</td> </tr> <tr> <td>Título</td> <td>Elixir, Polvo y Pasta dentíficos de los RR. PP. Benedictinos de la Abadía de Soulac.</td> </tr> <tr> <td>Colección</td> <td>Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.</td> </tr> <tr> <td>Otros fondos disponibles</td> <td>Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i>.</td> </tr> <tr> <td>Lugar de publicación</td> <td>Logroño, La Rioja, España.</td> </tr> <tr> <td>Fecha de primera publicación</td> <td>13/04/1889 Página 4, 3ª columna.</td> </tr> <tr> <td>Autor</td> <td>Anónimo.</td> </tr> <tr> <td>Medidas</td> <td>10 x 8,5 cm. aprox.</td> </tr> <tr> <td>Técnica</td> <td>Grabado tipográfico.</td> </tr> <tr> <td>Frecuencia de publicación</td> <td>35.</td> </tr> <tr> <td>Descripción</td> <td>Grabado tipográfico que representa a un monje benedictino ubicado en el tercio izquierdo del anuncio, junto al texto publicitario, sosteniendo en su mano derecha un frasco. Está representado en perspectiva cónica, en tres cuartos de perfil y sombra, volúmenes y semitonos en estilo realista. Vestido con hábitos y rosario con cruz colgando de su cintura. En la parte derecha media del anuncio, figura una medalla en forma almendrada con inscripción que resulta ilegible y una figura pontificia al centro. Está enmarcado entre filetes negros.</td> </tr> <tr> <td>Notas</td> <td>El texto publicitario da cuenta de las medallas obtenidas, el año y nombre de su creador, beneficios del producto y casa matriz de fabricación (Bordeaux-Francia). El grabado cumple una función ilustrativa.</td> </tr> </table>	Nº de identificación	LR 18891304-1.	Título	Elixir, Polvo y Pasta dentíficos de los RR. PP. Benedictinos de la Abadía de Soulac.	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.	Fecha de primera publicación	13/04/1889 Página 4, 3ª columna.	Autor	Anónimo.	Medidas	10 x 8,5 cm. aprox.	Técnica	Grabado tipográfico.	Frecuencia de publicación	35.	Descripción	Grabado tipográfico que representa a un monje benedictino ubicado en el tercio izquierdo del anuncio, junto al texto publicitario, sosteniendo en su mano derecha un frasco. Está representado en perspectiva cónica, en tres cuartos de perfil y sombra, volúmenes y semitonos en estilo realista. Vestido con hábitos y rosario con cruz colgando de su cintura. En la parte derecha media del anuncio, figura una medalla en forma almendrada con inscripción que resulta ilegible y una figura pontificia al centro. Está enmarcado entre filetes negros.	Notas	El texto publicitario da cuenta de las medallas obtenidas, el año y nombre de su creador, beneficios del producto y casa matriz de fabricación (Bordeaux-Francia). El grabado cumple una función ilustrativa.
Nº de identificación	LR 18891304-1.																								
Título	Elixir, Polvo y Pasta dentíficos de los RR. PP. Benedictinos de la Abadía de Soulac.																								
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.																								
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .																								
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.																								
Fecha de primera publicación	13/04/1889 Página 4, 3ª columna.																								
Autor	Anónimo.																								
Medidas	10 x 8,5 cm. aprox.																								
Técnica	Grabado tipográfico.																								
Frecuencia de publicación	35.																								
Descripción	Grabado tipográfico que representa a un monje benedictino ubicado en el tercio izquierdo del anuncio, junto al texto publicitario, sosteniendo en su mano derecha un frasco. Está representado en perspectiva cónica, en tres cuartos de perfil y sombra, volúmenes y semitonos en estilo realista. Vestido con hábitos y rosario con cruz colgando de su cintura. En la parte derecha media del anuncio, figura una medalla en forma almendrada con inscripción que resulta ilegible y una figura pontificia al centro. Está enmarcado entre filetes negros.																								
Notas	El texto publicitario da cuenta de las medallas obtenidas, el año y nombre de su creador, beneficios del producto y casa matriz de fabricación (Bordeaux-Francia). El grabado cumple una función ilustrativa.																								



BÁLSAMO DE FERNOLINE

Todas las familias deben tener un frasco.

Este maravilloso bálsamo está compuesto con el Extracto Puro del Pino Amarillo, y es completamente vegetal.

Con las aplicaciones locales de este excelente medicamento se obtiene la rápida curación de los dolores reumáticos, de la neuralgia, ya sea facial, inter-costal ó ciática; de los tumores blancos, calambres de las piernas y brazos; hinchazones, dislocaciones, esguinces, quemaduras, sabañones, lobanillos y toda clase de contusiones golpes y picaduras de insectos

Lo prescriben los doctores en el extranjero para curar los dolores que notan muchos enfermos en el cuello, pecho y espaldas, pues, gracias á la volatilidad de este remedio, aplicado sobre la piel absorve en cantidad variable, según la superficie de aplicación, y penetra hasta la parte dolorida, sin acarrear los males que con frecuencia se observan empleando otros similares.

De venta en las principales farmacias y droguerías

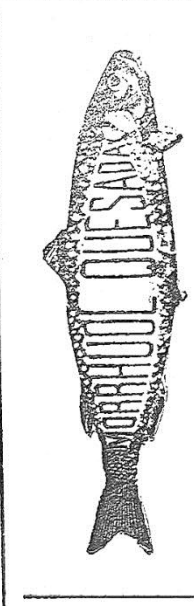
UNICOS AGENTES EN ESPAÑA

VILANOVA HERMANOS Y COMPAÑIA-BARCELONA

Depósito en Logr

Patricio Gomez

Nº de identificación	LR 18892610-1.
Título	Bálsamo de Fernoline.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	26/10/1889 Página 3, 3ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	10,5 x 9 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de publicación	21.
Descripción	Grabado tipográfico representando a la estatua de la libertad de New York, U.S.A, en estilo realista. El grabado no llega a reproducir con exactitud la estatua, utiliza los iconos que la identifican como tal asemejando la imagen al original (antorcha, corona de puntas, libro en mano, vestido drapeado, etc.). Está ubicado en la parte izquierda del anuncio, perspectiva cónica, en tres cuartos de perfil con sombreado y volumen junto a la caja de texto publicitario. Está enmarcado entre filetes negros.
Notas	El texto hace referencia a su composición y los síntomas que alivia. Utiliza la imagen de la estatua de la libertad para resaltar la imagen moderna del producto. El anuncio lo hace patente en su tercera estrofa donde se señala que lo prescriben doctores en el extranjero. Indica los distribuidores y el agente comercial de Logroño. La imagen cumple una función alegórica al promover en el imaginario la idea de lo moderno asociado a un país en concreto.

 <p>Es el extracto medicinal del aceite de hígado de bacalao, privado de la grasa, pudiendo por ello tomarlo en verano los niños y personas delicadas. Cura la anemia, eltorosis, raquitismo, escrófulas, amarillez, debilidades, pobreza de sangre, los, catarró bronquitis y tisis. ELIXIR MORRHUOL QUESADA, al peptonato de hierro, sumamente agradable. 3 pesetas frasco. CAPSULAS MORRHUOL QUESADA 50 en frasco, 2 pesetas.</p> <p>De venta en Logroño: Farmacia de Piquer</p>	Nº de identificación	LR 18890312-1.
	Título	Elixir de hígado bacalao Morrúhol Quesada
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	03/12/1889 Página 4, 3ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	8,5 x 6,5 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de publicación	6.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa un bacalao de perfil, en estilo realista y ubicado en la parte izquierda del anuncio con ausencia de perspectiva aunque con sombreados que dan volumen y textura a las escamas y a la cola del pez. Al centro del bacalao se abre una caja de texto en la que indica el nombre del comerciante. El anuncio está enmarcado en filetes negros junto a la caja de texto que figura en posición vertical al anuncio.
	Notas	El anuncio fue impreso en vertical. Tanto su grabado como su texto no resultan legibles y el lector está obligado a girar el periódico para leer el anuncio. El texto da cuenta de las propiedades y síntomas a tratar así como el valor del frasco de aceite, su precio de venta y distribuidor en Logroño. La imagen cumple una función ilustrativa.



Nº de identificación	LR 18890712-1.
Título	Aceite de hígado bacalao de Jensen.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	07/12/1889 Página 4, 3ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	11,2 x 6,5 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de publicación	2.
Descripción	Grabado tipográfico que representa una mujer rodeada de cuatro niños. La mujer lleva vestido, el pelo recogido y sostiene en la mano izquierda un frasco y en la derecha una copa. Ubicada al centro del anuncio, a su izquierda y representada de frente, una niña corre con un brazo levantado, mientras que una segunda niña, de apariencia menor, tira de la falda de la mujer. Frente a la mujer dos niños vestidos con trajes de marineros. En la parte superior derecha del grabado, se representa una caja que sería el contenedor del aceite. El anuncio posee un estilo realista, ubicado en la parte superior izquierda del anuncio, enmarcado entre filetes negros cerrados con texto de nombre del producto en la parte superior y leyenda que indica "gusta a los niños" en la inferior. La iconografía de vestuario de los personajes corresponde a mediados del siglo XIX. Está enmarcado entre filetes negros.
Notas	El texto del anuncio es reforzado por la representación de la hipotética escena familiar, donde los niños pelearían por beber el producto anunciado. Menciona las ventajas del producto, los beneficios y los síntomas que cura. Indica lugares de venta y compra al por mayor. La imagen es una alegoría de las propiedades del producto.



Los comerciantes, banqueros, sacerdotes, estudiantes, dependientes, mecánicos y empleados de ambos sexos, cuyas ocupaciones les obligan á estar constantemente santados y están expuestos ó contraer dolores por falta un de ejercicio propis para sus miembros ó cuerpos, deben recurrir á los Emplasto perforados del Doctor Winter, en el momento que sientan cualquiera sensación desagradable qua afecte sus cuerpos.




LOS EMPLASTOS PERFORADOS AMERICANOS DE FIELTRO ROJO DEL DR. WINTER.
 Curan Rheumatismo, Neuralgia, Lumbago, Sciatica, Pleuresia, Dolor de Garganta, Calambre, Croup, Dolores de Espalda Pecho Miembros, Pulmones, Estomago, Tosas, Quisaduras, y todas las enfermedades de los poros de la piel.
 En plastos Perforados de fieltro rojo Americano.
 De venta en las Droguerias y Boticas.
 THE WINTER'S American Balm & Plaster Works, Wholesale & Retail, NEW YORK.
 Trade Mark Registered





Nº de identificación	LR 18891012-1.
Título	Emplastos perforados americanos del doctor Winter.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	10/12/1889 Página 4, 1ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	9,3 x 8,5 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de publicación	6.
Descripción	Grabado tipográfico que representa a un hombre adulto, con bigote y grandes patillas. Representado en estilo realista, perspectiva cónica, con los brazos a la espalda, torso desnudo y pantalones arremangados. La línea de horizonte se perfila con sombras en el suelo, volumen y texturas. Enseña diversos parches en su cuerpo, ejemplificando las posiciones donde deben aplicarse para aliviar el dolor. Ubicado en mitad derecha del anuncio, fue rodeado de cajas de textos. A sus pies figura una inscripción en inglés muy poco legible compuesta de tres palabras siendo la primera imposible descifrar: "...Mark Registered". El texto está enmarcado con orlas decorativas.
Notas	La función del grabado es enseñar a los potenciales compradores su aplicación sobre el cuerpo. Los textos publicitarios se dividen en dos cajas. En la parte izquierda, hace mención de todos aquellos profesionales susceptibles de ser aquejados de dolor por inactividad física y por ende, serían potenciales clientes. El texto de la izquierda enumera los síntomas que alivia, señala sus características y las marcas asociadas, así como la ciudad de procedencia. La imagen cumple una función ilustrativa del producto.

8.4.2. Anuncios de prensa

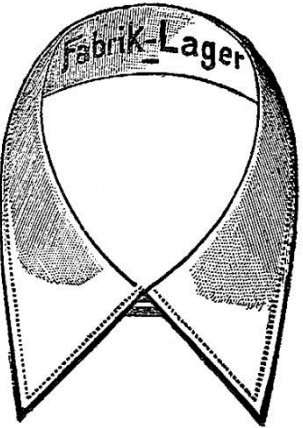
	Nº de identificación	LR 18891601-2.
	Título	Publicidad de esquelas.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	16/01/1889 Página 3, 4ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,5 x 8 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de publicación	7.
	Descripción	Grabado tipográfico de anuncio auto publicitario de esquelas enmarcado en filetes negros. En la parte superior del anuncio, grabado de cruz latina y sin ornamentos representada en perspectiva frontal, sin sombreado, tonos o volúmenes. Todo el anuncio, incluido el texto, fue enmarcado en gruesos filetes negros.
	Notas	El anuncio hace referencia a los servicios publicitarios ofertados por <i>La Rioja</i> y el horario límite de recepción de dichas esquelas. La imagen actúa como ornamento al texto.

8.4.3. Anuncios privados


	Nº de identificación	LR 18891702-1.
	Título	Esquila funeraria 1.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	17/02/1889 Página 3, 3ª y 4ª columnas.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	12,5 x 11,5 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de publicación	37.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa una cruz aguzada sobre tres peldaños en orden ascendente, ubicada en la parte superior del anuncio, centrada, de color negro y representada en perspectiva frontal. No hay representación de volumen o línea de horizonte. El anuncio se enmarca en doble filete negro.
	Notas	El anuncio conmemora el primer año de fallecimiento invitando a una misa católica y la oración. Se utilizan cursivas y mayúsculas en la elaboración del texto para resaltar los méritos del fallecido. La imagen cumple una función ornamental.

 <p> EL NIÑO GERARDO ARMENTIA Y PALACIOS HA SUBIDO AL CIELO <i>Sus desconsolados padres D. Celso y D.ª Tomasa, abuelas, tíos y demás parientes,</i> <i>Suplican á sus amigos se sirvan asistir á la conducción del cadáver, que tendrá lugar hoy 19 del corriente y hora de las tres de la tarde, desde la calle de Burgos, núm. 3, al cementerio de esta ciudad, en lo que recibirán especial favor.</i> Logroño 18 de Octubre de 1889. No se reparten esquelas. </p>	Nº de identificación	LR 18891910-2.
	Título	Esquela funeraria infantil 1.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	19/10/1889 Página 3, 3ª y 4ª columnas.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	12,5 x 9,5 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de publicación	2.
Descripción	Grabado tipográfico representando a un ángel arrodillado sobre una tumba. El ángel ha sido dibujado en tres cuartos de perfil, desnudo, alado, con cabellos largos y sus manos cubriendo su rostro en actitud desconsolada. La tumba es un monolito en la que se puede distinguir una calavera y huesos humanos. El dibujo ha sido realizado en perspectiva cónica, con sombra y volumen y fue ubicado en la parte superior del anuncio, centrado y enmarcado en filetes negros.	
Notas	El grabado tipográfico utilizado en este anuncio corresponde a los clichés utilizados para ornamentar las esquelas infantiles. El texto indica el nombre del niño, nombre de sus padres y fecha y hora en la cual se realizará el entierro del cuerpo. Su uso se reitera en el catálogo de 1900, siendo utilizado el día cuatro de octubre con el nombre de Mariano González y Fernández. La imagen cumple una función ornamental.	

8.4.3. Anuncio de vestuario

<p style="text-align: center;">CAMISERÍA del ANDORRANO San Sebastian.</p>  <p>Ha llegado el representante de dicha casa con una colección de 150 dibujos en telas de color, de última novedad, para camisas. Avisar, Fonda del Suizo; pasará á domicilio. e 20 m.</p>	Nº de identificación	LR 18892003-1.
	Título	Camisería del Andorrano.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	20/03/1889 Página 3, 4ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6 x 11 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de publicación	2.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa un cuello de camisa de finales de siglo XIX. Representado en estilo lineal, rodeado de pespuntos y con sombreado. Al interior del cuello se puede leer Fabrik-Lager. Ubicado al centro del anuncio entre dos cajas de texto.
	Notas	El texto del anuncio comunica la llegada del representante de la casa Fabrik-Lager desde San Sebastián. Se indica dirección donde ubicarlo para concertar una visita a domicilio. Finalmente, encontramos en la parte inferior derecha una posible errata tipográfica: e 20 m. La imagen cumple una función ilustrativa.

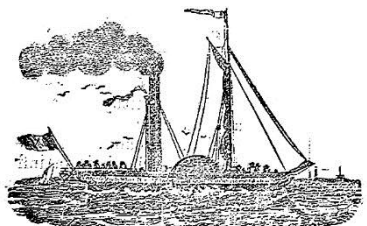
8.4.4. Anuncios de vinos y licores


	Nº de identificación	LR 18890903-1.
	Título	¡Pum! 1.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	09/03/1889 Página 3, 2ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	10 x 17,5 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de publicación	19.
Descripción	Grabado tipográfico que representa una botella con asa, recubierta de dibujo y anuncio tipográfico que resulta ininteligible por la cantidad de detalles del grabado. Está representada en estilo realista y perspectiva cónica. Ubicada en la parte izquierda del anuncio, está enmarcada entre filetes negros rodeada de orlas con tres círculos y el nombre del ponche publicitado.	
Notas	El texto publicita la medalla concedida en la Exposición Universal de Barcelona. Identifica al creador del producto y describe el envase: botella azul, con precinto identificativo y cubriendo el cuerpo de la botella una cromolitografía representando a Agustina de Aragón. Indica que lleva dos etiquetas de color blanco y negro certificando la calidad del producto por parte de dos químicos reseñados con nombre y apellido y las indicaciones de uso. Informa de lugares de compra. Advierte que las etiquetas ante el uso quedarán deslucidas por el uso para evitar su venta fraudulenta. La función del grabado es ilustrativa.	



Nº de identificación	LR 18890712-2.
Título	Pum!! 2.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	07/12/1889 Página 4, 2ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	8 x 6 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de publicación	10.
Descripción	Grabado que representa un mujer con el pelo al viento, encendiendo la mecha de un cañón sobre escombros y bolas redondeadas. El grabado está centrado, rodeado a la izquierda por texto publicitario, enmarcado en orlas dentadas en la parte superior e inferior.
Notas	Este mismo año se publicó un anuncio el 8 de marzo. El texto hace mención al nombre de su inventor, las medallas obtenidas con el producto y los lugares de venta. La representación haría alusión a Agustina de Aragón, heroína popular de las guerras de independencia que disparó un cañón impidiendo la entrada de las tropas enemigas a su ciudad. La imagen es utilizada como ilustración en el momento álgido de los hechos que conmemora el texto.

8.4.5. Anuncios de compañías navieras

 <p>PASAJES GRATIS Á LAS AMÉRICAS DEL SUR</p> <p>Aviso á los labradores y jornaleros.</p> <p>El próximo vapor para el Brasil con pasaje marítimo gratis y sin reintegro; saldrá del puerto de Pasajes (San Sebastian) á primeros de Marzo.</p> <p>Debe advertirse que este vapor será el último en que se admitan individuos sueltos, pues desde 1.º de Abril han de ser todo familias. Desde esta fecha podrán ir también artesanos.— Para más informes, dirigirse á D. Rufino Mateo, Abades, 14, principal, Logroño.</p> <p>Remítan sello para la coatestación.</p>	Nº de identificación	LR 18891002-1.
	Título	Viajes D. Rufino Mateo.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	10/02/1889 Página 4, 1ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	9 x 8,5 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de publicación	21.
	Descripción	Grabado ubicado en la mitad superior del anuncio representando a un barco de dos mástiles y chimenea humeante al centro, bandera en la punta izquierda y en mástil principal en medio del mar. En segundo plano hay gaviotas y figuras sobre la cubierta del barco. De estilo realista, con volumen y en perspectiva cónica, el barco fue representando de perfil.
	Notas	El texto del anuncio oferta pasajes gratis a Brasil dirigidos a labradores y jornaleros. Indica el puerto de partida, advierte que será el último barco que admita a pasajeros en solitario y anuncia nuevas condiciones de inmigración. Informa de la oficina y agente de gestión. La imagen cumple una función ilustrativa sobre los servicios ofertados.

AGENCIA GENERAL DE PASAJES
PARA TODOS LOS PUERTOS DEL MUNDO
 *Atada, 3, principal.*
 Saldrá el magnífico vapor «Acóncagua» de Burdeos el 28 de Marzo y de la Coruña el 25.

PARA LA REPUBLICA DE CHILE
 para la que se adelantan pasajes á obreros de **20 á 40 años.**
 Para Montevideo y Buenos Aires, pasajes á precios reducidos.
 Salidas del mes de Marzo: el 2, 5, 7, 8, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 26, 28 y 31.
 Para más detalles y pedir pasajes, dirigirse al agente general don Juan Roure, Abada, 3, Madrid ó al Sub-agente D. Julián Hermosilla, Logroño.

Nota importante — Se advierte al público y señores emigrantes, que el único Sub-agente de Logroño y su provincia lo es D. Julián Hermosilla, estando mandadas cerrar las agencias que no obtengan el permiso del Sr. Roure ó de los Consules de Chile y República Argentina para proporcionar pasajes gratis.

Nº de identificación	LR 18893103-1.
Título	Agencia general de pasajes.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	31/03/1889 Página 4, 1ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	10 x 8,5 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de publicación	16.
Descripción	Grabado tipográfico de un barco, en estilo realista, blanco y negro. Ha sido dibujado de perfil, en perspectiva cónica, en medio del océano que ha sido representado con el negro, sin ningún tipo de paisaje de fondo. Se detallan mástiles, cuerdas, chimenea con vapor y al menos un par de banderas ondeando. Ubicado en la parte superior izquierda del anuncio rodeado de texto.
Notas	El texto hace alusión al tipo de pasajero permitido, puertos de recalo, días de partida así como agente de gestión de los billetes, ubicado en Logroño. Advierte que D. Julián Hermosilla es en toda la provincia el único representante de la compañía con permisos en exclusiva de los consulados de Chile y Argentina. La imagen cumple una función ilustrativa sobre el tipo de servicios ofertados.

GRAN COMPAÑÍA DE VAPORES



CON DESTINO
A CHILE Y BUENOS-AIRES

Avance de pasajes y trabajo asegurado para carpinteros, herreros, albañiles, cañeros y trabajadores del campo.
Se admite solos y con familia con buenas condiciones.
Los días 17 y 21 de Abril saldrán de Burdeos, los vapores

CORDOBA y SAN MARTEN

y los días 12, 20 y 28


El Congo, Elquateur, Sorata y Medoc

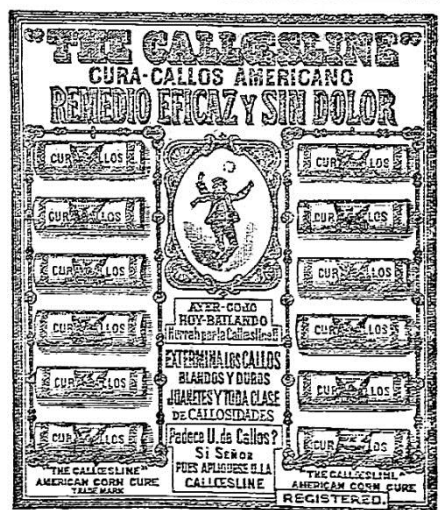
con destino a **Veraeruz, Brasil y Plata**, para cuyos vapores se admiten pasajeros de pago a precios económicos.

Facilita prospectos, informes y cuantos datos se deseen, D. H. Zabala, Logroño, calle de San Blas, núm. 12, exclusivo representante en esta capital de la compañía concesionaria.

Nº de identificación	LR 18890704-1.
Título	Gran compañía de vapores.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	07/04/1889 Página 4, 1ª columna.
Autor	Se reproduce una firma junto al barco que no se puede descifrar completamente dado el traspaso de tintas y el tamaño de la firma. Podría ser Blogati o Blogato.
Medidas	10 x 8,5 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico .
Frecuencia de publicación	16.
Descripción	Grabado tipográfico de un barco de vapor de dos mástiles y chimenea, con bandera en medio del océano navegando. En estilo realista, perspectiva cónica y representado de perfil. Se ubica en la parte superior izquierda del anuncio, rodeado de texto.
Notas	El texto literal informa de los días de salida desde Burdeos y el tipo de pasajero que recibirán. Informa sobre los puertos de recale y la oficina de atención al público en Logroño, única concesionaria de la compañía. La imagen cumple la función de ilustrar el texto.

8.4.6. Anuncios de higiene y cosmética

 <p>LA CALVICIE HA MUERTO</p> <p><i>Pomada prodigiosa Vega,</i> para hacer nacer el pelo y las barbas, de Ferrando y Martínez.</p> <p>MARCA DEPOSITADA</p> <p>Con el uso de este producto, según marga la intrucción que acompaña á cada tarro, se consigue limpiar la cabeza de descamaciones furfuráceas, evitar la caída del pelo y darle fuerza y vigor. A los 20 dias nace bello en los sitios que ha habido pelo; bello que se transforma en pelo, si se continúa usándola y teniendo en consideración las condiciones individualidades. El que pruebe una sola vez se convencerá.</p> <p>Consulta médica diaria y por correo. Precio de los tarros: 15, 25 y 30 pesetas uno.</p> <p>Despacho continuo.</p> <p>Depósito general: S. Vicente, 191, entresuelo.—VALENCIA.</p> <p>NOTAS. Para que el público tenga garantías de lo que anunciamos, devolveremos el importe á quien no obtenga algunos de los resultados que indicamos, «dirigiéndose á la casa central».</p> <p>Se desean agentes para darle la exclusividad de la venta en la provincia. Condiciones ventajosas.</p>	Nº de identificación	LR 18890408-1.
	Título	Pomada prodigiosa Vega de Ferrando y Martínez.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	04/08/1889
		Página 4, 2ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	7 x 14 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de publicación	24.
	Descripción	Grabado tipográfico de dos figuras masculinas, uno sentado en una silla y otro de pie, de perfil, en perspectiva cónica, en tres cuartos de perfil, con sombrados y volúmenes. El hombre de pie está ubicado a la derecha y sostiene un frasco con la mano izquierda mientras que con la derecha se representa la acción de aplicar el producto sobre el segundo hombre que figura a la derecha, sentado. El hombre dibujado de pie tiene pelo y barba, traje de chaqueta y pantalón. El hombre está representando sentado, calvo, con bigotes y perilla, de traje de chaqueta y pantalón. El grabado se ubica en la parte superior izquierda del anuncio rodeado de caja tipográfica que indica: Marca depositada.
	Notas	El texto que acompaña al producto indica su nombre y el de su creador. Explica los beneficios de la pomada, forma de aplicar y plazos en los que se verán sus resultados. Informa sobre los precios y oferta la devolución del dinero en caso de disconformidad. También solicita agentes de venta en la provincia. La imagen cumple una función ilustrativa.




Ninguna preparación de la tierra para la pronta curación de los callos iguala á la CALLESLINE AMERICANA. Su baratura la pone al alcance de todos; y cualquiera que sufra de las callos puede tener una prueba poco costosa y positiva de sus virtudes.


De venta en las principales Droguerías, Boticas y Bazares.

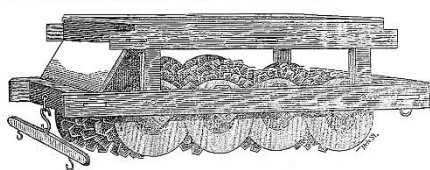
Nº de identificación	LR 18891012-2.
Título	Calloesline.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	10/12/1889 Página, 3 4ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6,5 x 9,5 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de publicación	8.
Descripción	Grabado tipográfico dividido en tres columnas. En las columnas 1ª y 2ª se representan frascos con el nombre del producto, con ausencia de perspectiva, vista frontal, seis por columna y dispuestos en sentido vertical. Se enmarca en orla decorada con nudos. En la columna central figura un hombre de cuerpo entero, bailando con los brazos en alto, vestido con gorra y bufanda, con el sol de fondo y sombreado. En blanco y negro, se reproducen volúmenes y se utiliza la perspectiva cónica. Está ubicado en la parte superior del anuncio, enmarcado en cuadro de forma almendrada y con volutas. Bajo el grabado tres anuncios tipográficos que hacen mención a las bondades curativas del producto. Enmarcado en doble filete negro de grosor fino y grueso.
Notas	La imagen refuerza los textos publicitarios de la columna central actuando como ilustración. La primera caja de texto dice: Ayer cojo y hoy bailando. Las cajas siguientes de texto hacen alusión a los síntomas que el producto alivia. Bajo el anuncio, en una caja de texto independiente sea introducido el anuncio literal que hace referencia al precio (económico) y los puntos de venta.

8.4.7. Anuncios de alimentación

	Nº de identificación	LR 18892901-1.
	Título	Harina Lacteada Nestlé.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	29/01/1889 Página 4, 3ª y 4ª columnas.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	12 x 9 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de publicación	30.
	Descripción	Grabado tipográfico ubicado al centro del anuncio representando un nido sobre una rama de un árbol. En el interior del nido figuran tres pichones que piden alimento con el pico abierto. Al borde derecho del nido se representa un pájaro portando alimento para los pichones. En el lado izquierdo hay una rama con tres hojas. La imagen es de estilo realista, en perspectiva cónica, con texturas y volúmenes en blanco y negro. El anuncio está rodeado de texto publicitario y enmarcado en dobles filetes.
	Notas	El anuncio literal hace referencia a la harina lacteada o lo que actualmente conocemos como harina en polvo. Informa sobre el origen del producto, el nombre de su inventor, lugares de distribución en España y puntos de venta. Informa sobre los premios y reconocimientos obtenidos por parte del producto y su inventor, señala además cómo se deben identificar las latas originales de las falsificaciones. Se recomienda como producto nutricional para bebés, niños y adultos con problemas estomacales. La imagen cumple una función alegórica en relación al cuidado materno.

8.4.8. Anuncios agrícolas


<div style="text-align: center;"> <p>JUAN MARRODAN (hijo)</p> <p>PROXIMO A LA PLAZA DE TOROS: LOGROÑO</p> </div>  <p>Construye prensas de todas clases, pisadoras para uva y artículos para bodega.</p> <p>Hornos de hierro amasadores, cilindros, cedazos y malacates para pausleros, norias para riego, bombas de todas formas y sistemas, motores de viento para elevar agua, barcos, rodetes, limpiadoras y toda clase de útiles para la fabricación de harinas.</p> <p>Máquinas para elaborar chocolate molidas á brazo ó por motor, trituradoras y limpiadoras para cacao.</p> <p>Alatros, arquillos perfectos automáticos para hacer planchales de varios sistemas y toda clase de herramientas agrícolas, colinas para edificios, repisos y balcones y todo lo que sea necesario á constructores de obras, camas y colchones de muelles gran surtido.</p> <p>BOMBA PARA RIEGOS</p>	Nº de identificación	LR 18891601-1.
	Título	Bomba para riegos.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	16/01/1889 Página 4, 1ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	13 x 8cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de publicación	88.
	Descripción	Grabado tipográfico de una bomba manual de riego de finales de siglo XIX, ubicada en la parte izquierda del anuncio, enmarcado en finos filetes negros, acompañado de texto en la parte inferior a modo identificativo. El estilo es ilustración realista y en perspectiva cónica. Carece de sombreado y referencias a la línea del horizonte. El grabado fue enmarcado entre filetes negro.
	Notas	El texto que acompaña a la imagen no hace referencia directa a la bomba que publicita el anuncio sino a los servicios y productos que ofrece el anunciante. La imagen en este sentido actuaría como ilustración de los productos ofertados por el fabricante.





TRILLOS MECANICOS PARA MIES.

Se venden en el establecimiento de SALUSTIANO MARRODÁN, calle de las Delicias, esquina á la de Soria, en Logroño.
 Pasan de 400 los trillos que, contruidos en esta casa, se han vendido en años anteriores, y su resultado no puede ser más satisfactorio.
 Como en años de cosecha abundante son los pedidos en la época de la recolección mayores que los que se pueden construir, conviene á los agricultores pedirlos con alguna anticipación para poder servirles con puntualidad.
 En todas las Exposiciones que ha presentado sus productos ha obtenido recompensas, contando ya catorce y entre ellas Medalla de plata y Medalla de bronce en la últimamente celebrada en Barcelona, con lo cual se demuestra el perfeccionamiento con que esta casa elabora sus artefactos y en especialidad las prensas, trituradoras de uva, sobaderas y amasaderas de pan, molinos harineros y demás máquinas que abraza su industria.


Nº de identificación	LR 18892805-1.
Título	Salustiano Marrodán. Trillos mecánicos para mies.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	28/05/1889 Página 4, 1ª columna.
Autor	MASI.
Medidas	13 x 10 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de publicación	138.
Descripción	Grabado tipográfico de un trillo mecánico de cuatro ruedas. Ubicado en la mitad superior del anuncio, está representando en perspectiva cónica, de perfil con dibujo de estilo de ilustración científica, realista con sombreado y volúmenes. No hay referencias a línea de horizonte ni figura humana.
Notas	El texto hace referencia a las medallas obtenidas por la maquinaria fabricada por Salustiano Marrodán, ubicación del comercio en la ciudad de Logroño, así como una advertencia a los agricultores para que encarguen con tiempo suficiente la maquinaria para las cosechas. El grabado funcionaría como ilustración de las maquinarias publicitadas.

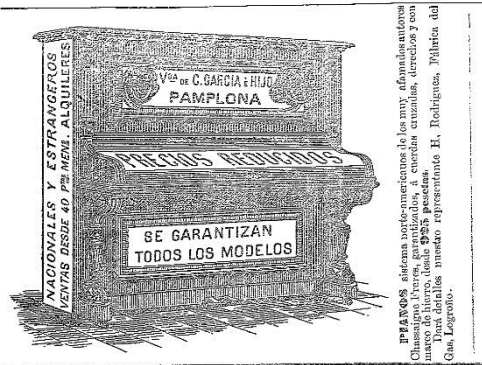
	Nº de identificación	LR 18891009-1.
	Título	Caballos para la pica.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	10/09/1889 Página 3, 4ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6 x 10,7 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de publicación	6.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa a un hombre con sombrero sosteniendo un anuncio con dos asas en la parte superior. Ha sido dibujado en perspectiva cónica y se le ha caracterizado con boina, bigotes, pañuelo anudado al cuello y zapatos terminados en punta sobre el suelo con un sombreado de trazos sueltos que sitúa la línea del horizonte centrando la caja de texto. El texto está enmarcado entre filetes negros.
	Notas	El anuncio por palabras hace referencia a la necesidad de comprar caballos para un evento taurino. Indica fecha y el nombre y la dirección de la persona que los adquirirá. La imagen cumple la función de ser el propio anuncio ilustrando con la figura humana el contenido.

	Nº de identificación	LR 18891910-1.
	Título	Venta de vacas.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	19/10/1889 Página 3, 2ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,5 x 2,5 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de publicación	13.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa a una vaca y una mujer sentada sobre un taburete ordeñándola. De estilo realista y perspectiva cónica, la vaca está dibujada de perfil, con la cabeza hacia la derecha y atada mediante lazo. La mujer se ha representado de espaldas con falda larga y pañuelo recogiendo su cabello. En segundo plano, vemos un cobertizo, con sombras, volumen. El anuncio se ubica en la parte izquierda del anuncio.
	Notas	El anuncio hace referencia a la venta de vacas y de mesas de billar. Indica en qué café dar razón a los interesados en la compra de ambos productos. En el extremo derecho última línea de la caja de texto se registra una errata: una letra "d" minúscula suelta. La imagen cumple una función ilustrativa sobre uno de los productos ofertados.

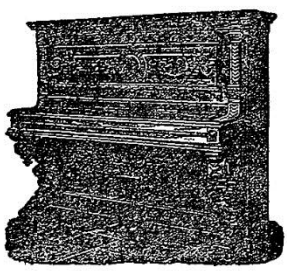
<div style="border: 1px solid black; padding: 10px; text-align: center;"> <p>Linimento Resolutivo, Saiz Martinez</p>  <p>PARA USO DE LA MEDICINA VETERINARIA</p> <p>Reemplaza con ventaja al fuego, se usa con seguridad de éxito en las Pulmonías, Bronquitis, Pleuresias, Peritonitis, Catarros, Pape-ras, etc.</p> <p>Depósito en Logroño: Farmacia de Martinez Iñiguez, Mercado, 25.</p> </div>	Nº de identificación	LR 18892711-1.
	Título	Linimento Resolutivo Saiz Martinez (<i>sic</i>).
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	27/11/1889 Página 4, 3ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	9,5 x 8 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de publicación	12.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa un caballo de perfil, con la cabeza hacia la izquierda, enjaezado en estilo realista, perspectiva cónica con sombreado que sitúa la línea de horizonte, volúmenes y texturas. La figura del animal está ubicada en la mitad superior del anuncio, centrado entre cajas de texto. El anuncio está enmarcado con orlas decorativas.
	Notas	El texto publicita un medicamento de uso veterinario. Indica síntomas que trata y su punto de venta en Logroño. La imagen cumple con una función ilustrativa.

8.4.9. Anuncios de instrumentos musicales

 <p>PIANOS Y ARMONIUMS Viuda de Conrado García e hijo 80 (Pasaje de Valencia, 80) PAMPLONA</p> <p>No recibimos en reparacion instrumentos de Rusia y otros países, tenemos a disposición de poseer ó como el público en gran número de variedades de pianos y armoniums de las siguientes marcas: Waldmann, Henschel, Hoff, August Forster, Reiter (Alemania), Heintz y Blücher, Grosse & Söhne, Grollmann y otros.</p> <p>PIANOS A MANTEQUILLA — ARMONIOS Y TRUMPOS — Armonios, Rodolphe Fils y Mantequilla — La gran variedad y construcción en esta especie en las mejores formas de tiempo y los armonios de piano que tiene variedad en sus tipos y accesorios de piano, como por ejemplo: armonios para piano de 4 y 6 teclas.</p> <p>Prevénse reducciones. — Al retardo y a piano hasta 400 pesetas mensuales.</p> <p>Armonios y reparaciones — ARMONIOS PARA PIANO.</p> <p>Nota. Se recibe pedidos y pedidos a quien lo quiere.</p> <p>Con respecto. Según el tipo de instrumento que se quiere comprar, se recomienda la variedad de los detalles que se piden, como el tipo de teclado y el tipo de accesorios que se quieren comprar, y el representante de la casa, D. Enrique Urbión, para el reparto y atención, a quien se refiere el presente anuncio.</p>	Nº de identificación	LR 18892302-1.
	Título	Pianos y Armoniums Viuda de Conrado García e hijo 1.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	23/02/1889 Página 4, 1ª, 2ª y 3ª columnas.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	26 x 11,5 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de publicación	29.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un piano vertical o de pared y un armonium de mediados de siglo XIX. Ambos instrumentos están ubicados en la parte superior del anuncio en los márgenes derecho e izquierdo respectivamente, en vista de tres cuarto de perfil, estilo realista, perspectiva cónica y con volumen. No hay referencia a línea de horizonte.	
Notas	Los grabados son ininteligibles dada la gran cantidad de detalles con que han sido representados y el traspaso de tintas entre sus páginas o la calidad del cliché. El anuncio tiene su casa matriz en Pamplona y oferta servicios así como variedad de fábricas. La imagen cumple una función ilustrativa de los productos ofertados.	



Nº de identificación	LR 18891405-1.
Título	Viuda de García e hijo 2.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	14/05/1889 Página 4, 1ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	12,5 x 10 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de publicación	30.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un piano vertical o de pared a pedales, sobre suelo de baldosas cuadradas y sombreadas. De estilo realista y en perspectiva cónica, reproduce detalles ornamentales e introduce el nombre del comercio en la parte frontal, junto a otras cajas de texto con publicidad que indican que se garantizan todos los modelos. En la parte frontal baja y en su lateral se indica el precio inicial de venta y alquileres. Se representa de perfil con sombreados y volúmenes. El grabado ocupa casi la totalidad del espacio destinado al anuncio, solo se ha introducido una caja de texto en la parte derecha del anuncio.
Notas	Este comercio publicó su primer anuncio el día 23 de febrero. El texto ubicado en la parte derecha, en formato vertical, publicita la llegada de nuevos modelos exportados de Norteamérica. Indica cómo localizar al representante de ventas de Logroño. La imagen cumple una función ilustrativa de los productos ofertados.


<p style="text-align: center;">  </p> <p style="text-align: center;"> Viuda de Conrado García é hijo 36-<i>Boulevard de Valencia</i>-36 PAMPLONA. Pianos y armoniums de las mejores fábricas españolas y extranjeras. Elegantes pianos de los muy acreditados fabricantes <i>Chassaigne Frères</i> que tan buen resultado han dado en esta población «garantizados» desde 3.700 reales.—Pianos españoles id. id. 3 300 id. Venta á plazos por mensualidades </p>	Nº de identificación	LR 18891209-1.
	Título	Viuda de Conrado García e hijo 3.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	12/09/1889 Página 3, 3ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,5 x 10 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de publicación	58.
	Descripción	Grabado tipográfico representando un piano vertical o de pared a pedales, en perspectiva cónica, en tres cuartos de perfil, con detalles, sombreados y volumen, sobre baldosas cuadradas y oscuras. El anuncio se ubica en la mitad superior del anuncio y está flanqueado por dos cajas de textos publicitarios con el nombre del comercio y el año de fundación. Bajo el grabado se abre otra caja de texto con detalles literarios.
	Notas	Este comercio publicó su primer anuncio el día 23 de febrero y el segundo el día 14 de mayo con diferentes grabados tipográficos. El anuncio indica el nombre de la empresa, su ubicación y tipos de pianos ofertados, así como precios y venta a plazos. La imagen cumple una función ilustrativa de los productos ofertados.

8.5. Anexo 5
Catálogo de grabados tipográficos del año 1900

8.5.1. Anuncios Médicos

8.5.1.1. Dentistas

<p>RUIZ, Cirujano-dentista</p> <p>Dentaduras nuevo sistema, orificaciones, empastes y extracción sin dolor</p> <p>Y todo lo concerniente á la cirugía dental, garantizando los trabajos.</p> <p>Mercado, 39, pral. Logroño.</p>	Nº de identificación	LR 19000105-1.
	Título	Ruiz cirujano – dentista.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	05/01/1900 Página 4, 1ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,5 x 1,2 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	293.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa la parte superior del paladar y dentadura humana en perspectiva axonométrica. Dibujo en estilo no realista, ubicado al centro del anuncio, rodeado de cajas de texto.
Notas	El texto publicitario oferta servicios dentales. A la cabeza el nombre del dentista y cajas de texto distribuidos de en laterales. La última caja de texto informa sobre la dirección en Logroño del despacho de atención a pacientes. La imagen, aunque no es realista refuerza el mensaje del texto publicitario, actuando como una figura alegórica.	

	Nº de identificación	LR 19000118-1.
	Título	González Cirujano dentista.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	18/01/1900 Página 2, 5ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,7 x 1 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	298.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa paladar y mandíbula humanos, representados en perspectiva cónica de tres cuartos de perfil, abiertos y con dentadura. De estilo lineal, blanco y negro, intenta ser realista y de estilo científico. Ubicado al centro del anuncio entre el nombre del anunciante y sus datos de contacto.
	Notas	El texto publicitario hace referencia al anunciante y sus datos de contacto. El uso de la imagen tiene función metafórica, ya que aporta sentido literal con el texto que acompaña y la profesión del anunciante.

Aviso al público logroñés




Dentro de breves días
llegará á esta ciudad el
reputado dentista

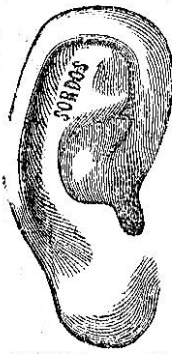
D. Juan Garaita

Fonda de Europa, arri-
ba del café Colón.

Nº de identificación	LR 19000320-2.
Título	Dentista Juan Garaita.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	20/03/1900 Página 3, 1ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6 x 17,3 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	40.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un paladar con lengua y dentadura. En estilo de ilustración científica, está representado en perspectiva cónica, en blanco y negro con textura y sombras. Está ubicado en el margen izquierdo del anuncio rodeado de texto publicitario.
Notas	El texto publicitario anuncia la llegada de un dentista e informa sobre su localización. Carece de detalles como horarios o tarifas. La imagen funciona como una ilustración metafórica del tipo de servicio que se ofertará al público y a qué parte del cuerpo va dirigido, reforzando el texto.

8.5.1.2. Servicios médicos

	Nº de identificación	LR 19000822-1.
	Título	Aznar Ortopédico.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	22/08/1900 Página 4, 4ª y 5ª columnas.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	13,5 x 7,8 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	6.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa una pierna izquierda recta con prótesis y anillas que recorren toda la extremidad. Se representa con calzado y parte del tronco (cintura y abdomen). En estilo realista y lineal, carece de precisión científica e ilustra y refuerza el mensaje textual del anuncio. Está ubicado en el margen izquierdo, ocupando una superficie de un cuarto de anuncio.
	Notas	El texto publicitario hace referencia a la llegada a la ciudad del médico ortopédico. Indica dolencias que trata y aparatos ortopédicos que oferta. Indica los días de consulta y el lugar en el que se le puede localizar. La imagen cumple una función ilustrativa de los servicios ofertados por el médico.

 <p>SORDOS</p> <p>Gran invento. D. Vicente Ruiz, Director del Gabinete acústico de Madrid, ha resuelto el difícil problema de dar oído a los sordos, sin operar, por lo que S. M. la Reina le ha concedido su Real privilegio. Dicho señor reparte prospectos gratis mandando sellos para contestar.--<i>Montera, 8, Madrid.</i></p>	Nº de identificación	LR 19000101-1.
	Título	Sordos.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	01/01/1900 Página 1, 1ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,7 x 0,5 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	24.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa una oreja derecha en perspectiva cónica, frontal y ubicado en la mitad izquierda acompañada de texto explicativo. De estilo realista, en su interior tiene escrita la palabra sordos con mayúsculas. Con trama de tonos y volumen.
	Notas	El texto indica el nombre del inventor del aparato, anuncia la concesión de Real privilegio y dirección de contacto para el envío de prospectos. La imagen es una alegoría del contenido del texto y del servicio que se oferta.

8.5.1.3. Tónicos, bálsamos, gotas y bebidas

<p>VINO NOURRY</p> <p><i>A la vez Depurativo y Fortificante.</i></p> <p>Por su sabor agradable y su eficacia en los casos de</p> <p>DEBILIDAD ANEMIA LINFATISMO y ENFERMEDADES del PECHO</p> <p>Sustituye con ventaja á las Emulsiones y al Aceite de Hígado de Bacalao.</p> <p>CLIN Y COMAR - PARIS EN TODAS LAS FARMACIAS 603</p>	Nº de identificación	LR 19000101-2.
	Título	Vino Nourry.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	01/01/1900 Página 4, 1ª, 2ª y 3ª columnas.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	8 x 10 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	43.
Descripción	Grabado que representa una botella de vino, ubicada en la parte izquierda del anuncio. Al centro contiene una etiqueta indicando el nombre del producto y otros detalles de fabricación. Con sello bajo el gollete. Representada en perspectiva cónica, con volumen, luces y texturas. Enmarcado en filetes de punta redondeada en cuyo extremo inferior derecho figura el número 603.	
Notas	El texto indica el nombre del producto, productos medicinales que sustituyen, síntomas que alivian su ingesta, fabricantes y lugares de venta. La imagen es una ilustración del producto anunciado.	

<p>DE LA TOS FERINA</p> <p><small>JARABE. Hecho a base de extracto de belladona y opio. Se toma de 20 a 30 gotas 3 ó 4 veces al día. Después de cada dosis se debe beber un vaso de agua. Este jarabe es de color rojo y se toma con agua o leche. Se cura o alivia desde las primeras dosis con él. De venta en todas las farmacias y droguerías.</small></p>	Nº de identificación	LR 19000113-2.
	Título	Jarabe Olis.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	13/01/1900 Página 4, 1ª a 5ª columnas.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	32 x 2 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
	Descripción	Grabados tipográficos en forma de mano cerrada con dedo índice apuntado hacia texto publicitario, representadas en perspectiva frontal, de color oscura, con mangas de camisa y chaqueta.
	Notas	El texto publicitario hace referencia a un jarabe para la tos, enumera los síntomas e informa sobre su composición química. Menciona lugares de venta y depositarios.

¡Un León Joven!

Las toses son cual los leoncillos; débiles é inofensivas en su primer periodo; pero más fuertes y peligrosas á medida que trascurre el tiempo.

La influenza, la congestión pulmonal y la pleuresia se curan fácilmente si se las somete á un tratamiento tan luego de presentarse la tos.

La bronquitis, la pulmonía y hasta la tisis se dominan prontamente si se las atiende al iniciarse.

El Pectoral de Cereza del Dr. Ayer

pronto vence la tos que acompaña á estas enfermedades en sus comienzos.

Empléandose pronto el pectoral cura pronto.

Quando la enfermedad está bien desarrollada, aún entences el Pectoral de Cereza reduce la fiebre, mata el dolor, facilita la respiración y restablece rápidamente la salud.

Para todas las afecciones de la garganta y los pulmones, agudas ó crónicas, el Pectoral de Cereza del Dr. Ayer ofrece una curación cierta y completa cuando la curación es posible.


Pero, recuérdese que es más fácil dominar un león joven que un león en la plenitud de su desarrollo.

Se halla de venta ahora en frascos de mediano tamaño á precios reducidos.




Nº de identificación	LR 19001004-1.
Título	Pectoral de cereza del Dr. Ayer.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	04/10/1900 Página 2, 5ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	5,7 x 14,5 cm. aprox
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	10.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato de un niño cargando pesas. El grabado está realizado en estilo realista, aunque carece de precisión científica, en blanco y negro, en perspectiva cónica y ubicado en el margen derecho del anuncio. El niño viste camiseta blanca y pantalones cortos oscuros.
Notas	El texto publicitario hace referencia al producto y los síntomas que alivia. Está dirigido a enfermos con afecciones respiratorias como pulmonía, bronquitis, fiebre entre otras enfermedades. Indica lugar de venta. La función de la imagen es alegórica del producto ofertado, ya que muestra a un niño realizando ejercicios lo que sin capacidad respiratoria sería imposible.


	Nº de identificación	LR 19000807-1.
	Título	El Vichy español.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	07/08/1900 Página 3, 4ª y 5ª columnas.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,5 x 23,5 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	21.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa un anuncio sostenido por una mano masculina con detalles de camisa y chaqueta en la parte media derecha del anuncio. Representada en estilo realista, en perspectiva cónica, lleva tonos y semitonos. En parte superior derecha del anuncio figura un escudo con corona real cerrada y fajín sin inscripción.
	Notas	El texto publicitario hace referencia a agua embotellada con propiedades medicinales. Indica lugares de venta y distribución.

	Nº de identificación	LR 19000723-1.
	Título	Elixir San Vicente de Paul.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	23/07/1900 Página 2, 4ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	7 x 4,3 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	13.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato masculino de San Vicente de Paul, de busto exento, en perspectiva cónica, con alzacuellos y gorra y aureola de santo. De estilo realista, lineal, en blanco y negro, ubicado en la mitad superior del anuncio, al centro entre orlas dentadas y filetes negros.	
Notas	El texto publicitario se dirige al público que padece anemia. Informa a los compradores sobre el nombre, fabricantes y los comerciales encargados de la distribución en España del producto. El retrato sería utilizado como identificación corporativa del producto.	



Nº de identificación	LR 19000116-1.
Título	Emulsión Forcada.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	06/01/1900 Página 4, 4ª y 5ª columnas.
Autor	Anónimo.
Medidas	13,7 x 6 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	13.
Descripción	Grabados tipográficos de dos membretes. El primero es circular y se ubica en la parte superior derecha, reproduce una medalla al mérito del Real Colegio de Farmacéuticos de Barcelona con escudo rodeado de laureles, cuerpo central y yelmo con penachos. El segundo se ubica en la parte inferior izquierda, es circular y reproduce un sello con hojas de laurel, Doctor Forcada, concedido en 1898, único. El anuncio se enmarca en rectángulo con filetes dobles.
Notas	El texto publicitario hace referencia a los premios obtenidos, instituciones científicas que la recomiendan y menciona a su competidora, Emulsión Scott. Enumera los síntomas y ventajas del producto y lugares de venta.

 <p>Bálsamo Neuralgine GRAN REMEDIO</p> <p>para la curación del <i>reumatismo, neuralgia, gota, sciática, umbago, contusiones, torceduras y toda clase de punzadas y dolores nerviosos, cura como por encanto.</i></p> <p>Ninguna preparación en tierra iguala al BALSAMO NEURALGINE como remedio externo, SENCILLO y EFICAZ. Su baratura lo pone al alcance de todos, y cualquiera que sufra algún dolor puede inmediatamente tener una prueba poco costosa y positiva de sus virtudes. —De venta en todas las farmacias y droguerías.</p> <p>Trade Mark Registered. S. James Laboratori Eastville</p>	Nº de identificación	LR 19000110-1.
	Título	Bálsamo Neuralgine.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	10/01/1900 Página 4, 3ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	9,7 x 10 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	61.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa una mujer vestida con traje largo y gasas sobre una rueda de carreta que porta en su brazo derecho un frasco con el nombre de Bálsamo Neuralgine. Está representada con tonos y volúmenes, en estilo precedente al Nouveau. Se ha utilizado la perspectiva cónica, la rueda tiene inscrito un texto que se hace poco legible y del cual se distinguen las siguientes palabras: "remedy in the world". El grabado está enmarcado por un marco con extremo superior ovalado y está ubicada en la mitad izquierda del anuncio.
	Notas	El texto publicitario hace referencia al producto, los síntomas que alivia, el tipo de marca y lugar de venta del producto. La función de la imagen es retórica en lugar de ilustrativa en relación con el texto que acompaña al grabado.

	Nº de identificación	LR 19000103-3.
	Título	Gota Licor del Dr. Laville.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	03/01/1900 Página 4, 1ª y 2ª columnas.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	8 x 10 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
	Descripción	Grabado tipográfico con sello enmarcado en orla circular en cuyo interior figura un grabado de jarrón triangular con tres flores y hojas. De estilo lineal, representado con ausencia de perspectiva, frontal, se ubica en la parte superior derecha del anuncio. Sobre el jarrón letras que podrían ser o bien dos rr o dos tt seguidas de eia. El anuncio está enmarcado en caja de texto con bordes circulares. En la parte inferior derecha figura el número 508.
	Notas	El texto indica el nombre del producto, fabricantes y el tipo de enfermedad que alivia su ingesta.



Nº de identificación	LR 19000126-1.
Título	Gotas concentradas de Hierro Bravais.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	26/01/1900 Página 3, 3ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6,2 x 4,5 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	16.
Descripción	Grabado tipográfico que representa una mujer dormida sobre un sillón con un gran cojín y mantas. Vestida de traje de finales del XIX junto a una mesa con elementos de costura sobre ella. De estilo realista y perspectiva cónica. El anuncio se ubica en el margen izquierdo del anuncio enmarcado entre filetes superiores y laterales de diferente grosor. El grabado ilustra una escena que el producto anunciado prevendría.
Notas	El texto publicitario hace referencia al producto ofertado, y la dolencia que alivia. Advierte de las ventajas de su consumo, los beneficios para la salud y lugares de venta. El texto cumple una función ilustrativa en relación al texto.



Nº de identificación	LR 19001124-1.
Título	Tónico Kotech.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	24/11/1900 Página 4, 5ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	16 x 18,5 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	9.
Descripción	Grabados tipográficos presentados en dos cajas. El margen derecho presenta en vertical un hombre vestido con traje, bigote mostacho y barba. El siguiente grabado representa a una mujer con cabello recogido y el último un niño de pelo corto. Estos personajes están representados en perspectiva cónica, con sobrepeso, en blanco y negro. Sobre su columna se lee "Los que la usan a diario". En la columna de la izquierda se reprodujeron los mismos tres personajes, sobre su columna se lee "Los que no usan el tónico", representados con los mismos formalismos visuales aunque con delgadez manifiesta. El estilo es lineal, no científico ni realista. Enmarcados en gruesos filetes negros en la parte posterior e inferior. Ambas columnas son alusivas a las propiedades del tónico e ilustran el cambio físico producido en quienes toman el tónico y quienes no lo hacen.
Notas	El texto publicitario hace referencia a los síntomas que el tónico alivia así como una descripción pormenorizada de síntomas propios de hombres, mujeres y niños. No utiliza lenguaje científico. Indica valor, lugares de venta y dirección a la que escribir con gratuidad de las mismas. El grabado actuaría como alegoría del texto, siendo testimonial de su eficacia.

OPINIÓN DE UN HOMBRE CIENTÍFICO

El celebrado Dr. D. Agustín M.^a Gibert, especialista en enfermedades de la mujer, en Tarragona, ha escrito una carta recomendando la verdadera Emulsión Scott, la cual es muy importante á todo enfermo. La experiencia y fama de tan conocido hombre de ciencia, hace que su opinión revista grande importancia donde quiera que se exprese. Su lenguaje al referirse á la Emulsión Scott, debe interpretarse como la expresión del más sincero convencimiento, pues dicho Doctor afirma con franqueza que no conoce ningún medicamento que pueda reemplazar á éste. Su carta, escrita para bien de la humanidad, dice así:

El infrascrito, doctor en medicina y cirugía, especialista en enfermedades de la mujer:



Dr. Agustín M.^a Gibert

CERTIFICO: Que con el uso de la Emulsión Scott, he logrado fortalecer y regenerar á un buen número de enfermos, que á causa de largas y penosas enfermedades, se hallaban en extremo debilitados; la he prescrito mucho también para combatir las afecciones del pecho y garganta, como asimismo para la caries de los huesos, anemia y raquitismo, habiendo siempre correspondido á mis esperanzas, por los buenos resultados obtenidos con su prescripción, por lo cual estoy altamente satisfecho y seguiré empleándola siempre que la crea necesaria.

Y para que así conste lo firmo en Tarragona á 25 de Noviembre de 1895.

Dr. AGUSTÍN M.^a GIBERT.

Sin fijarnos en las enfermedades especiales que cura la Emulsión Scott, diremos en general que su acción es útil en todas las manifestaciones de debilidad y demacración; y siempre y cuando el organismo necesita alimentarse y fortalecerse, la Emulsión Scott es el específico indicado para llenar mejor esos fines. Esta preparación es el Aceite puro de hígado de bacalao combinado con hipofosfitos de cal y sosa, y glicerina. Ningún otro remedio se encuentra combinado con estos agentes curativos en tales proporciones científicas, y ninguna otra fórmula de aceite de hígado de bacalao es tan agradable al paladar ni tan fácil de digerir.

Un frasquito de prueba será enviado gratis á quien lo pida á D. Carlos Marés, calle de Valencia, 427, Barcelona, acompañando 75 céntimos en sellos de correo para pago de franqueo.

Nº de identificación	LR 19000103-2.
Título	Emulsión Scott.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	03/01/1900 Página 2, 5ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6,7 x 0,5 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	4.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato masculino en estilo realista de busto exento, en perspectiva cónica en tres cuartos de perfil vestido de frac, con barba y vista a la derecha. Se representa tonos y semitonos, texturas de barba y pelo, dibujo lineal con tramas. A pie del retrato, se identifica la figura como Dr. Agustín M. ^a Gibert. Se ubica al centro del anuncio, en la parte izquierda.
Notas	El texto introduce una carta escrita por un médico especializado en enfermedades femeninas, quien da cuenta de los síntomas que alivia y de su eficacia. Continúa con una descripción detallada de los síntomas que alivia, su composición química a grandes rasgos, para finalizar indicando las señas postales para recibir una muestra gratis del producto anunciado. El grabado refuerza el mensaje del texto escrito, testimoniando la veracidad del Dr. Gibert y reforzando la carta enviada con objeto de dar mayor veracidad al producto.

PODÉIS CURAR à vuestro hijo

¡Qué felicidad contemplar à niños que fueron endeblés y raquíticos, cambiados en robustas y alegres criaturas por medio de la **Emulsion Scott!** Este remedio obra más en beneficio de los niños que todos cuantos medicamentos pudieran tomarse. Véase como ejemplo, el de un niño que crecía raquítico y desuadrado.

Hablando de él, su padre dice:

Muy Sr. mio: No puedo menos que manifestar à V. para el uso que crea conveniente, que el que suscribe, habitante en Barcelona



José Fecé

calle Aribas, 23, 4., tiene dos hijos de 4 y 2 años respectivamente llamados José y Miguel, los cuales han venido obligados à tomar la Emulsion Scott, puesto que por causa de su lactancia deficiente y por enfermedades propias de la niñez, se criaban débiles y enfermizos. No me esforzaré en demostrarle los efectos

en ellos producidos por tan excelente preparación, por cuanto la fotografía del primero, que tengo el gusto de remitir à V., le demostrará su desarrollo físico; participándole, además, que desde que siguen tomando la Emulsion Scott, no han tenido ninguna enfermedad.

No me cansaré de alabar tan buena preparación, recomendándola como la salvación de los niños. — Queda de Vd. S. S. q. b. s. m., JOSÉ FECÉ.

Barcelona 10 de Marzo de 1899.

Uno de los males que angustian más à los padres y son más difíciles de resolver, es la tendencia que el organismo de varios niños muestra à la extenuación, sin causa aparente que la motive. La **Emulsion Scott** es remedio infalible para este caso, en virtud de la asociación perfecta de sus componentes, el aceite de hígado de bacalao con los hipofosfatos de cal y sosa y glicerina.

Su principal ventaja es que los niños no la consideran como medicina, sino como una crema, y esto contribuye à facilitar su administración.

Un frasquito de prueba será enviado gratis à quien lo pida à D. Carlos Marés, call de Valencia, 427, Barcelona, acompañando 75 céntimos en sellos de correo para pago de franqueo.

Nº de identificación	LR 19000108-1.
Título	Emulsión Scott.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	08/01/1900 Página 2, 5ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6,7 x 17,5 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa el retrato de un niño de cuatro años, de busto exento, con pelo largo cayendo suelto hasta sus hombros, vestido con traje al estilo de finales de siglo XIX, en perspectiva cónica, con tonos y semitonos, dibujo lineal, ubicado en la parte central del anuncio a cuyo pie figura el nombre José Fecé.
Notas	El texto publicitario hace alusión al medicamento, sus virtudes curativas e introduce una carta de estilo testimonial junto al grabado, escrita por un padre que explica cómo la ingesta del medicamento hizo recobrar la salud de su hijo. Indica su ventaja en relación a otras medicinas y por que es apropiada para el consumo de niños. Indica nombre y dirección del distribuidor del producto, así como las condiciones de venta. El grabado refuerza el texto testimonial.

NO SE DEN DROGAS FUERTES á los niños

Los niños no necesitan generalmente drogas fuertes para combatir sus tendencias al aniquilamiento; la costumbre de administrarles esta clase de medicinas es de resultados contraproducentes. Cuando el organismo delicado de un niño se esfuerza inútilmente para lograr su crecimiento, entonces es cuando necesita la **Emulsión Scott**. Este es un hecho claramente probado por la experiencia, y cuanto más pronto los padres reconozcan esta verdad, menos tardarán sus hijos en experimentar el beneficio. Permitásenos ilustrar el poder de este remedio presentando un caso sucedido en Barcelona.

Muy Sr. mío: Pongo en su conocimiento tener una niña llamada Bienvenida, de siete años, de temperamento nervioso, que ya sea



Bienvenida Pérís.

del destete prematuro ó bien de haber padecido el sarampión y alguna que otra enfermedad de infancia, lo cierto es que se criaba tan endeble que decidí el darle la Emulsión de Scott; pasó un mes tomándola sin observar le hiciera nada; pero á los dos meses, noté un cambio tan grande en la niña, que no se

hizo tardar la pronta curación, como demuestra claramente su fotografía.

Quedo agradecido y haga V. el uso que más le convenga de este certificado.

*Su S. S. q. b. s. m., José Pérís.
Su casa Consejo de Ciento, 133. Ent.º 1.º
Barcelona á 3 de Marzo de 1899.*

La niña cuya fotografía presentamos, no necesitó remedios fuertes, según demuestran los hechos claramente. Bastaronle las propiedades nutritivas de la **Emulsión Scott**, y cuando recibió el beneficio de éstas, el resultado pronto se manifestó en ella recobrando la salud. Esta experiencia sencilla demuestra los grandes efectos de nuestra preparación. La **Emulsión Scott** es dulce al paladar, y esto hace que los niños no la miren como medicina, además, facilita la digestión y enriquece la sangre con las más esenciales propiedades nutritivas.

La **Emulsión Scott** puede obtenerse en las boticas; y la preparación verdadera se distingue por nuestra marca de fábrica: un hombre cargando un pescado al hombro

Nº de identificación	LR 19000113-1.
Título	Emulsión Scott.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	13/01/1900 Página 3, 1ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6,7 x 15 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	3.
Descripción	Grabado tipográfico de una niña de siete años, con vestido y pelo recogido con un lazo. Retrato de busto exento, estilo lineal, con tonos y semitonos, representada en perspectiva cónica. Al pie del grabado se halla inscrito Bienvenida Pérís. El grabado está ubicado en la parte central izquierda del nuncio y rodeado de texto en letras cursivas que representa una carta del padre de la niña.
Notas	El texto publicitario pone de manifiesto la debilidad de los niños y como un incorrecto consumo de medicamentos no apropiados redundaría en su debilidad. Incorpora un texto personal que reafirma las propiedades del producto, luego informa de los puntos de venta y cómo reconocer el producto para distinguirlo de otros de similares características. La imagen refuerza la veracidad del testimonio incorporado al texto publicitario y se presenta como una fotografía real de la niña a la que alude la carta.

UNA BENDICIÓN para el género humano

Jamás se ha ofrecido al público un remedio tan recomendado por la profesión médica como la **Emulsión Scott**. Este gran medicamento supera á los demás en sus propiedades curativas y nutritivas.

Para todas las manifestaciones de decaimiento en la constitución, tales como pérdida de carnes y apetito, demacración y debilidad general, la **Emulsión Scott** es la preparación más eficaz que pueda tomarse. Como demostración de las recomen-



José Grifoll

El abajo firmado, Licenciado en Medicina y Cirugía, certifico: Que he obtenido con el empleo de la Emulsión de Scott magníficos resultados en todos cuantos casos la vengo empleando desde hace diez años, por cuyo motivo no dudo en recomendarla como excelente preparación para combatir todas las manifestaciones propias del raquitismo, escrófula, tuberculosis, que tan frecuentes son entre la humanidad doliente.

mentaciones de los médicos, acompañamos una carta del celebrado doctor Grifoll, de Reus, que dice así:

El abajo firmado, Licenciado en Medicina y Cirugía, certifico: Que he obtenido con el empleo de la Emulsión de Scott magníficos resultados en todos cuantos casos la vengo empleando desde hace diez años, por cuyo motivo no dudo en recomendarla como excelente preparación para combatir todas las manifestaciones propias del raquitismo, escrófula, tuberculosis, que tan frecuentes son entre la humanidad doliente.

JOSÉ GRIFOLL.


Reus 21 Noviembre de 1895.

La **Emulsión Scott**, combinada con hipofosfitos y glicerina, es la fórmula de hígado de bacalao más agradable al paladar.

En las enfermedades cuyos gérmenes producen la escrófula y tuberculosis, la **Emulsión Scott** no sólo da fuerza y vitalidad al sistema, sino que es también poderoso preventivo de estos males. En las enfermedades de la infancia, tales como raquitismo y marasmo, la administración de este remedio se hace indispensable para los médicos. Todos en general recomiendan la **Emulsión Scott**, y los colegios de medicina del mundo entero se unen para celebrarla. Sólo se necesita probar la **Emulsión Scott** para convencerse de su maravillosa eficacia.

Un frasquito de prueba será enviado gratis á quien lo pida á D. Carlos Marés, 427, calle de Valencia, Barcelona, acompañando 75 céntimos en sellos de correo para pago de franqueo.

Nº de identificación	LR 19000117-2.
Título	Emulsión Scott.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	17/01/1900 Página 3, 2ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6,4 x 16,3 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	2.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato masculino de busto exento, en perspectiva cónica, tres cuartos de perfil, de estilo realista. Representado con tramas y tonos, en blanco y negro, viste traje y corbata, lleva barba y bigote mostacho estilo imperial. Al pie del retrato figura el nombre José Grifoll. Ubicado al centro del anuncio en la parte izquierda, el texto lo rodea.
Notas	El texto publicitario hace referencia al producto ofertado y ofrece a los lectores una carta testimonial. Continúa explicando su fórmula, ventajas del producto y puntos de venta. La imagen sería un garante del texto publicitario, actuando como identificador de emisor de un mensaje testimonial.

<p style="text-align: center;">UNA PALABRA para el hogar doméstico español</p> <p>Casi todas las enfermedades demacrantes de los niños se pueden curar devolviendo á sus órganos delicados el vigor y robustez perdidos. Esta es la opinión del mundo médico y también la experiencia de casi todos los que se ocupan de los fenómenos que se manifiestan durante el crecimiento del cuerpo. Presentamos aquí la carta de una experimentada Comadrona la cual nos ofrece un ejemplo de la Escrófula.</p> <p><i>Madame Lemaistre, Profesora en Partos, con Títulos de 1.ª clase de las Academias de Madrid y Paris, residente en esta Corte, Calle de Campomanes, núm. 7: Tiene el honor á la</i></p> <div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="margin-left: 10px;"> <p><i>par que un deber de caridad hacer constar que cuantas madres y niños de temperamento escrofuloso y de contextura débil que han estado bajo mi cuidado y dirección y se les ha hecho tomar la Emulsión Scott han conseguido en la mayoría de los casos tratados su total curación y robustez y en todos una mejoría grande; con lo cual se demuestra las inmejorables condiciones de este medicamento para las enfermedades indicadas anteriormente. Por tanto, me congratulo en poder recomendar á todos cuantos padecen anemia ó debilidad, el uso de la Emulsión Scott, cuyo sabor es grato y de fácil digestión, si quieren verse pronto sanos y robustos, pues así me lo han demostrado prácticamente los muchos casos que he tenido ocasión de tratar durante el ejercicio de mi profesión.</i></p> <p><i>Madrid, 15 Enero 1898. CECILIA LEMAISTRE.</i></p> <p><i>Profesora en Partos, Campomanes, 7.</i></p> <p>Hoy día en España la palabra Emulsión está en boca de casi todas las familias, y puede añadirse que ningún otro remedio se emplea con la frecuencia que éste para aliviar muchos de los sufrimientos humanos.</p> <p>Las comadronas encuentran un auxiliar indispensable en la Emulsión Scott, tanto para la madre como para la criatura. Esta preparación, de aceite puro de hígado de bacalao, hecha bajo la forma más grata al paladar, está combinada con hipofosfitos de cal y sosa y glicerina, ayuda la digestión, purifica y enriquece la sangre y da carnes y fuerza al enfermo. Para la Escrófula y Anemia, Tuberculosis, Raquitismo y toda forma de demacración, la Emulsión Scott es el verdadero remedio para devolver la salud. Basta probar la preparación verdadera para quedar convencido de su eficacia.</p> </div> </div>	Nº de identificación	LR 19000119-1.
	Título	Emulsión Scott.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	19/01/1900 Página 2, 1ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,7 x 19,3 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	2.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato femenino de busto exento, representado en perspectiva cónica tres cuartos de perfil. La mujer viste vestido oscuro y lleva el pelo recogido. De estilo realista, lineal, en blanco y negro, ubicado al centro del anuncio en el margen izquierdo. Bajo el grabado figura el nombre de la mujer representada: Cecilia Lemaistre. Ubicado al centro del anuncio en la parte izquierda incrustado entre el texto.	
Notas	El texto publicitario hace referencia al producto ofertado y ofrece a los lectores una carta testimonial. Continúa explicando su fórmula, ventajas del producto y puntos de venta. La imagen sería un garante del texto publicitario, actuando como identificador de emisor de un mensaje testimonial.	

LO QUE NECESITAN los niños

En nuestras series de artículos médicos hemos tratado de exponer con claridad que cuando los niños crecen débiles y desmedrados, más que de medicinas necesitan de elementos de nutrición. En la Emulsión Scott, de aceite puro de hígado de bacalao, tenemos la base de este elemento soberano en su más perfecta forma, además de sus propiedades curativas que siempre se encuentran en el verdadero aceite de hígado de bacalao. Es difícil imaginar que la hermosa niña cuya fotografía aquí reproducimos, estuviese tan débil como manifiesta la carta que va a continuación.

Muy Sr. mto: Tengo el placer de manifestarle que siendo padre de cuatro hijos (dos varones y dos hembras), he tenido ocasión de



Carmen González

experimentar en ellos, con el mejor éxito, su celebrada Emulsión Scott de aceite puro de hígado de bacalao, pudiéndole asegurar que sus efectos tónico-reconstituyentes son infalibles. La menor de mis hijas, Carmen, que se crió con biberón, debido sin duda á su defectuoso sistema de lactancia, creció sumamente desmedrada y raquítica, tanto que á los veinte meses de edad no caminaba aún, tal era su estado anémico y menguado desarrollo. Temiendo peores resultados, administré la Emulsión Scott, de la que sólo usó dos frascos, logrando con ellos restablecerla y reconstituirla á tal punto de robustez y de gordura que está desconocida, como puede V. apreciar por el retrato que le adjunto.

Autorizándole para que haga de esta carta el uso que crea conveniente, se ofrece de V. atto. S. S. g. b. s. m. ANGEL GONZÁLEZ.

Madrid 27 Febrero 1899.

Una de las principales ventajas de la Emulsión Scott, es la de presentar el aceite de hígado de bacalao en forma perfectamente agradable al paladar, combinado además con los hipofosfitos de cal y sosa y la glicerina, cuyos factores de nutrición contribuyen cada uno de por sí al desarrollo orgánico, llevan á los nervios corrientes de energía, proporcionan material para la formación de huesos sanos, favorecen la digestión y fortalecen el cerebro.

La glicerina evita la fermentación y facilita de otra manera la absorción del aceite. La invención de la Emulsión Scott es un triunfo de la ciencia reconocido por toda la profesión médica; pero solamente con la verdadera Emulsión Scott se pueden obtener los resultados deseados.

Nº de identificación	LR 19000123-1.
Título	Emulsión Scott.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	23/01/1900 Página 2, 1ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6,7 x 19,3 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	2.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato de busto exento, de una niña de dos a tres años de edad según hace referencia el texto, representado en perspectiva cónica. La niña viste vestido y lleva el pelo corto. De estilo realista, lineal, en blanco y negro, bajo el grabado figura el nombre de la niña representada: Carmen González. Ubicado al centro del anuncio en el margen izquierdo, el texto lo rodea.
Notas	El texto publicitario hace referencia al producto ofertado y ofrece a los lectores una carta testimonial de un padre que describe el estado de su hija y como la ingesta de la emulsión hizo que recobrará su salud. Continúa explicando su fórmula, ventajas del producto y puntos de venta. La imagen sería un garante del texto publicitario, actuando como identificador de emisor de un mensaje testimonial.

CONSEJOS PRÁCTICOS en los periódicos

El público empieza á aprovechar de los consejos que lee casi diariamente en la prensa periódica. El siguiente caso, entre otros muchos análogos cuyo relato tenemos á la vista, es una prueba de la utilidad de semejante lectura.

«Muy Sres. míos: Habiendo leído en uno de los diarios de Barcelona el artículo sobre la Emulsión de Scott, y teniendo yo una hija llamada Dolores, de ocho años, pálida, sin fuerza y sin ganas de comer y predispuesta á padecer de la garganta, pensé en darle la Emulsión Scott, y á la segunda botella encontré un cambio tal que continúe hasta haber tomado cinco botellas, y hoy se halla restablecida completamente.»

Pueden Vds. disponer de su afmo. S. S.
JAIME ESPLUGAS.

Tiene su casa, calle de las Mercedes, n.º 8, en Sans, á 8 de Marzo de 1899.»

Es verdaderamente milagroso ver cómo los niños adquieren salud y fuerza con el uso de la Emulsión Scott. Cuasi sin excepción cura rápidamente todos los casos de debilidad y demacración. Y en todos los casos de enfermedades de los niños, tales que debilidad general, escrófula, marasmo y raquitismo, la Emulsión Scott restablece pronto la salud. Fundados en la experiencia, podemos decir que la única manera de obtener los mejores resultados en el tratamiento, consiste en procurarse la verdadera Emulsión Scott. Esta preparación es diferente de las demás y muy superior á otra cualquiera. La Emulsión Scott se reconoce por nuestra marca de fábrica — un hombre llevando un gran pescado en la espalda — impresa en la etiqueta de toda botella legítima.

Un frasquito de prueba será enviado gratis á quien lo pida á D. Carlos Marés, calle de Valencia, 427, Barcelona, acompañando 75 céntimos en sellos de correo para pago de franqueo.



Dolores ESPLUGAS

Nº de identificación	LR 19001003-1.
Título	Emulsión Scott.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	03/10/1900 Página 2, 5ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6,5 x 16,5 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato de una niña de busto exento, en perspectiva cónica. La niña viste vestido y lleva el pelo recogido. De estilo realista, lineal, en blanco y negro, ubicado en el margen derecho entre texto. Bajo el grabado figura el nombre de: Dolores Esplugas.
Notas	El texto publicitario hace referencia al producto y cómo su consumo alivió una serie de síntomas de debilidad en una niña de ocho años. El retrato funciona como garante del texto identificando al padre de la niña que remite una fotografía para comprobar su estado actual de completa recuperación. Indica cómo reconocerla entre otros productos, anuncia el envío de muestras gratis y nombre y dirección del distribuidor en Barcelona.

Alerta con las falsificaciones

Los que no gozan de salud necesitan naturalmente un remedio para sus padecimientos, y si hay necesidad de recurrir á un medicamento para obtener la curación de ellos, es asimismo muy natural procurar que éste sea una preparación legítima y probada, que alcance el grado de perfección exigido por la facultad médica. Este remedio es la Emulsión Scott, y ninguna otra preparación se ha presentado que le iguale.

Nadie puede negar que los doctores en medicina son las personas más aptas para apreciar el valor relativo de las diferentes



Antonio de Linares

fórmulas medicamentosas, y si ellos insisten universalmente, como es fácil convencerse de ello, en la importancia de que se compre la verdadera Emulsión Scott, no deje nunca de seguirse su consejo y adquiriéndose la legítima, la cual se distinguirá por nuestra marca de fábrica: un hombre cargando un gran pescado sobre sus hombros. Esta marca de fábrica está en el envoltorio de cada botella de Emulsión Scott verdadera. La opinión de un profesor tan conocido como el Dr. Linares, de Málaga, es de suma importancia para todo el mundo. Véase cómo la expresa en la siguiente carta.

Muy Sr. mío: tengo mucho gusto en manifestarle que vengo prescribiendo hace años la Emulsión Scott de aceite de hígado de bacalao con muy buen resultado, entendiéndolo que es una gran preparación difícil de sustituir con sus similares. Queda de Vd. atento y S. B. q. b. e. m., ANTONIO DE LINARES. — Málaga, 11 de Diciembre de 1906.

El público obrará sabiamente rehusando toda falsificación y sustituciones inferiores en lugar de la Emulsión Scott verdadera.

Para todo estado de aniquilamiento del cuerpo, tal como se manifiesta en la Escrófula, Anemia, Tuberculosis, Raquitismo, Marasmo, Tosas y Resfriados ordinarios, no hay remedio en el mundo tan eficaz como la verdadera Emulsión Scott. La opinión de los médicos viene en apoyo de esta manifestación, y la experiencia de todos cuantos toman la Emulsión Scott prueba universalmente la superioridad de este gran remedio sobre todos los conocidos. Por consiguiente, la humanidad que sufre, debe poner el mayor cuidado en no adquirir sino la verdadera Emulsión Scott, y se verá ampliamente recompensada de ello con el refloreamiento de la salud perdida. La Emulsión Scott es dulce al paladar y en nada perjudica á la digestión.

Nº de identificación	LR 19000125-1.
Título	Emulsión Scott.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	25/01/1900 Página 2, 4ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6,5 x 20,1 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato masculino de busto exento, en perspectiva cónica de tres cuartos de perfil. Viste traje, chaqueta y pajarita. Lleva el pelo corto, con calvicie, barba y bigotes gruesos. De estilo realista, lineal, en blanco y negro. Bajo el grabado figura el nombre de: Antonio de Linares. Ubicado al centro del anuncio en el margen izquierdo, el texto lo rodea.
Notas	El texto publicitario hace referencia al producto ofertado, especifica los detalles que caracterizan el producto, tanto en embalaje como en calidad y advierte de imitaciones. Ofrece a los lectores una carta testimonial de un médico de Málaga que recomienda el producto. Continúa explicando los síntomas que alivia, las ventajas del producto y reitera la conveniencia de no adquirir otros productos similares. La imagen sería un garante del texto publicitario, actuando como identificador de emisor de un mensaje testimonial.

<p>Recuperación de fuerzas después de una enfermedad</p> <p>Después de una enfermedad es importante saber el medio más pronto y seguro de recobrar la fuerza, y evitar así complicaciones. La manera de lograr esto, está demostrada en la siguiente carta:</p> <p><i>Muy Sr. mío: Por si en algo puede serle útil este informe, le diré que hace cuatro años estuve enferma de la viruela, la que me dejó tan débil y tan inapetente que perdí por completo todas mis fuerzas, é imposibilitada de todo trabajo. En ese estado, recurri al uso de la Emulsión Scott, al ejercicio al aire libre cuando el tiempo lo permitía, y acompañado este tratamiento de una buena alimentación, en poco tiempo recuperé el apetito y con él las fuerzas que me han permitido reanudar mi trabajo completamente restablecida. Autorizándole hacer el uso que le convenga de esta carta, quedo de V. affma. S. S., FELIPA GARCÍA. — Barcelona, calle San Clemente, 7 y 9, 3.º, 1.º Marzo 4/1899.</i></p> <p>Se concibe fácilmente que es preferible tomar la Emulsión Scott para fortalecerse y evitar el mal, que esperar que éste se apodere del organismo. En este sentido la Emulsión Scott es un reconstituyente perfecto y asegura una rápida convalecencia. Este remedio contiene aceite de hígado de bacalao, hipofosfitos y glicerina en la forma más aceptable al paladar y al estómago. La Emulsión Scott es de sabor dulce y tan adaptada al sistema digestivo, que no causa en él fermentación alguna; en una palabra, sólo se nota la acción eficaz de este medicamento por la fuerza y vigor que comunica en seguida al cuerpo. La Emulsión Scott está recomendada y recetada por la profesión médica en los casos de Tuberculosis, Anemia, Raquitismo y Marasmo, y en todos aquellos en que es necesario un reconstituyente eficaz.</p> <p>Un frasco de prueba será enviado gratis á quien lo pida á D. Carlos Marés, 427, calle de Valencia (Barcelona), acompañando 75 céntns. en sellos de correo para pago de franqueo.</p> <p>COK ESPECIAL para estufas, cocinas, planchadoras y hornos.—Ezequiel Lorza, Rodríguez Paterna 22, y Baños, 4, Logroño.</p> <p>SILLONES PLEGANTES Se venden sillones propios para pesaos y jardines. Para más detalles, dirigirse al empresario de las sillas en Logroño, Mercedo, 14, 2.º, izquierda.</p>	Nº de identificación	LR 19000313-2.
	Título	Emulsión Scott.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	13/03/1900 Página 3 1ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6 x 17 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	6.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato femenino de busto exento, representado en perspectiva cónica tres cuartos de perfil con la cabeza hacia la derecha. La mujer viste vestido y lleva el pelo recogido. De estilo realista, lineal, en blanco y negro, ubicado al centro del anuncio en el margen izquierdo. Bajo el grabado figura el nombre de la mujer representada: Felipa García.	
Notas	El texto publicitario se dirige a personas afectadas de debilidad tras convalecer de alguna enfermedad. Incorpora una carta donde la retratada explica sus síntomas y cómo la ingesta de la emulsión le ayudó a recuperarse. Continúa detallando síntomas que alivia y la fórmula del producto, sus cualidades y síntomas que alivian, además de venderlo como un refuerzo nutricional. Ofrece el envío de un frasco de prueba, indicando contacto e importe. La imagen sería un garante del texto publicitario, actuando como identificador del emisor de un mensaje testimonial.	

DE IMPORTANCIA para todas las mujeres

Imposible será juzgar de momento los efectos que puede producir una carta que hemos recibido de una comadrona bien conocida en Barcelona; lo que sí sabemos es que toda mujer que la lea comprenderá instintivamente que encierra algo que puede interesarle por relacionarse con alguna época de su vida. Recomendamos la carta de la Sra. Gagu, especialmente á toda mujer que espera ser madre.

Muy Sres. míos: Hace muchos años que en mi práctica vengo recomendando la Emulsión de Scott, en todas aquellas de mis clientas que se encuentran debilitadas y agotadas



D. Madrona Gagu

sus fuerzas por sufrimientos de prolongada duración por efecto del embarazo. La feliz asociación de los ingredientes que componen dicho específico hacen de él un poderoso tónico y reconstituyente, muy útil para reanimar un cuerpo debilitado y reparar su depauperación.

Por esto aconsejo su empleo durante el estado de preñez para combatir la clorosis ó anemia con sus derivantes, y también durante la lactancia con objeto de enriquecer la leche de la madre y procurar al organismo el fosfato de cal tan necesario á la formación de los huesos y músculos del niño.

Lo que tengo el gusto de consignar en obsequio de sus preparadores.

Barcelona 29 de Diciembre de 1897.

MADRONA GAGU.

Profesora en partos.— Calle de Jaime I. 6.
Los experimentos realizados por las comadronas con la Emulsión Scott, da á este remedio una importancia especial para las mujeres. Siglos hace que el sexo débil ha buscado un remedio parecido á la Emulsión Scott para suplir los elementos que no solamente dan fuerza para llevar el periodo de gestación á feliz término, sino para nutrir al niño antes de nacer. La Emulsión Scott posee varias propiedades cuya verdadera importancia no habían reconocido los médicos hasta ahora.

Este remedio es una fórmula de aceite de hígado de bacalao combinado con hipofosfitos de cal y sosa, agradable al paladar y de asimilación fácil. Esta combinación de los mejores agentes medicinales, sólo se encuentra en la verdadera Emulsión Scott.

Nº de identificación	LR 19000206-1.
Título	Emulsión Scott.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	06/02/1900 Página 2, 5ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6,5 x 17,5 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	3.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato femenino de busto exento, representado en perspectiva cónica tres cuartos de perfil con vista a la izquierda. La mujer lleva vestido y el pelo recogido. De estilo realista, lineal, en blanco y negro, ubicado al centro del anuncio en el margen izquierdo. Bajo el grabado figura el nombre de la mujer representada: Madrona Gagu.
Notas	El texto publicitario se dirige al público femenino. Hace referencia al producto ofertado y su recomendación para las mujeres en estado de embarazo, que deseen estarlo o que hayan dado a luz. Explica los síntomas que alivia, las ventajas del producto y su fórmula médica. La imagen funciona como garante del texto identificando al emisor y su profesión.

MANERA DE ROBUSTECER á los niños

La debilidad hereditaria de los niños es lo que más ha preocupado á los médicos hasta ahora; pero es un hecho reconocido ya, que se triunfa por completo de estas debilidades por medio de la Emulsión Scott. Aquí tenemos el caso de un niño cuya madre murió de tisis pulmonar, y él crecía débil y raquítico; su padre nos ha facilitado estos detalles dándonos permiso para publicarlos en bien de la humanidad.

Muy Sr. mío: Por si en algo puede serle útil la mía, pongo en su conocimiento el tener un hijo llamado Juan, de nueve años; su madre, digna siempre para mí, falleció de Tuberculosis pulmonar; de ahí que mi hijo se criaba algo de-pauperado y siempre con poco apetito, y en vista de tal estado decidí darle la Emulsión Scott, buena alimentación y aire puro, según prescripción facultativa, logrando un cambio tan radical, que hoy, fuerte y robusto,



Juan Fernández
siempre risueño y de buen color, está completamente curado.

Haga el uso que más le convenga de lo narrado, quedando agradecido este su S. S. q. b. s. m.
JUAN FERNÁNDEZ. Su casa: San José, 97, 4.º Hostafranchs, 4 Marzo 1899.

Recomendamos eficazmente el uso de la Emulsión Scott para todos los niños débiles ó desmedrados. Son sorprendentes los beneficios que les proporciona este excelente remedio. La Emulsión Scott está recomendada por todos los «Centros Médicos», y los facultativos opinan que no hay nada que la pueda suplir.

La verdadera Emulsión Scott se conoce por nuestra marca de fábrica: un hombre llevando un pescado sobre el hombro; y prevenimos al público contra las imitaciones fraudulentas. La verdadera Emulsión Scott es dulce al paladar y facilita la digestión, además de ser un remedio que contiene las propiedades curativas y alimenticias esenciales del aceite de hígado de bacalao, hipofosfitos y glicerina.

Un frasquito de prueba será enviado gratis á quien lo pida á D. Carlos Marés, 427, calle de Valencia (Barcelona), acompañando 75 céntimos en sellos de correo para pago de franqueo.

Nº de identificación	LR 19000310-1.
Título	Emulsión Scott.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	10/03/1900 Página 2, 5ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6,5 x 16,7 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	6.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato de busto exento, de un niño de nueve años según hace referencia el texto, representado en perspectiva cónica, mirando hacia la derecha. Viste traje con pajarita, pelo corto. De estilo realista, lineal, en blanco y negro. Bajo el grabado figura el nombre de: Juan Fernández. Ubicado al centro del anuncio en el margen izquierdo, el texto lo rodea.
Notas	El texto publicitario hace referencia al producto y ofrece a los lectores una carta testimonial de un padre que describe el estado de su hijo y cómo la emulsión le fortaleció. Ofrece el envío gratuito de un frasco y da los datos de contacto, precios y formula del producto. La imagen sería un garante del texto publicitario, actuando como identificador de emisor de un mensaje testimonial.

CURACION DE LA ESCRÓFULA

Llamamos la atención de nuestros lectores sobre el siguiente caso de una niña que padecía de Escrófula y se curó completamente tomando la **Emulsión Scott**. Su padre nos hace esta pequeña relación del caso, la cual nos parece muy digna de atención en sus más ínfimos detalles.

Muy Sr. mío: Tengo una hija llamada Carmen, de nueve años, que ha venido sufriendo desde muy pequeña de tumores fríos y abundante pus por los oídos, con costras en la cabeza; tuve á bien darle la Emulsión Scott por espacio de dos años, habiendo logrado curarse, como tendrá ocasión de verla en el retrato.



Carmen Soligó

Doy facultades para que haga lo que más le convenga, y disponga de este padre agradecido. — BERNARDO SOLIGÓ.

Su casa: Valencia, n.º 209, 1.º 2.º

Barcelona 4 de Marzo de 1899.

El motivo de ser la Emulsión Scott tan eficaz en la Escrófula, Anemia, Tuberculosis, Raquitismo y en todas las enfermedades extenuantes, es porque tiene combinadas las propiedades medicinales y curativas del aceite puro de hígado de bacalao, con los hipofosfitos de cal y sosa y glicerina, que son los elementos vitales más poderosos que se conocen en medicina. La Emulsión Scott es agradable al paladar, favorece la digestión, se absorbe sin esfuerzo y se asimila prontamente.

La Emulsión Scott purifica y enriquece la sangre obrando poderosamente sobre los gérmenes del mal; produce carnes y vigoriza los músculos, y restituye la salud cuando todos los demás remedios resultan ineficaces.

Un frasquito de prueba será enviado gratis á quien lo pida á D. Carlos Marés, calle de Valencia, 427, Barcelona, acompañando 75 céntimos en sellos de correo para pago de franqueo.

Nº de identificación	LR 19000316-1.
Título	Emulsión Scott.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	16/03/1900 Página 3 1ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6 x 14,7 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	6.
Descripción	Grabado tipográfico que representa una niña, de busto exento, representado en perspectiva cónica tres cuartos de perfil con vista a la izquierda. La niña lleva vestido con lazo en el cuello y el pelo recogido. De estilo realista, lineal, en blanco y negro, ubicado en el margen izquierdo del anuncio, en la zona central. Bajo la figura se lee: Carmen Soligó.
Notas	El texto publicitario hace referencia a un testimonio de un padre que tras haber dado a su hija el producto escribe agradecido al fabricante. El retrato funciona como garante del texto publicitario. Continúa explicando su fórmula, ventajas del producto y puntos de venta. Ofrece el envío gratuito de un frasco y da los datos de contacto, precios y fórmula del producto. La imagen sería un garante del texto publicitario, actuando como identificador de emisor de un mensaje testimonial.

Consejos de una comadrona á las madres

Nuestro deseo es exponer á las madres y nodrizas la manera más eficaz de enriquecer su leche, la cual forma el único alimento de los tiernos seres que amamantan. Cuán importante es que la leche mantenga una buena calidad, cosa es que se lo alsea de buena madre, pero no todas conciben el medio de asegurar que la leche sea buena. Ocupémonos por un momento de la experiencia de una comadrona de fama, autorizada por la Facultad de Medicina de Barcelona, para que las madres y nodrizas tomen de ella una lección práctica. Esta comadrona ha expuesto generosamente lo siguiente:

Doña Juana Beauclair, comadrona francesa, autorizada con título Real por la Facultad de Medicina de Barcelona:



Juana Beauclair

CERTIFICADO: Que he tenido ocasión de ensayar en las señoras que lactan sus hijos, y aun en las nodrizas, el uso de la Emulsión Scott para el mejoramiento de su leche y, por lo mismo, la perfecta nutrición del infante. En todas ocasiones me he felicitado de haberla recomendado, porque

siempre el éxito ha sido satisfactorio.

Y para que conste, libro el presente certificado en Barcelona, 1.º de Enero de 1898.

JUANA BEAUCLAIR. Ronda Universidad, 7, 1.º

¡La Emulsión Scott! Este es el secreto para tener buena leche. Si la madre ó nodriza toma esta célebre preparación, encontrará que no solamente la criatura estará mejorada, sino que ella misma recibirá fuerza de las propiedades nutritivas de este maravilloso reconstituyente. La Emulsión Scott es el aceite puro de hígado de bacalao combinado con hipofosfitos de cal y sosa y glicerina, convertido en una composición grata al paladar y de fácil digestión. Los médicos recomiendan la Emulsión Scott y las comadronas interponen su influencia para hacer conocer este gran remedio á familias que tengan hijos. Durante el período del crecimiento, la Emulsión Scott es esencial para combatir la pobreza de la sangre y decaimiento, pues produce carnes, fortalece los huesos y da vitalidad al organismo.

Nº de identificación	LR 19000320-1.
Título	Emulsión Scott.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	20/03/1900 Página 3 1ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6 x 17,3 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	6.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato femenino de busto exento, representado en perspectiva cónica tres cuartos de perfil. La mujer viste un vestido oscuro y lleva el pelo recogido. De estilo realista, lineal, en blanco y negro, ubicado al centro del anuncio en el margen izquierdo. Bajo el grabado figura el nombre de la mujer representada: Juana Bauclair. Ubicado al centro del anuncio en la parte izquierda, el texto lo rodea.
Notas	El texto publicitario se dirige a mujeres en etapa de lactancia y nodrizas. Explica la fórmula del producto, sus cualidades y síntomas que alivian, además de venderlo como un refuerzo nutricional. La imagen sería un garante del texto publicitario, actuando como identificador de emisor de un mensaje testimonial.

<p style="text-align: center;">Tristes ejemplos de desarrollo físico cuando los niños sin causa aparente no medran</p> <p>El desmedro de los niños, producido por causas varias que parecen desafiar todo tratamiento, es una de las más tristes cosas que se presentan durante su crecimiento. A menudo ocurre que los padres no saben absolutamente que hacer para sus tiernos hijos, cuya salud declina a pesar de todos los cuidados que les prodigan. No es extraño, pues, que una vez hallado el remedio eficaz que ha restaurado la salud y la vitalidad de sus hijos, los padres agradecidos gusten de contribuir á la popularidad del remedio. La siguiente carta lo comprueba:</p> <p>«Barcelona 20 de Diciembre de 1899. Muy distinguidos Sres. míos: El sorprendente resultado obtenido con el uso de la Emulsión Scott me obliga á la siguiente manifestación, pues sería una ingratitud por mi parte no reconocer el bien recibido por la curación de mi hija de dos años y medio de edad, la que estaba aniquilándose con una diarrea pertinaz é inapetencia, que le hacía imposible tomar alimentos para nutrirse. Dos botellas de su excelente Emulsión bastaron para poner á mi hijita en el famoso estado de salud que demuestra la adjunta fotografía que con gusto acompaño, por si puede convenirles acreditar por medio de la publicidad cuanto llevo expuesto.</p> <p>De Vdes. affma. y atenta S. S., TERESA MAS. Bomba, núm. 4, 2.º, interior.»</p> <p>Tratándose de la salud de los niños, el lector debe tener muy presente que la verdadera Emulsión Scott es una preparación sin igual que jamás ha podido ser substituída. No cabe esperar que la salud se recupere con un remedio inferior. Los médicos le dirán que de todas las formas de tomar el aceite de hígado de bacalao hasta ahora inventadas, la emulsión de Scott es la mejor adaptada para los enfermos. La Emulsión Scott es agradable al paladar y de fácil digestión. Restablece la salud, cuando todo otro remedio fracasa. Vence con facilidad toda clase de debilidad y demacración, toses, resfriados, pulmonías, pérdida de carnes, escrófula, tisis y desmedro de los niños.</p> <p>Un frasquito de prueba será enviado gratis á quien lo pida á D. Carlos Marés, calle de Valencia, 427, Barcelona, acompañando 75 céntimos en sellos de correo para pago de franqueo.</p>	Nº de identificación	LR 19001005-1.
	Título	Emulsión Scott.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	05/10/1900 Página 3, 5ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,5 x 19 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	3.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato de una niña de dos años, busto exento, en perspectiva cónica, tres cuartos de perfil, de estilo realista. Representado con tramas y tonos, en blanco y negro, con vestido oscuro y cabello corto y oscuro. Al pie del retrato figura el nombre: Teresa Mas. Ubicado en el margen derecho del anuncio incrustado entre el texto.
	Notas	El texto publicitario hace referencia al producto publicitado y ofrece a los lectores una carta testimonial donde se narra el caso de una niña de dos años aquejada de diarrea y debilitamiento. El retrato funciona como garante del texto identificando la madre de la niña que remite una fotografía para comprobar su estado actual de completa recuperación. Continúa explicando los síntomas que alivia, ventajas del producto y oferta frascos gratuitos de muestra.

<p style="text-align: center;">PARA NIÑOS DELICADOS</p> <p style="text-align: center;">Carta referente á un sistema curativo con resultados satisfactorios</p> <p>Quando los niños crecen sin el desarrollo natural y empiezan á mostrar debilidad y tendencia á desmedrar, es muy importante someterlos á un tratamiento eficaz para que su debilidad no degenera en enfermedad. El mejor tratamiento para tales casos se revela en la carta siguiente:</p> <p style="text-align: center;">«Santander, 12 Enero 1900.</p> <p>Muy distinguidos Sres. míos: Mi hija, de edad de quince meses, crecía muy raquítica á consecuencia de algunas enfermedades que había padecido además de haberse amamantado con mala leche.</p> <p>Habiendo visto en uno de los diarios locales un anuncio sobre la Emulsión Scott, decidí probarla en mi hija.</p> <p>El resultado, después de dos meses solamente de uso, fué sorprendente. Sigue ganando carnes, color y buen apetito. La verdad es que está casi desconocida.</p> <p>Deseando, en beneficio de la humanidad, dar publicidad á los buenos resultados que se obtienen de la Emulsión Scott, tengo sumo gusto en darles el presente certificado.</p> <p>Su muy atento y S. S. Q. B. S. M., NARCISO GALLUT SALA, <i>Carabnero de mar»</i></p> <p>El tratamiento por la Emulsión Scott es especial y único en su clase. No hay otro remedio tan agradable al paladar ni tan aceptable á los enfermos á causa de su sabor y fácil digestión. La razón de ello es que la Emulsión Scott está preparada bajo una fórmula original y que hasta ahora nadie ha podido imitar satisfactoriamente. La Emulsión Scott es un compuesto especial de aceite de hígado de bacalao con hipofosfitos de cal y de sosa y glicerina. Cada uno de estos componentes son reconocidos como agentes curativos por los mejores médicos del mundo, y la manera como están combinados en la Emulsión Scott, multiplica sus propiedades. Los médicos y los periódicos aconsejan que no se use otra Emulsión que la verdadera de Scott, y para obtener los buenos resultados de esta preparación aconsejamos que se fijen en la marca de fábrica — un hombre con un gran pescado en la espalda — que está en la envoltura de toda botella legítima. Quienes compren la Emulsión Scott obtendrán satisfactorio resultado con su uso, como está claramente probado por cuantos la emplean.</p>	Nº de identificación	LR 19001007-1.
	Título	Emulsión Scott.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	07/10/1900 Página 2, 5ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,5 x 18,7 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	3.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato de una niña de 15 meses, busto exento, en perspectiva cónica y de estilo realista. Representado con tramas y tonos, en blanco y negro, con vestido de cuello de volantes y cabello corto. Al pie del retrato figura el nombre: Caridad Gallut. Ubicado en el margen derecho del anuncio, rodeado de texto.	
Notas	El texto publicitario hace referencia al producto publicitado y ofrece a los lectores una carta testimonial donde se cuenta el caso de una niña de 15 meses aquejada de raquitismo debilitamiento. El retrato funciona como garante del texto identificando al padre de la niña que remite una fotografía para comprobar su estado actual de completa recuperación. Continúa explicando la fórmula del producto, los síntomas que alivia y sus ventajas. Refuerza el mensaje de que los médicos y los periódicos la aconsejan para aliviar enfermedades.	

UNA ESPECIALIDAD

La Emulsión Scott
es diferente de todo otro remedio

En la serie de artículos médicos que estamos publicando en los diarios, nos esforzamos en demostrar que la Emulsión Scott difiere de toda otra fórmula de aceite de hígado de bacalao que haya podido combinarse. El hecho de que la Emulsión Scott es superior á cualquiera otra fórmula de aceite de hígado de bacalao está probado sin la menor duda por sus antecedentes.

Las personas que han usado de otros remedios sin obtener beneficio alguno de ellos, al tomar la Emulsión Scott recobran completamente su salud. La razón de tales resultados está justificada y claramente indicada por los médicos, quienes saben que la Emulsión Scott es una preparación ideal. He aquí un caso de una niña en Madrid que sufría de inapetencia, pérdida de carnes y gran palidez:

«Madrid 3 de Febrero de 1900.

Muy Sres. míos: Mi hija Isabel, de 6 años de edad, estaba anémica desde algún tiempo, sin ganas de comer, delgada y sumamente pálida. Ocurrióseme probar la Emulsión Scott, y gracias á Dios que así lo hice. Después de tomar solamente tres botellas, el cambio que se notaba en ella era sorprendente, como puede verse por la inclusa fotografía.



Isabel SANCHEZ

Hoy, se la puede llamar niña sana, con el apetito recobrado, carnes más llenas, robusta y de buen color, todo ello debido á su excelente Emulsión, á la cual queda sumamente agradecido S. S. S.

JOSÉ SANCHEZ.

Su casa, calle de Toledo, 116, 4.º, 3.ª

La carta que precede es prueba evidente de la eficacia de la Emulsión Scott y nos congratulamos con el autor de la misma por el feliz resultado obtenido. Quien desee los mismos resultados puede obtenerlos cuidando de comprar la verdadera Emulsión Scott, con nuestra marca de fábrica — un hombre llevando un gran pescado en la espalda — impresa en la envoltura de toda botella legítima.

Un frasquito de prueba será enviado gratis á quien lo pida á D. Carlos Marés, calle de Valencia, 427, Barcelona, acompañando 50 céntimos en sellos de correo para pago de fraudeo.

Nº de identificación	LR 19001011-1.
Título	Emulsión Scott.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	11/10/1900 Página 2, 5ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6,5 x 18,3 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	4.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato de una niña de seis años, busto exento, en perspectiva cónica, y de estilo realista. Representado con tramas y tonos, en blanco y negro, con vestido, lazo al cuello y cabello recogido. Al pie del retrato figura el nombre: Isabel Sánchez. Ubicado en el margen derecho del anuncio rodeado de texto.
Notas	El texto publicitario hace referencia al producto publicitado y ofrece a los lectores una carta testimonial donde se cuenta el caso de una niña afectada con una serie de síntomas que tras la ingesta del producto recobra su salud. El retrato funciona como garante del texto identificando al padre de la niña que remite una fotografía para comprobar su estado actual de completa recuperación. Continúa explicando los síntomas que alivia, ventajas del producto y oferta frascos gratuitos de muestra.

LA ESCRÓFULA CURADA

con el uso de la Emulsión Scott

Hay muy pocas enfermedades que como la escrófula pongan á prueba con tanta precisión la eficacia del remedio. Es una enfermedad pertinaz de la sangre, y pocos remedios logran curarla. Para conocer el remedio más á propósito para la escrófula, véanse los detalles que sobre él da la siguiente carta:

«Barcelona 26 de Febrero de 1900.

Muy Sres. míos: El satisfactorio resultado obtenido del uso de la Emulsión Scott, me obliga á manifestar á Vdes. que mi hijo Antonio, de 7 años de edad, se halla completamente curado de una afección escrofulosa que le tenía constantemente (sobre todo ca-

beza y cara) con escoriaciones y costras, al extremo que todo el mundo se retraía de los halagos que naturalmente se prodigan á todos los niños, lo cual ya comprenderán ustedes cuán penosa era para mi esta fatal circunstancia; pero gracias á Dios hoy se encuentra tan sano y robusto que es la envidia de esos



Antonio LECINA

á quien antes inspiraba lástima; dígame si no su retrato que tengo el gusto de remitirles en comprobación de lo manifestado, y faculto á ustedes por si les conviene hacerlo público, puesto que casos como el presente deben darse á conocer en bien de la humanidad.

A sus órdenes su afmo. S. S.,

ANTONIO LECINA.

Calle Leona, 10.»

No vacilamos en afirmar que ningún otro remedio, empleado en el caso citado, hubiera producido los buenos efectos de la Emulsión Scott. Esta es una combinación peculiar de aceite de hígado de bacalao con hipofosfitos de cal y de sosa y glicerina, tan agradable de tomar que los niños la toman como una golosina. La Emulsión Scott es de fácil digestión y restablece la salud cuando todo otro remedio falla por completo.

Es preferible comenzar tomando la Emulsión Scott antes de gastar dinero en remedios dudosos. La Emulsión verdadera se distingue fácilmente por nuestra marca de fábrica — un hombre llevando un gran pescado en la espalda.

Un frasquito de prueba será enviado gratis á quien lo pida á D. Carlos Marés, calle de Valencia, 427, Barcelona, acompañando 75 céntimos en sellos de correo para pago de franqueo.

Nº de identificación	LR 19001012-1.
Título	Emulsión Scott.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	12/10/1900 Página 2, 5ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6,5 x 18,3 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	4.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato de un niño de siete años, busto exento, en perspectiva cónica, con la cabeza hacia la izquierda y de estilo realista. Representado con tramas y tonos, en blanco y negro, con traje de marinero y cabello corto. Al pie del retrato figura el nombre: Antonio Lecina. Ubicado en el margen derecho del anuncio rodeado de texto.
Notas	El texto publicitario hace referencia al producto y ofrece a los lectores una carta testimonial donde se cuenta el caso de un niño que padecía escrófula. La imagen funciona como garante del texto identificando al padre del niño que remite una fotografía para comprobar su estado actual de completa recuperación. Continúa explicando los síntomas que alivia, ventajas del producto y oferta frascos gratuitos de muestra.

UNA VIDA SALVADA

Maravillosa curación de una niña

No hay palabras con que expresar que la Emulsión Scott es el mejor remedio en su clase y la preparación mejor combinada. Permitásenos llamar la atención sobre la siguiente carta gratulatoria, referente á una niña que estando á la muerte recobró su salud:

«Hostafranchs, 26 de Febrero de 1900.
Muy Sres. míos: No encuentro palabras para expresar mi gratitud por el bien que hemos recibido

de su Emulsión de Scott, puesto que mi hijita Mercedes, de dos años de edad, puede decirse que ha vuelto á la vida, gracias á los poderosos efectos de la Emulsión Scott, pues su estado era tan crítico, que estaba desahuciada, y tal era su decaimiento y extenuación que sus piernecitas jamás pudieron servirle de apoyo. Su transformación no tiene ejemplo, después de haber tomado unas cuantas botellas de Emulsión Scott, está robusta y ávida con agilidad y su desarrollo podrán Vdes. juzgarlo del retrato adjunto.



Mercedes ARNAU

Su agradecido y affmo. atto. S. S.
JAIME ARNAU.
Calle Mayor, 74, tienda.»

Imagínese el lector la ventura que reinaria en ese hogar después de haber logrado con la Emulsión Scott una curación tan completa, y considérese luego lo que podía haber resultado empleando un remedio desconocido. La niña goza de vida y buena salud, gracias enteramente á la Emulsión Scott.

La Emulsión Scott merece, sin duda, probarse por cuantos están sufriendo de falta de salud. Cura la tisis, escrófula, anemia, y en fin, todo aniquilamiento del cuerpo humano, y los que la usen obtendrán siempre satisfactorio resultado. En ninguna otra forma resulta el aceite de hígado de bacalao tan aceptable al paladar y de tan fácil digestión. Por ello, es de suma importancia que se compre, exclusivamente, la verdadera Emulsión, con nuestra marca de fábrica — un hombre llevando un gran pescado en la espalda — impresa en la envoltura de cada botella legítima.

Nº de identificación	LR 19001014-1.
Título	Emulsión Scott.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	14/10/1900 Página 2, 5ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6,5 x 16,7 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	4.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato de una niña de dos años, busto exento, en perspectiva cónica, tres cuartos de perfil, de estilo realista. Representado con tramas y tonos, en blanco y negro, con vestido y sombrero. Al pie del retrato figura el nombre: Mercedes Arnau. La imagen sería un garante del texto publicitario, actuando como identificador de emisor de un mensaje testimonial. Ubicado en el margen derecho del anuncio, rodeado de texto.
Notas	El texto publicitario hace referencia al producto publicitado y ofrece a los lectores una carta testimonial donde se cuenta el caso de una niña de dos años desahuciada. El retrato funciona como garante del texto identificando al padre del niño que remite una fotografía para comprobar su estado actual de completa recuperación. Continúa explicando los síntomas que alivia, ventajas del producto y oferta frascos gratuitos de muestra.

IMPORTANTE PARA LAS MADRES

Valiosos consejos dados por una comadrona

Si nos proponemos investigar el asunto, encontraremos que la Emulsión Scott es más usada y recomendada por las comadronas que cualquier otro remedio conocido. Las mujeres que ejercen esta noble profesión, tienen oportunidades especiales para juzgar de los resultados prácticos que se obtienen del uso de varios remedios. Constantemente en contacto con sus pacientes observan atentamente los efectos de todos los remedios empleados en sus clientes. — He aquí lo que nos escribe una de las comadronas más conocidas en Barcelona:

«Barcelona 18 de Enero de 1898.

Muy Sres. míos: Hace muchos años que en mi práctica aconsejo á mis clientas el uso de su Emulsión Scott en cuantos casos que,

durante su embarazo ó en la lactancia, tienen que apelar al auxilio de tónicos y reconstituyentes para reavivar sus fuerzas y procurar nuevo vigor á su organismo debilitado.

También he observado los admirables efectos de la expresada Emulsión en el raquitismo y demás enfermedades constitucionales de los niños, particularmente en el periodo de la dentición, en que conviene que la criatura esté bien nutrida y robusta para resistir este momento crítico y fecundo en desórdenes orgánicos. Siempre les digo «que no conozco nada mejor que la Emulsión Scott».

Con este motivo se ofrece de Vdes. afectísima S. S.,

JULIA MARTORELL.
Profesora en Partos.

Calle de la Merced, núm. 24 (Barceloneta).

Los beneficios que á las mujeres débiles reporta el uso de la Emulsión Scott son notables, porque fortifica su organismo, y además contribuye á mejorar sus condiciones para que el parto sea feliz, como requiere la naturaleza. Ningún otro remedio produce resultados tan benéficos, y por ello la sana prudencia aconseja que no compren remedios inferiores. Puede distinguirse la verdadera Emulsión Scott por nuestra marca de fábrica — un hombre llevando un gran pescado en la espalda, — impresa en la envoltura de toda botella legítima.

Un frasquito de prueba será enviado gratis á quien lo pida á D. Carlos Marés, calle de Valencia, 427, Barcelona, acompañando 75 céntimos en sellos de correo para pago de franqueo.



Dña Julia MARTORELL

Nº de identificación	LR 19001017-1.
Título	Emulsión Scott.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	17/10/1900 Página 2, 5ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6,5 x 19 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	4.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato femenino de busto exento, en perspectiva cónica tres cuartos de perfil con vista a la izquierda. La mujer lleva vestido oscuro y el pelo recogido. De estilo realista, lineal, en blanco y negro, ubicado en el margen izquierdo del anuncio. Bajo el grabado figura el nombre de la mujer representada: Julia Martorell. Ubicado en el margen derecho del anuncio, rodeado de texto.
Notas	El texto publicitario se dirige al público femenino. Hace referencia al producto ofertado y su recomendación para las mujeres en estado de embarazo, que deseen estarlo o que hayan dado a luz. Explica los síntomas que alivia, las ventajas del producto y su fórmula médica. El retrato funciona como garante del texto identificando al emisor y su profesión: profesora de partos.

Una mujer que habla á las mujeres

Consejos valiosos dados por simpatía humanitaria

Cuando la ilustrada comadrona emite opiniones ó consejos que le sugieren sus conocimientos prácticos, toda mujer se complace en aceptarlos. Por esto nos complace en presentar al público la siguiente carta que hemos recibido de una de las más competentes comadronas de Barcelona, que da consejos de importancia á las mujeres. He aquí su contenido:

«Barcelona 16 Diciembre 1899.

Muy distinguidos Sres. míos: Tengo el gusto de manifestarles que en mi práctica como comadrona, he tenido ocasión de experimentar los efectos

de su excelente Emulsión Scott, habiendo logrado que á muchas de mis clientas que durante la época de su embarazo sufrían toda clase de males propios de su estado, el uso de unas cuantas botellas de Emulsión Scott las ha fortalecido, evitándoles las molestias de las náuseas y demás sufrimientos,



Dña Dolores ACERO
fatos, y con las fuerzas adquiridas de que antes carecían, lograron dar á luz con una facilidad admirable.

Siendo su preparado un poderoso reconstituyente, soy de opinión que las mujeres que durante su estado de preñez hagan uso de la Emulsión Scott, por más satisfactoria que sea su estado de salud, siempre las ha de beneficiar para llegar á un término feliz.

Si logro que mi opinión sirva de consejo, resultará en bien general, que es lo que desea su alma. atenta S. S.,

DOLores ACERO.
Profesora en parís.

Ronda San Antonio, 53, 2.º

Considerando el objeto de la carta que precede y tomando en cuenta sus valiosos consejos, es de mucha importancia que se compre únicamente la verdadera Emulsión Scott. Es fácil distinguir la legítima de cualquiera otra preparación, viendo nuestra marca de fábrica en la envoltura de la botella. Esta marca de fábrica — un hombre llevando un gran pescado en la espalda — es conocida en todo el mundo, y representa la verdadera Emulsión de Aceite de hígado de bacalao.

Un frasquito de prueba será enviado gratis á quien lo pida á D. Carlos Marés, calle de Valencia, 407, Barcelona, acompañando tan sólo algunos en sellos de correo para pago de franqueo

Nº de identificación	LR 19001023-1.
Título	Emulsión Scott.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	23/10/1900 Página 2, 5ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6,5 x 18,5 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	4.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato femenino, de busto exento, en perspectiva cónica, tres cuartos de perfil con la cabeza hacia la izquierda, de estilo realista. Representado con tramas y tonos, en blanco y negro, con vestido y cabello recogido. Al pie del retrato figura el nombre: Dña Dolores Acero. Ubicado en el margen derecho del anuncio, rodeado de texto.
Notas	El texto publicitario hace referencia al producto ofertado y ofrece a los lectores una carta testimonial donde una comadrona narra como la ingesta del producto fortalece y ayuda a las mujeres en estado de embarazo y post parto. Continúa explicando los síntomas que alivia, ventajas del producto y oferta frascos gratuitos de muestra. La imagen sería un garante del texto publicitario, actuando como identificador del emisor de un mensaje testimonial de una comadrona.

CASI INCREÍBLE

Hechos relatados por una comadrona de gran experiencia

Todos los médicos y comadronas saben que los hechos de que habla la siguiente carta son verídicos y de ninguna manera exagerados. Merece saberlos toda mujer y tenemos gran satisfacción en publicarlos:

«Barcelona 8 de Enero de 1898.

Muy Sres. míos: Son muchos los casos en que durante mi larga práctica se me ha presentado ocasión de aconsejar su Emulsión Scott con hipofosfitos de cal y de sosa, y constantemente he podido apreciar sus efectos tan marcados y rápidos de tónico reconstituyente, que después de tomarla algún tiempo, niños, antes endeble, pálidos y con manifestaciones de raquitismo y escrofulismo, han mejorado rápidamente y se han vigorizado y robustecido.

Usado por las señoras durante el embarazo, este preparado constituye también un precioso agente para atender á las continuas necesidades de asimilación en que se encuentra el organismo de la criatura en formación—sostiene su robustez—reanima sus fuerzas y da energía á las que se encuentran débiles y extenuadas, resultando que soportan su estado sin fatiga alguna y dan á luz criaturas sanas y robustas.

Lo que se complace en manifestarles su atenta afectísima S. S.,

EULALIA FORMENT DE VIÑALS.
Profesora en Partos.

Gravina, 10, 2.º

Los buenos resultados de la Emulsión Scott son casi increíbles. Esta preparación es encomiada por todos los médicos y está hecha bajo una fórmula que no ha podido ser imitada con éxito por nadie. La Emulsión Scott es una combinación de aceite de hígado de bacalao con hipofosfitos de cal y de sosa y glicerina, que forma una perfecta emulsión, agradable al paladar y de fácil digestión. Quienes prueben la verdadera Emulsión Scott se convencerán de lo superior que es á cualquiera otra fórmula de aceite de hígado de bacalao. La Emulsión Scott se distingue siempre por la marca de fábrica—un hombre llevando un gran pescado en la espalda—y su gran aceptación, como un tónico y reconstituyente, la hace merecedora de todo elogio.

Un frasquito de prueba será enviado gratis á quien lo pida á D. Carlos Marés, calle de Valencia, 427, Barcelona, acompañando 75 céntimos en sellos de correo para pago de fraudeo.



Dña Eulalia FORMENT

Nº de identificación	LR 19001025-1.
Título	Emulsión Scott.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	25/10/1900 Página 2, 5ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6,5 x 22 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato femenino, de busto exento, en perspectiva cónica, tres cuartos de perfil con la cabeza hacia la izquierda, de estilo realista. Representado con tramas y tonos, en blanco y negro, con vestido y cabello recogido. Al pie del retrato figura el nombre Dña Eulalia Forment. Ubicado en el margen derecho del anuncio, rodeado de texto.
Notas	El texto publicitario hace referencia al producto ofertado y ofrece a los lectores una carta testimonial donde una comadrona narra cómo la ingesta del producto fortalece y ayuda a las mujeres en estado de embarazo y post parto. El retrato funciona como garante del texto identificando al emisor del mensaje. Continúa explicando los síntomas que alivia, ventajas del producto y oferta frascos gratuitos de muestra.

Una distinguida comadrona escribe

encomiando la Emulsión Scott

Entre las personas que recomiendan la Emulsión Scott, hemos de distinguir á la autora de la siguiente carta, por ser una de las más ilustradas comadronas de Madrid y porque tiene una significancia importantísima, por referirse especialmente al nacimiento de los niños. Tan valioso certificado merece especial atención.

«Madrid 15 de Marzo de 1900.

Muy Sres. míos: Me place poder anunciar á Vds. el gran éxito obtenido con el uso de las muestras de Emulsión Scott con que favorecieron mi modesta Clínica de Enfermedades propias del embarazo, cuyas consultas hago gratis con el

mayor cariño y compasión á un número de seres faltos de recursos y que sin la caridad perecerían abandonados. Su excelente preparación de aceite de hígado de bacalao, conocida por Emulsión Scott, la aplico en distintas enfermedades del embarazo y especialmente en la mujer de constitución poco vigorosa, á la que da excelente resultado, pues adquiere la nutrición de sus tejidos, y fortaleciendo su constitución le evita los abortos, ejerciendo además influencia suma en el desarrollo y robustez del feto intrauterino.



Dña Carmen PANDO, co vigorosa, á la que da excelente resultado, pues adquiere la nutrición de sus tejidos, y fortaleciendo su constitución le evita los abortos, ejerciendo además influencia suma en el desarrollo y robustez del feto intrauterino.

También uso su Emulsión con gran resultado en mi clientela infantil, y puedo asegurárselos que entre los raquiticos y escrofulosos hace milagros.

Es de Vds. con la mayor consideración. atenta S. S. q. b. s. m.,


CARMEN PANDO.

Profesora libre de obstetricia en la Facultad de Medicina de la Universidad Central de Madrid; Práctico del Hospital Clínico de San Carlos, etc., etc., etc. Su casa, calle de Pérez Galdós, 2, 1.º, Izq.º»


Poco hemos de agregar á la carta que precede, porque tiene más importancia viniendo de tan alta autoridad que cuanto pudiéramos decir. Conviene, sin embargo, advertir á nuestros lectores, que los buenos resultados que se obtienen por el uso de la Emulsión Scott, no se logran con otros remedios. La razón consiste en que la Emulsión Scott es una preparación propiamente especial, y de consiguiente, para alcanzar los beneficios que tantos logran con su uso, es indispensable comprar únicamente la verdadera Emulsión Scott, que se distingue por nuestra marca de fábrica — un hombre llevando un gran pescado en la espalda. — Esta marca de fábrica es la seña de la combinación más perfecta de aceite de hígado de bacalao con hipofosfitos de cal y de sosa y glicerina. La Emulsión Scott es aceptable á todos los enfermos, por su sabor agradable y su fácil digestión.


Nº de identificación	LR 19001113-1.
Título	Emulsión Scott.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	13/11/1900 Página 3, 1ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6,5 x 20 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	4.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato femenino, de busto exento, en perspectiva cónica, tres cuartos de perfil con la cabeza hacia la derecha, de estilo realista. Representado con tramas y tonos en blanco y negro, con vestido y cabello recogido. Al pie del retrato figura el nombre: Dña Carmen Pando. Ubicado en el margen derecho del anuncio, rodeado de texto.
Notas	El texto publicitario hace referencia al producto ofertado y comparte con los lectores una carta testimonial donde una comadrona narra cómo el consumo del producto fortalece y ayuda a las mujeres en general, en estado de embarazo, post parto y a niños. El texto advierte de otros productos similares que no producen los mismos resultados y cómo identificar la marca original del resto. Indica composición y publicita su buen sabor. El retrato funciona como garante del texto identificando al emisor del mensaje.


8.5.1.4. Pastillas y confites

 <p>MILAGROSOS CONFITES Ó INYECCION ANTIVENÉREOS Y ROOB ANTISIFILÍTICO Costanzi</p> <p>No pocos envidiosos sufren atrocemente por el favor cada día más creciente que merecen del público de todas las naciones los Remedios COSTANZI, que han curado miles de enfermos de VENEREO Y SIFILIS aun siendo sus males crónicos de más de 20 años.</p> <p>Dichos medicamentos son de efecto tan maravilloso para los estreñimientos venéreos, que en 20 ó 30 días están totalmente curados, evitando además las peligrosísimas <i>complicaciones</i>. En 2 ó 3 días será radicalmente curada la purgación venérea y en 5 ó 6 días la <i>crónica</i> y <i>gota</i> venérea. Inmejorable para las <i>ulceras</i> y <i>flejo blanco</i> de las <i>mujeres</i>, <i>oreñas</i> y <i>ostacros</i> de la <i>vejiga</i>, <i>enoceros uretrales</i>, <i>callosos</i>, <i>relaciones de orina</i> y <i>demás infecciones genito urinarias</i> y especialmente la <i>sífilis</i> aunque sea hereditaria. Para la curación de la <i>sífilis</i>, el Roob ha dado pruebas positivas de una superioridad incontestable sobre todos los antisifilíticos hasta ahora conocidos, porque es el único que no contiene <i>ioduro de Potasio</i> ni <i>sustancia Mercurial</i> alguna. Por el contrario, la misión del Roob estriba precisamente en contrarrestar los efectos de tales sustancias, sus desastrosos para la salud, ya que como es sabido ocasiona enfermedades no muy fáciles de curar. El Roob tiene además la ventaja de poderse usar con provecho en cualquier mes del año. A los <i>isodólos</i> se les admite al pagar una vez curados, previo el trato especial y exclusivo con el <i>inventor</i>. <i>Calle Diputación, 435, Barcelona</i>. Precio de la Inyección <i>Costanzi</i>, pesetas 4. Precio de los <i>Confites antivenéreos</i> para quienes no quieran usar inyecciones, pesetas 5. Roob antisifilítico, el <i>Frasco</i>, pesetas 4. Para provincias añadir pesetas 1'00. Dichos medicamentos están de venta en todas las <i>buenas Farmacias</i>. En Logroño, <i>don Patricio Gómez, San Blas, 3</i>.</p> <p>Fórmula Inyecc. Cost. Lau: g 20 estr. 4r. un <i>indio</i> g. 1 trem. a 30 <i>Idem</i>. Roob-Sal p. g. 10, <i>Isq. 4</i>, <i>eg. a</i> <i>quina m.</i> e <i>fum. g. 75</i>.</p>	Nº de identificación	LR 19000104-2.
	Título	Milagrosos confites Costanzi.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	04/01/1900 Página 4, 1ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	13,7 x 9 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	128.
Descripción	Grabado tipográfico que representa el retrato de un hombre, de busto exento, en estilo lineal y realista, vestido con traje y pajarita, pelo corto y bigotes mostacho estilo imperial. Representado con tonos y semitonos, perspectiva cónica, el grabado está ubicado en la parte superior izquierda del anuncio. Representaría al creador del medicamento, A Salvati Costanzi. El grabado se encuentra rodeado de texto publicitario.	
Notas	El texto publicitario presenta al inventor del medicamento, señala las enfermedades tanto de hombres como mujeres que sana, indica que minerales no utiliza en su composición química y facilita dirección para el contacto y solicitud de información sobre el medicamento. Añade agente de ventas en Logroño y la fórmula química del producto.	

<p>The image is a circular graphic with a textured, stippled background. At the top, the words 'CONFITES CARPA' are written in a semi-circle. In the center, the word 'TOS' is written in large, bold, serif letters. Above 'TOS' is the phrase 'CONTRA LA' and below it is 'UNICO'. At the bottom of the circle, the words 'REMEDIO SEGURO' are written in a semi-circle. Below the entire graphic, the text 'DE VENTA EN TODAS LAS BUENAS FARMACIAS' is written in a smaller font. There are two small circular medallions on either side of the central 'TOS' text.</p>	Nº de identificación	LR 19001202-1.
	Título	Confites Carpa.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	02/12/1900 Página 4, 2ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,5 x 9,5 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	10.
Descripción	Grabado tipográfico en forma de sello con cuatro medallones ubicados en los extremos izquierdo y derecho del anuncio. Las imágenes que contienen los medallones resultan inteligibles. En los de la derecha se aprecia una figura masculina de busto exento. En los medallones de la izquierda se distingue un medallón con figura masculina de busto exento y en el segundo medallón un paisaje con montañas. Los medallones con grabados son de forma circular, con doble filete.	
Notas	El texto publicitario hace referencia a pastillas para la tos. Indica nombre del producto y lugar de venta.	

<p style="text-align: center;">Una familia tranquilizada</p> <p>La época de transición que ha de transformar la niña en mujer es el escollo temido en la familia. En este momento se producen diversos fenómenos. El crecimiento se hace con demasiada rapidez y pronto se carece de fuerzas suficientes para poder soportar este movimiento excesivo, una debilidad general se produce y trae pronto la anemia. Por otra parte el principio de la transformación, que se hace con menor ó mayor facilidad, los nervios se hallan excitados y frecuentes crisis que causan la anemia, ponen en peligro la existencia del ser querido. Los síntomas de la anemia son muy variados, dolores de cabeza, de costado y en los riñones, palpitaciones en el corazón, son las más comunes. Algunas niñas tienen fatal resultado porque los padres, no diremos indiferentes, pero sí descuidados ó ignorantes dejan que el mal se agrave. El remedio no obstante es muy sencillo, muy conocido hoy día y al alcance de todos. Un reconstituyente enérgico de la sangre; un tónico de los nervios de los más poderosos ha hecho milagros. Es indispensable usarlo. Su nombre es, Píldoras Pink.</p>  <p>Vean lo que dice el señor Omer Dretz de Douz-lez-Lille, 3 Cité Lamartine, Francia: Tengo una satisfacción muy viva, nos escribe, en poder anunciarles la completa curación de mi hija Justine, de quince años de edad. Tenía una anemia muy arraigada y una enfermedad nerviosa de mucho cuidado. No podía hacer uso de sus manos y á pesar de una alimentación buena y de los mayores cuidados, que le prodigábamos, una anemia cada vez mayor, le habia puesto en un estado de debilidad espantoso. Siguiendo los consejos de un amigo, le hice tomar las Píldoras Pink y desde el principio noté una gran mejoría, que muy pronto se acentuó. Hoy está completamente curada. Debo reconocer con sinceridad, que únicamente el empleo de las Píldoras Pink le ha curado, no habiendo seguido otro tratamiento. La evidencia es absoluta y queda demostrado de un modo indudable que en todas las enfermedades nerviosas, en los casos de anemia, de clorosis, de neurastenia, de agotamiento en los hombres, en los desarreglos tan frecuentes en la mujer, de dolor de costado, y de los riñones, las Píldoras Pink son de resultado eficaz y seguro.</p> <p>Las Píldoras Pink, preparadas por los señores Gablin & Compañía, farmacéuticos de primera clase, París, se hallan de venta en todas las buenas farmacias al precio de pesetas 4 la caja ó á pesetas 21, las 6 cajas, y en casa de nuestro depositario, Fraas Jausseus, 133, Paseo de Gracia, Barcelona.</p> <p>En Logroño: D. Patricio Gómez.</p>	Nº de identificación	LR 19000213-1.
	Título	Píldoras Pink del Dr. Williams.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	13/02/1900 Página 2, 5ª columna.
	Autor	Se identifica una inicial G y letras que podrían ser i y l ubicada en el grabado tipográfico, en la parte del pecho a la derecha.
	Medidas	6,5 x 28,3 cm. aprox
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato femenino de busto exento, representado en perspectiva cónica en tres cuartos de perfil con vista a la derecha. La mujer lleva vestido con broche en forma de flor circular en el cuello y el pelo recogido. De estilo realista, lineal, en blanco y negro, ubicado al centro del anuncio, entre cajas de textos.
Notas	El texto publicitario se dirige al público femenino. Hace referencia al producto ofertado y su recomendación para las mujeres que están en vías de desarrollo así como para aliviar la anemia que también afectaría a varones. El retrato se trataría de un testimonio enviado por un padre desde Francia que hizo consumir a su hija estas píldoras. Indica quiénes son los fabricantes y lugar de fabricación (París), así como los distribuidores en España (Barcelona) y en Logroño. Indica los precios por cajas. La imagen sería un garante del texto publicitario, identificando a la beneficiaria del producto ofertado.	

<p style="text-align: center;">LA NEUROSIS</p> <p>Paseando por el campo en la época de la labor se encuentran generalmente hombres robustos y de sangre vigorosa. El aire, lejos de las grandes poblaciones donde siempre está viciado, es uno de los elementos más provechosos para la salud. A veces, no obstante, se encuentran excepciones; sujetos cuya constitución es menos robusta, cuya sangre empobrecida no pudiendo resistir á las fatigas de un trabajo penoso, lejos de fomentar la salud destruye, y exige que, sin pérdida de tiempo, se tomen grandes cuidados. En el caso de que nos ocupamos se trata de una enfermedad conocida bajo el nombre de neurosis. La persona que padece este mal sufre alteraciones en los órganos y sus funciones: el sistema nervioso se halla más ó menos profundamente alterado y estos desrregios determinan modificaciones en la inteligencia y en la sensibilidad. Los síntomas de este mal son muy variados, pero la causa determinante es principalmente la alteración de la sangre por causa de exceso de trabajos intelectuales y físicos. A la reconstitución de la sangre hay que prestar, pues, toda la atención.</p>  <p>Las Píldoras Pink, que son el mejor constituyente de la sangre conocido, dan resultados sorprendentes en los casos de neurosis, de neurastenia, de agotamiento en el hombre y en la mujer, y de aquitismo en los niños, enfermedades que generalmente provienen de empobrecimiento de la sangre. El ejemplo de una persona real nos lo da el Sr. Gabriel Morel, joven agricultor, de 22 años, de Charante, Francia.</p> <p>«Desde hace un año, nos escribo, padezco de neurosis y de una debilidad general que me hacían obligado á dejar el trabajo. Me dolían en todo el cuerpo y no pudiendo hallar alivio, me aconsejaron las Píldoras Pink, que tomé. Otro año ha pasado desde entonces y estoy satisfecho. He conseguido logrado curarme por completo. Aconsejo, pues, las Píldoras Pink á todas las personas que veo enfermas y espero que la publicación de mi carta podrá servir de alivio á muchos.»</p> <p>Las Píldoras Pink, preparadas por los señores Gablín & Co. farmacéuticos de primer orden, París, se hallan de venta en todas las buenas farmacias al precio de 10 francos la caja ó 4 Ptas. 21 las 6 cajas y en nuestro depositario para España, señores Janssens, 139, Paseo de Gracia, Barcelona.</p>	Nº de identificación	LR 19000220-1.
	Título	Píldoras Pink del Dr. Williams.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	20/02/1900 Página 3, 1ª columna.
	Autor	Se identifica una inicial G y letras que podrían ser i y l ubicada en el grabado tipográfico, en la parte del pecho a la derecha.
	Medidas	6 x 26,5 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato masculino de busto exento, representado en perspectiva cónica tres cuartos de perfil con vista a la izquierda. El hombre lleva traje y pajarita, el pelo corto. De estilo realista, lineal, en blanco y negro, ubicado al centro del anuncio y entre cajas de textos.	
Notas	El texto publicitario se dirige al público que padece neurosis y describe los síntomas que afectan y cómo debilita los órganos, la inteligencia y el sistema nervioso, informando las causas que provocan este debilitamiento. El retrato pertenecería a un joven agricultor de Charante, Francia aquejado de neurosis y otros síntomas que envía su testimonio para dar cuenta de la efectividad del consumo de la medicina. Indica quiénes son los fabricantes y lugar de fabricación (París), así como los distribuidores en España (Barcelona) y en Logroño. Indica los precios por cajas. La imagen sería un garante del texto publicitario, actuando como identificador de emisor de un mensaje testimonial.	

<p style="text-align: center;">Condenada y Salvada</p> <p>Solamente al ver la lista de las enfermedades que amenazan a la mujer en la edad de la pubertad, llena á uno de espanto. La anemia, la clorosis, los colores pálidos, debilidad general, neurastenia, etc., esos son los enemigos que acechan su víctima, que desgraciadamente á menudo logran aniquilarla; y en verdad, en aquellos momentos muy á menudo se ve de repente á una niña, que gozaba de buena salud, alegre, fresca y con buenos colores, desmejorarse, debilitarse en extremo, perder el apetito y el sueño, volverse triste y melancólica, llorando muchas veces sin razón alguna. Si al mal que la niña no se le pone pronto cura, breves complicaciones pueden sobrevenir. La fiebre se apodera de este cuerpo juvenil, pero debilitado violento dolor de cabeza, vahidos, dolores en el costado y en los riñones, le aniquilan y desgraciadamente la tisis, este mal implacable, es la consecuencia de este estado de debilidad. La señorita Justine Piot de la Chassagne, Saint Just, Francia, hoy sirviendo en el hotel de la Toste,</p>  <p>señor Flour, ha estado á punto de sucumbir en este período difícil.</p> <p>«Durante más de un año nos escribe. He padecido clorosis y anemia y lo que traen consigo estas enfermedades; padecía continuamente dolores en todo el cuerpo. Habiendo vivido hasta entonces, siempre con la risa en los labios, me ví asaltada de repente de ideas negras; palidez visible y lloraba desde la mañana á la noche. Mi pobre madre estaba desesperada, creyéndome perdida, hallábame al borde de la tumba. Los médicos me designaban como enferma del pecho y únicamente podía soportar la leche, como alimento. Entonces me convencieron de tomar las Píldoras Pink, como poderoso regenerador de la sangre. Desde el principio del tratamiento noté un alivio notable y después de haber tomado un pequeño número de cajas me hallé completamente restablecida. Desde hace 10 meses, estoy desempeñando mi colocación y á pesar de las fatigas de mi trabajo, me encuentro muy bien; mis mejillas están muy frescas, mis labios rosados, y he recobrado mi buen humor de antes. ¡Cuál es la joven que padeciendo anemia, clorosis o neurastenia, no se apresara á seguir un tratamiento tan eficaz! ¡Cuál es la madre que viendo á su hija enferma, débil, con colores pálidos, sufriendo agotamiento de sangre no le hara tomar las Píldoras Pink, preparadas por los Sres. Gabilin & Co.,</p>	Nº de identificación	LR 19000227-1.
	Título	Píldoras Pink del Dr. Williams.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	27/02/1900 Página 3, 1ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,3 x 26,5 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato femenino de busto exento, representado en perspectiva cónica y tres cuartos de perfil con vista a la izquierda. La mujer lleva vestido, pelo recogido con rizamiento. De estilo realista, lineal, en blanco y negro, ubicado al centro del anuncio entre cajas de textos.	
Notas	El texto publicitario se dirige al público que padece debilitamiento en la sangre lo que causa numerosos síntomas e impide trabajar. El retrato trataría de un testimonio enviado por una joven que trabaja sirviendo en un hotel de la Toste en Saint Just, Francia. Inserta parte del testimonio donde relata sus síntomas y cómo el consumo de un par de cajas de pastillas la alivia. Indica quiénes son los fabricantes y lugar de fabricación (París), así como los distribuidores en España (Barcelona) y en Logroño. Indica los precios por cajas. La imagen sería un garante del texto publicitario, actuando como identificador de emisor de un mensaje testimonial.	

El cochero del castillo de Echerat

El oficio de cochero, de la clase que sea, no siempre se halla exento de peligro. Expuesto á la intemperie, al viento, á la lluvia ó nieve, ha de sufrir todas las horas del día y de la noche, muy á menudo es víctima de enfriamientos muy perjudiciales á la salud no siempre robusta. Esto ha sido el caso de un joven de 23 años el señor Francois Lambert, cochero del castillo de Echerat, de Bond, Haute-Vienne, Francia. Desde hace 10 meses su salud se hallaba alterada de mala manera. Una gran debilidad se había apoderado de él y padecía atrocemente del estómago. Tenía fuerte dolor de cabeza que le quitaba el sueño y el apetito. La sangre estaba empobrecida y si no hubiera tomado precauciones inmediatas, seguramente la anemia la hubiera vencido. ¿Que medio se usa para reconstituir la sangre y hacer desaparecer todos sus padecimientos? Su cura que copiamos á continuación, nos aclara este punto.





«No puedo demostrarles bastante mi agradecimiento, nos escribe, por sus excelentes Píldoras Pink que he usado y que me han producido un efecto sorprendente. Padezía desde hace 10 meses de grande debilidad de estómago, unida á fuerte é insoportable dolor de cabeza y agotamiento general. No podía dormir ni comer. Mi estado era tan desesperado que me creía perdido. Por fortuna un día un folleto hablando de las Píldoras Pink y sus buenos resultados, llegó á manos de mi padre. Decidí entonces de ensayarlas y tuve la suerte de ver desaparecer todos mis padecimientos y recuperar enteramente mis fuerzas. Hace tiempo ya que gozo otra vez de buena salud y recomiendo á todos sus Píldoras Pink.»

Efectivamente, en los casos de agotamiento general en los hombres como en las mujeres, las enfermedades del estómago, la anemia, la clorosis ó raquitismo en los niños, las Píldoras Pink han dado resultados sorprendentes.

Las Píldoras Pink, preparadas por los señores, Gablin & Co., farmacéuticos de primera clase, París, se hallan de venta en todas las buenas farmacias al precio de pesetas 4 la caja ó á pesetas 21 la 6 cajas, y en casa de nuestro depositario, Frans Janssens, 139, Paseo de Gracia, Barcelona.

Nº de identificación	LR 19000307-1.
Título	Píldoras Pink del Dr. Williams.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	07/03/1900 Página 2, 5ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6,5 x 25,5 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato masculino de busto exento, representado en perspectiva cónica. El hombre viste traje y pajarita, el pelo corto y bigote de corte inglés. De estilo realista, lineal, en blanco y negro, ubicado al centro del anuncio, está entre cajas de textos.
Notas	El texto publicitario se dirige al público que padece debilitamiento en la sangre lo que causa numerosos síntomas e impide trabajar. El retrato trataría de un testimonio enviado por cochero del castillo de Echerat, Francia. Inserta parte del testimonio donde relata sus síntomas y cómo el consumo del producto fortaleció y restableció su salud. Indica quiénes son los fabricantes y lugar de fabricación (París), así como los distribuidores en España (Barcelona) y en Logroño. Indica los precios por cajas. La imagen sería un garante del texto publicitario, actuando como identificador de emisor de un mensaje testimonial.

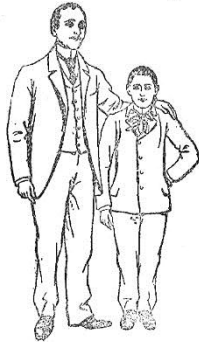
<p>La vuelta al trabajo del campo</p> <p>La salud de la joven de 17 años es como la flor que acaba de abrirse; de una sensibilidad tal que el menor soplo del aire puede deshojarla y que solamente una rocada bienhechora y un cálido rayo de sol consiguen reanimarla. De la misma manera la joven, que cualquier accidente ha podido debilitar, cuya sangre esta empobrecida y cuyas fuerzas se hallan agotadas, necesita para volver a la vida un regenerador poderoso, que sera para ella un rayo de sol. Este tónico tendrá, que devolverle las fuerzas y sus colores frescos, hará desaparecer los dolores de cabeza que padece, hará que su estomago pueda digerir los alimentos que rechazaba; no sufrirá los dolores violentos de costado y de los riñones que la rinden y le hará pasar las noches tranquilas y los días sin sufrimientos. Las jóvenes que tengan dificultad en franquear este paso hallarán curación segura tomando las Píldoras Pink, el mejor reconstituyente para la sangre y el tónico más eficaz para los nervios. Dichas Píldoras han producido resultados en los casos de anemia, de clorosis, de neurastenia y de agotamiento general, tan frecuente en las jóvenes y en los jóvenes en los cuales el desarrollo se hace con demasiada rapidez. La señorita</p>  <p>Marguerita Borias, de Candillac, Francia, ha sufrido cruelemente desde la edad de 17 años; tiene hoy 23 años y han sido las Píldoras Pink únicamente las que han</p>	Nº de identificación	LR 19000313-1.
	Título	Píldoras Pink del Dr. Williams.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	13/03/1900 Página 2, 5ª y 3 1ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,5 x 18,5 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato femenino de busto exento, representado en perspectiva cónica tres cuartos de perfil con vista a la derecha. La mujer viste un vestido con lazo en el cuello y el pelo recogido con cofia. De estilo realista, lineal, en blanco y negro, ubicado al centro del anuncio entre cajas de textos.	
Notas	El texto publicitario se dirige al público que padece debilitamiento en la sangre lo que causa numerosos síntomas e impide trabajar. El retrato pertenecería a una joven que trabaja sirviendo en Candillac, Francia. En la carta relata sus síntomas y cómo el consumo de un par de cajas de pastillas la alivia. Indica quiénes son los fabricantes y lugar de fabricación (París), así como los distribuidores en España (Barcelona) y en Logroño. Indica los precios por cajas. La imagen sería un garante del texto publicitario, actuando como identificador de emisor de un mensaje testimonial.	

<p style="text-align: center;">Cuidado con las consecuencias</p> <p>Hay dos medios para tener buena salud el primero consiste en ponerse en guardia contra la enfermedad; el segundo, en conjurar las fatales consecuencias. Por otra parte, los dos medios se resumen en uno solo indispensable para gozar de buena salud: tener fuerza y vigor. Si se tienen estas dos cualidades, se pueden resistir con más facilidad a todas las enfermedades que pueden atacar a uno, ó si la fatiga le ha hecho sucumbir, repone más pronto. Para llegar a ser fuerte y tener vigor, teniendo el temperamento débil, hay que tonificarlo por el medio más seguro ó sea un regenerador enérgico de la sangre. Desde hace mucho tiempo, las Píldoras Pink son el medicamento por excelencia para llenar el objeto que acabamos de indicar. Las consecuencias de una enfermedad muy á menudo son mucho más terribles y de temer que el mismo mal. Una debilitación de los órganos, de los músculos y de los nervios, una anemia profunda, pueden conducir á la muerte. Las Píldoras Pink curarán seguramente y os devolverán las fuerzas. La señora Boesch de Lannin, Belfort, Francia nos cita, á propósito de esto, el ejemplo de su hija.</p>  <p>«Estoy muy satisfecha nos escribe, de poder demostrarles mi agradecimiento por la curación de mi hija Juana, de 17 años de edad, que padecía de neuralgias y reuma que le habían quedado á consecuencia de la escarlatina. Sufría mucho y después de haber tomado las Píldoras Pink»</p>	<table border="1"> <tr> <td>Nº de identificación</td> <td>LR 19000328-2.</td> </tr> <tr> <td>Título</td> <td>Píldoras Pink del Dr. Williams.</td> </tr> <tr> <td>Colección</td> <td>Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.</td> </tr> <tr> <td>Otros fondos disponibles</td> <td>Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i>.</td> </tr> <tr> <td>Lugar de publicación</td> <td>Logroño, La Rioja, España.</td> </tr> <tr> <td>Fecha de primera publicación</td> <td>28/03/1900 Página 2 5ª y 3, 1ª columna.</td> </tr> <tr> <td>Autor</td> <td>Anónimo.</td> </tr> <tr> <td>Medidas</td> <td>6,5 x 17,3 cm. aprox.</td> </tr> <tr> <td>Técnica</td> <td>Grabado tipográfico.</td> </tr> <tr> <td>Frecuencia de Publicación</td> <td>1.</td> </tr> <tr> <td>Descripción</td> <td>Grabado tipográfico que representa un retrato femenino de busto exento, representado en perspectiva cónica. La mujer lleva vestido con blusa estampada y cuello alzado; el pelo ondulado recogido. De estilo realista, lineal, en blanco y negro, ubicado al centro del anuncio entre cajas de textos.</td> </tr> <tr> <td>Notas</td> <td>El texto publicitario se dirige a un consumidor aquejado de alguna grave enfermedad pero que ha logrado recuperarse. Hace referencia al producto ofertado y su recomendación para las mujeres que están en vías de desarrollo así como para aliviar la anemia que también afectaría a varones. El retrato pertenece a una madre de origen francés que suministró las píldoras a su hija. Indica quiénes son los fabricantes y lugar de fabricación (París), así como los distribuidores en España (Barcelona) y en Logroño. Indica los precios por cajas. La imagen sería un garante del texto publicitario, actuando como identificador del emisor.</td> </tr> </table>	Nº de identificación	LR 19000328-2.	Título	Píldoras Pink del Dr. Williams.	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.	Fecha de primera publicación	28/03/1900 Página 2 5ª y 3, 1ª columna.	Autor	Anónimo.	Medidas	6,5 x 17,3 cm. aprox.	Técnica	Grabado tipográfico.	Frecuencia de Publicación	1.	Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato femenino de busto exento, representado en perspectiva cónica. La mujer lleva vestido con blusa estampada y cuello alzado; el pelo ondulado recogido. De estilo realista, lineal, en blanco y negro, ubicado al centro del anuncio entre cajas de textos.	Notas	El texto publicitario se dirige a un consumidor aquejado de alguna grave enfermedad pero que ha logrado recuperarse. Hace referencia al producto ofertado y su recomendación para las mujeres que están en vías de desarrollo así como para aliviar la anemia que también afectaría a varones. El retrato pertenece a una madre de origen francés que suministró las píldoras a su hija. Indica quiénes son los fabricantes y lugar de fabricación (París), así como los distribuidores en España (Barcelona) y en Logroño. Indica los precios por cajas. La imagen sería un garante del texto publicitario, actuando como identificador del emisor.
Nº de identificación	LR 19000328-2.																								
Título	Píldoras Pink del Dr. Williams.																								
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.																								
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .																								
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.																								
Fecha de primera publicación	28/03/1900 Página 2 5ª y 3, 1ª columna.																								
Autor	Anónimo.																								
Medidas	6,5 x 17,3 cm. aprox.																								
Técnica	Grabado tipográfico.																								
Frecuencia de Publicación	1.																								
Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato femenino de busto exento, representado en perspectiva cónica. La mujer lleva vestido con blusa estampada y cuello alzado; el pelo ondulado recogido. De estilo realista, lineal, en blanco y negro, ubicado al centro del anuncio entre cajas de textos.																								
Notas	El texto publicitario se dirige a un consumidor aquejado de alguna grave enfermedad pero que ha logrado recuperarse. Hace referencia al producto ofertado y su recomendación para las mujeres que están en vías de desarrollo así como para aliviar la anemia que también afectaría a varones. El retrato pertenece a una madre de origen francés que suministró las píldoras a su hija. Indica quiénes son los fabricantes y lugar de fabricación (París), así como los distribuidores en España (Barcelona) y en Logroño. Indica los precios por cajas. La imagen sería un garante del texto publicitario, actuando como identificador del emisor.																								

EL MEDIO DE DIGIRIR BIEN

Las malas digestiones provienen sin duda de que funciona mal el estómago, á causa de la debilitación de este órgano ó por que las contracciones necesarias para la absorción de los alimentos se hacen con dificultad. Las consecuencias de este estado enfermizo del estómago son múltiples. En primer lugar, una debilidad general, ocasiona por una alimentación deficiente, deja al enfermo predisuesto á toda clase de accidentes. Cuando el estómago digiere mal, los intestinos son los primeros en resentirse y padecen inflamaciones peligrosas, á las que siguen dolor de cabeza, en los niños, dolores de costado y un agotamiento completo. En estos casos es indispensable tomar un tónico, un regenerador de la sangre que sea bueno. Hay que devolver á las fuerzas á los diversos órganos atacados. El uso de las Píldoras Pink está indicado, porque en casos similares se han obtenido excelentes resultados tomando dichas píldoras.

El Sr. J. Numbalais de Breuil, de Chamo Thovracé Maine-et-Loire, Francia, ha hecho tomar á su hijo de 10 años de edad, y ha quedado altamente satisfecho de ellas. «Estoy entusiasmado, nos escri-



he de haber hecho tomar las Píldoras Pink á mi hijo. Desde hace más de un año padece una fuerte inflamación de los intestinos; su estómago estaba continuamente hinchado, y le hacía sufrir atrocidad después de cada comida. Había perdido completamente el apetito; y todo lo que tomaba le causaba fuertes dolores. Se debilitó en gran manera, y se puso muy pálido. Le hice tomar las Píldoras Pink, y después de la segunda caja observé una gran mejoría; después de haber tomado algunas cajas, se ha curado completamente; come y duerme bien y la inflamación de los intestinos ha desaparecido, y hoy, varios meses después de haber dejado el tratamiento, goza de excelente salud.»

«Dar fuerzas y vigor para poder luchar contra la enfermedad y combatir los efectos de la misma, he aquí la misión de las Píldoras Pink que serán siempre eficaces en los casos de anemia, de reuma, de inflamación en los órganos, de agotamiento en el hombre y la mujer, y también contra el raquitismo en los niños.»

Las Píldoras Pink se hallan de venta en casa de Patricio Gómez, farmacéutico, Logroño y principales farmacias al precio de Ptas. 4 la caja, ó de Ptas. 21 las 6 cajas. (Representante para España Frans Janssens, 133, Paseo de Gracia, Barcelona).

Nº de identificación	LR 19000405-1.
Título	Píldoras Pink del Dr. Williams.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	05/04/1900 Página 2, 1ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6 x 28,3 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa dos retratos masculinos. El primero es un hombre adulto que con el brazo izquierdo abraza a un segundo retratado, un niño de diez años de edad. De estilo realista, en perspectiva cónica y tres cuartos de perfil, carece de ornamentación y línea de horizonte. Ubicado al centro del anuncio entre cajas de textos.
Notas	El texto publicitario se dirige a un consumidor aquejado de malas digestiones. Incorpora una carta testimonial de un padre relatando los problemas digestivos de su hijo en Francia. Señala síntomas que alivia, propiedades y fórmula del producto. Indica distribuidores en Barcelona y Logroño, así como sus precios. La imagen sería un garante del texto publicitario, actuando como identificador de emisor.

<p style="text-align: center;">Concejal en peligro</p> <p>Frecuentemente se desuena una indisposición ligera, que luego llega á ser el principio de una serie de enfermedades, que pueden parar en graves. Este fué el caso del concejal periodista, en cuestión, que padecía de diarres. Esta indisposición ligera en apariencia, es casi siempre pasajera. No se considera que muchas veces proviene de un principio de inflamación intestinal la que, á pesar de haber cesado la indisposición primitiva, continúa minando la salud. La inflamación intestinal es siempre resultado de mala digestión y la señal evidente de un estómago que funciona mal. En este caso es interminable la serie de enfermedades consiguientes. Dolor de cabeza, vahídos, zumbidos en los oídos, dolores en los riñones y de costado, debilitan al paciente. No digiriendo ó digiriendo mal, su debilidad se agrava, tanto á causa de falta de nutrición como por falta de sueño. En este estado la sangre se empobrece de tal manera que no basta ya á fomentar la vida y si no toman precauciones, la muerte más ó menos rápida, puede ser el final. Su único remedio en estos casos es devolver á la sangre su fuerza y vigor.</p> <p>El señor Holie Mothes, periodista y concejal de Asques, Tarney Garrone, Francia, describe en la carta que sigue de qué lamentable estado lo sacaron las Píldoras Pink, que le habian sido indicadas como el mejor reconstituyente de la sangre. «El año pasado nos escribe, padecía una diarrea violenta que por otra parte fué pasajera. Estuve en gran error creyéndome curado, porque apenas libre de esta indisposición, caí enfermo y de tal gravedad que en pocos días, me hallé en peligro de muerte. Tenía una fiebre violenta, que me causaba dolores de cabeza atroces, el apetito desapareció y todo lo que introduje en el estómago me causaba dolores espantosos. Mis intestinos también se hallaban en lastimoso estado y padecía dolores en todas las partes del cuerpo. Al mismo tiempo se declaró una bronquitis con acceso de tos, cada vez más frecuentes y violentos. Me consideraba perdido, lo que es muy triste á los 28 años. Entónces me acogí á una tabla de salvación que se me tendió. Tomé las Píldoras Pink y cuál sería mi satisfacción al ver los primeros resultados; con la vuelta del apetito volví á poder conciliar el sueño; recuperé mis fuerzas, los dolores desaparecieron y pudiendo funcionar mi estómago normalmente la inflamación intestinal curó y hoy estoy completamente curado y puedo decir que las Píldoras Pink me han salvado la vida.»</p> <p>En todos los casos de debilidad general, de enfermedades del estómago e intestinales, en la bronquitis, la influenza y sus consecuencias, las Píldoras Pink dan excelentes resultados.</p> <p>Las Píldoras Pink, preparadas por los señores Gabau & Co., farmacéuticos de primera clase, París, se hallan de venta en todas las buenas farmacias al precio de pesetas 4 la caja ó á pesetas 21 las 6 cajas y en casa de nuestro depositario, Frans Janssens, 189, Paseo de Gracia, Barcelona.</p>	Nº de identificación	LR 19000131-1.
	Título	Píldoras Pink del Dr. Williams.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	31/01/1900 Página 3, 1ª columna.
	Autor	Se identifica una inicial G y letras que podrían ser i y l ubicada en el grabado tipográfico, en la parte del pecho a la derecha.
	Medidas	6,7 x 29 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato masculino de busto exento, representado en perspectiva cónica tres cuartos de perfil con vista a la izquierda. El hombre lleva traje y corbata anudada de lunares, el pelo corto y bigote estilo francés y perilla. De estilo realista, lineal, en blanco y negro, ubicado a la izquierda del anuncio rodeado de textos.	
Notas	El texto publicitario se dirige al público que padece problemas intestinales y describe los síntomas y cómo comienza a afectar a otros órganos con nuevos síntomas. El retrato trataría de un testimonio enviado por un periodista y concejal de Asques, Francia aquejado de problemas intestinales y otros síntomas. Indica quiénes son los fabricantes y lugar de fabricación (París), así como los distribuidores en España (Barcelona) y en Logroño. Indica los precios por cajas. La imagen sería un garante del texto publicitario, actuando como identificador de emisor de un mensaje testimonial.	

Comadrona desde hace 50 años

Oficio penoso y poco remunerado, sobre todo en el campo. De noche y de día, hay que estar dispuesta para acudir al primer llamamiento y asistir á la mujer que va á dar á luz al pequeño ser. En algunos casos, la comadrona se ve obligada á reemplazar al médico y de prodigar sus cuidados no solamente al recién nacido, sino también á la madre. Para ésta última, sus consejos pueden ser muy útiles, porque mu has mujeres, después del parto, tienen apenas la fuerza que de su hijo.

La Señora Viuda de Painturaud, comadrona de primera clase, ejerce su oficio en Ruffec, Charante, Francia, desde hace 50 años y lo ejerce con el mayor esmero. Recomienda á sus enfermas debilitadas un reconstituyente que ha probado ella misma.



«He querido esperar, nos escribe, antes de decir á ustedes el resultado obtenido con el empleo de las Píldoras Pink, y tengo que decirles que ha sido maravilloso. A causa de una bronquitis, me hallaba en un estado de debilidad terrible: no podía comer nada y una tos irresistible me extenuaba. Pocas cajas de Píldoras Pink me habían repuesto y quise volver á mi trabajo, demasiado pronto sin duda; no ignoraban ustedes que el oficio de comadrona es muy fatigoso, sobre todo cuando hay que salir al campo, casi siempre de noche. Tuve, pues, una recaída, volviendo á vos con más fuerza que antes. Volví al tratamiento de las Píldoras Pink y hoy estoy completamente restablecida y me hallo tan fuerte como á los treinta años. Es verdaderamente maravilloso poder hacer á los 67 años el trabajo que hago y esto lo debo á sus excelentes Píldoras Pink. Las recomiendo, pues, á todas mis enfermas, y muchas han encontrado gran alivio con su uso.»

Las Píldoras Pink que son el mejor reconstituyente de la sangre, la han fortalecido en el caso de la señora Painturaud, de un modo extraordinario, teniendo en cuenta su edad. Obrarán con la misma eficacia en la anemia, la clorosis, el raquitismo en los niños y el agotamiento general en el hombre y la mujer ó en las enfermedades que han debilitado la sangre.

Las Píldoras Pink se hallan de venta en casa de Patrio Gómez, farmacéutico, Logroño y principales farmacias al precio de Ptas. 4 la caja, ó de Ptas. 21 las 6 cajas. (Representante para España Frau Janssens, 139, Paseo de Gracia, Barcelona).

Nº de identificación	LR 19000418-1.
Título	Píldoras Pink del Dr. Williams.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	18/04/1900 Página 2, 5ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6,5 x 18,5 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato femenino de busto exento, representado en perspectiva cónica tres cuartos de perfil con vista a la izquierda. La mujer es mayor y lleva vestido con lazo en el cuello y el pelo recogido con una gorra blanca, pendiente circular en oído izquierdo. De estilo realista, lineal, en blanco y negro, ubicado al centro del anuncio entre cajas de textos.
Notas	El texto publicitario se dirige al público que padece debilitamiento en la sangre lo que causa numerosos síntomas e impide trabajar. El retrato pertenecería a la mujer que remite el testimonio y que trabaja como comadrona en Charantes, Francia. Inserta parte del testimonio donde narra cómo el consumo de un par de cajas de pastillas la ayudó con sus enfermedades. Enumera síntomas que alivia. Indica quiénes son los fabricantes y lugar de fabricación (París), así como los distribuidores en España (Barcelona) y en Logroño. Indica los precios por cajas. La imagen sería un garante del texto publicitario, actuando como identificador de emisor de un mensaje testimonial.

débil, y está predispuesta por esto mismo á la anemia, tiene grandes dificultades en la transición peligrosa de la infancia á la adolescencia. No hay madre que no se apure viendo á su hija anémica. Sus colores desaparecen, sus labios se ponen pálidos, el brillo de los ojos se apaga, su sueño es turbado por pesadillas y á menudo sobreviene el insomnio. Pierde el apetito y sufrense graves alteraciones en la salud que se manifiestan. Dolor de costado, de cabeza y de estómago y vómitos vienen á aumentar la obra de la enfermedad. Para ocmpliar la situación, la niña se pone triste y melancólica, perdiendo el gusto á las diversiones naturales de su edad. Esta es la anemia con todo su séquito de males y degraciadamente á esta edad, esta enfermedad no solamente ataca á muchas jóvenes; los niños también se hallan expuestos á ella, aunque en menor frecuencia. El único modo de remediar este estado tan peligroso, porque muchos de los enfermos mueren, es el regenerar la sangre; darle el vigor necesario para vencer el mal y devolver á todo el cuerpo las fuerzas perdidas. Las Píldoras Pink han dado resultados sorprendentes y son el mejor medicamento que puede emplearse en estos casos. Son muy eficaces en los niños contra el raquitismo y el baile de San Vito. El Señor Joseph Dangard, calle de la Fontaine, 7, de Saint le Guillaume, Francia, ha visto en su hija de 12 años de edad pasar por todas estas cosas.





«Les doy las gracias, nos escriba, por el feliz resultado que he obtenido con el uso de las Píldoras Pink. Mi hija de 12 años de edad tenía anemia, pasaba las noches sin dormir casi, su apetito era nulo, padecía de fuertes dolores de cabeza, del estómago y en todo el cuerpo; además una gran tristeza se había apoderado de ella. Después de un tratamiento de 2 meses tomando sus Píldoras Pink, ha recuperado la salud por completo y duerme y come bien.»


En todos los casos de anemia, de clorosis, de neurastenia, de agotamiento en el hombre y la mujer, las Píldoras Pink, darán resultados excelentes y restablecerán la salud.

Las Píldoras Pink se hallan de venta en casa de D. Patricio Gómez, farmacéutico, Logroño y principales farmacias al precio de Ptas. 4 la caja, 6 de Ptas. 21 las seis cajas. (representante para España Frana Janssens, 139, Paseo de Gracia, Barcelona.)


Nº de identificación	LR 19000501-1.
Título	Píldoras Pink del Dr. Williams.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	01/05/1900 Página 2, 5ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6 x 26 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato femenino de busto exento, representado en perspectiva cónica tres cuartos de perfil con vista a la izquierda. La mujer lleva vestido con cuello alzado de encaje y el pelo semi recogido y, pendiente circular en oído izquierdo. De estilo realista, lineal, en blanco y negro, ubicado al centro del anuncio entre cajas de textos.
Notas	El texto publicitario se dirige al público que padece debilitamiento en la sangre lo que causa numerosos síntomas e impide trabajar. El retrato pertenece a una niña de 12 años. El texto, remitido por su padre en Francia, narra cómo su hija de 12 años, gracias al consumo del producto recobró su salud. Enumera síntomas que alivia. Indica los distribuidores en España (Barcelona) y en Logroño. Indica los precios por cajas. La imagen sería un garante del texto publicitario, actuando como identificador del emisor de un mensaje testimonial.

<p>que inspira confianza, la que no adquiere sino después de una serie de caras operadas. Del mismo modo, si un medicamento ha dado buenos resultados, si uno se deja guiar por los buenos consejos de personas dignas de confianza, puede beneficiarse de las ventajas que se han obtenido con su uso.</p> <p>Siguiendo este razonamiento, la señora Angela Girardin de St. Brice, Yonne Francia, ha logrado reponer su salud debilitada y minada desde hace mucho tiempo por una anemia terrible. Había visto á su lado compañeras, que sufrían del mismo mal, curarse con el uso de las Píldoras Pink y con plena confianza las ha tomado también, y el resultado no se ha hecho esperar, como lo prueba su carta.</p>  <p>«Les he de expresar mi sentido agradecimiento, nos escribe, por el buen efecto que me han producido las Píldoras Pink. Desde hace más de 2 años, padecía una anemia grave, que inspiraba el mayor cuidado á los que me rodeaban. Mi debilidad era tal que no podía andar ya. Tenía violento dolor de cabeza, neuralgias y palpitaciones que me hacían sufrir lo indecible. Si, por casualidad, me sentía con ánimo para salir un poco, perdía inmediatamente el aliento; en una ocasión leí que habían conseguido curarse varias de mis compañeras del mismo mal, tomando sencillamente las Píldoras Pink; hice lo mismo, y he vuelto á recopular las fuerzas. Los buenos colores han reemplazado la gran palidez de mi rostro y todos mis dolores han desaparecido, habiendo recobrado mi cara la expresión de alegría de antes.»</p> <p>Tened, pues, la misma confianza y tomad las Píldoras Pink todos los que padecéis de anemia ó de agotamiento y debilidad prematuros por exceso de trabajos ú otros, ya que ellas os pondrán fuertes y os darán vigor.</p> <p>Las Píldoras Pink se hallan de venta en casa de Patricio Gomez farmacia Logroño principales farmacias, al precio de pesetas 4 la caja, ó de Ptas. 21 las 6 cajas. (Representante para España Frans Janssens, 139, Paseo de Gracia, Barcelona.)</p>	Nº de identificación	LR 190005018.
	Título	Píldoras Pink del Dr. Williams.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	01/05/1900 Página 2, 5ª y 3, 1ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6 x 24 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato femenino de busto exento, representado en perspectiva cónica tres cuartos de perfil con vista a la izquierda. La mujer lleva vestido con cuello alzado de encaje y el cabello recogido. De estilo realista, lineal, en blanco y negro, ubicado al centro del anuncio entre cajas de texto éste se distribuye en dos páginas.	
Notas	El texto publicitario se divide en dos páginas. Se dirige al público que padece anemia o fatiga por causa de trabajo. El retrato representa a una joven desde Francia que remite su testimonio en el cual narra sus síntomas y cómo recobró su salud gracias a la ingesta del medicamento tal cual otras de sus compañeras. Enumera síntomas que alivia. Indica los distribuidores en España (Barcelona) y en Logroño. Indica los precios por cajas. La imagen sería un garante del texto publicitario, actuando como identificador de emisor de un mensaje testimonial.	

<p style="text-align: center;">Correspondencia de Venecia</p> <p>Recibimos de Venecia una carta del más grande interés, que nos apresuremos a publicar con la esperanza de ser útiles á nuestros lectores.</p> <p>La señora Magdalena Perer de Stratta, calle de San Martín, 2357 había sufrido cruelmente como madre, á causa del gravísimo estado de salud de su hijo. Este ha sido curado radicalmente y la carta que la señora Perer nos escribe sobre esto, podrá servir de guía á las madres cuyos hijos se encuentran delicados de salud.</p> <p>«Me apresuro á declarar, nos escribe, la señora Perer, que mi hijo atacado de una anemia de las más graves, ha sido curado radicalmente con el uso de algunas cajas de píldoras Pink del Dr. Williams.</p> <p>El mal resultado de todas las medidas usadas en casos parecidos y que me habían sido recomendadas, era tal que estaba ya desesperada, cuando me fueron indicadas las píldoras Pink, única verdadera causa de su restablecimiento.»</p>  <p>En los niños y también en las personas de más avanzada edad, la anemia producida por una gran debilidad de la sangre, puede acarrear muy graves consecuencias y facilitar el acceso de enfermedades agudas, que serán tanto más peligrosas, cuanto más débil es el temperamento. El fortificar la sangre es, pues, prevenirse contra muchas enfermedades, y además será el medio más seguro para la pronta curación en la convalecencia... Las epidemias se ceban principalmente en las personas débiles, y las consecuencias peyoradas de la influenza, que han hecho tantas víctimas, podrán evitarse por el uso de las píldoras Pink de toda manera, sus ataques serán menos violentos y las consecuencias menos funestas.</p> <p>Las píldoras Pink se hallan de venta en casa de Patricio Gómez, Logroño y principales farmacias, al precio de Ptas. 4 la caja, ó de Ptas. 21 las 6 cajas. (Representante para España, Ferras Janssens, 67, Paseo de Gracia, Barcelona.</p>	Nº de identificación	LR 19000515-1.
	Título	Píldoras Pink del Dr. Williams.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	15/05/1900 Página 3, 1ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,5 x 23,2 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa una escena de interior doméstica donde una mujer vestida con delantal limpia ropa sobre una mesa. Junto a ella y de espaldas un niño de corta edad vestido con traje de pantalón corto y cuello con lazo. Se ha representado la estancia con reloj de caja y cuerda sobre una repisa. El grabado es de estilo lineal, en blanco y negro, en perspectiva cónica. Se ubica al centro del anuncio entre cajas de textos.	
Notas	El texto publicitario comienza anunciando a modo de artículo periodístico que se ha recibido una carta desde Venecia. Se trata del testimonio de una madre que le dio a ingerir a su hijo aquejado de anemia el producto ofertado. Informa sobre la conveniencia de evitar la anemia consumiendo este producto para así prevenir otras enfermedades como la influenza. Enumera síntomas que alivia. Indica los distribuidores en España (Barcelona) y en Logroño. Indica los precios por cajas. La imagen ilustra el texto escrito, recreando una situación cotidiana en la cual el público comprador podría identificarse con el emisor del mensaje testimonial.	

<p style="text-align: center;">Para su hija adoptiva</p> <p>Los señores Meuret de la calle Prunelle, número 1, de Lyon (Francia), habían adoptado una niña lindísima de tres años. Su cariño había crecido con la niña, que rodeaban de los más grandes cuidados. Desgraciadamente su dicha se vio turbada un instante. La pequeña huérfana tuvo el baile de San Vito, terrible enfermedad que puede desgraciar toda la existencia. Esta enfermedad ataca sobre todo a las jóvenes y puede durar toda la vida si no se pone remedio. El enfermo padece mucho de una agitación continua, que se caracteriza por movimientos involuntarios é irregulares de los brazos, y por un temblor de manos. Este mal tiene su origen en una debilidad natural de la sangre y el único remedio para curarlo consiste en la regeneración total de la sangre. Las Píldoras Pink obran de una manera absoluta en estos casos y todas las personas que las han tomado contra esta enfermedad han conseguido curarla. Esto es lo que hizo el señor Meuret.</p>  <p>«Tengo la felicidad de poderles anunciar la curación radical de nuestra querida niña Juana Borgey, siendo este su verdadero nombre y hé aquí la explicación: Juana es huérfana, que hemos adoptado á la edad</p>	<table border="1"> <tr> <td>Nº de identificación</td> <td>LR 19000522-1.</td> </tr> <tr> <td>Título</td> <td>Píldoras Pink del Dr. Williams.</td> </tr> <tr> <td>Colección</td> <td>Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.</td> </tr> <tr> <td>Otros fondos disponibles</td> <td>Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i>.</td> </tr> <tr> <td>Lugar de publicación</td> <td>Logroño, La Rioja, España.</td> </tr> <tr> <td>Fecha de primera publicación</td> <td>22/05/1900. Páginas 2, 5ª y 3, 1ª columna.</td> </tr> <tr> <td>Autor</td> <td>Anónimo.</td> </tr> <tr> <td>Medidas</td> <td>6 cm. de ancho. aprox.</td> </tr> <tr> <td>Técnica</td> <td>Grabado tipográfico.</td> </tr> <tr> <td>Frecuencia de Publicación</td> <td>1.</td> </tr> <tr> <td>Descripción</td> <td>Grabado tipográfico que representa un retrato femenino de busto exento, de una niña en perspectiva cónica, tres cuartos de perfil con vista a la derecha. La niña lleva vestido y el pelo recogido con un lazo blanco. De estilo realista, lineal, en blanco y negro, ubicado al centro del anuncio entre cajas de textos.</td> </tr> <tr> <td>Notas</td> <td>El texto publicitario narra como una niña que sufría el baile de san vito recobró su salud tras la ingesta del producto. El texto introducido es una carta testimonio donde relata su padre los síntomas y cómo el consumo de un par de cajas de pastillas la alivia. Indica quiénes son los fabricantes y lugar de fabricación (París), así como los distribuidores en España (Barcelona) y en Logroño. Indica los precios por cajas. La imagen sería un garante del texto publicitario, actuando como identificador de emisor de un mensaje testimonial.</td> </tr> </table>	Nº de identificación	LR 19000522-1.	Título	Píldoras Pink del Dr. Williams.	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.	Fecha de primera publicación	22/05/1900. Páginas 2, 5ª y 3, 1ª columna.	Autor	Anónimo.	Medidas	6 cm. de ancho. aprox.	Técnica	Grabado tipográfico.	Frecuencia de Publicación	1.	Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato femenino de busto exento, de una niña en perspectiva cónica, tres cuartos de perfil con vista a la derecha. La niña lleva vestido y el pelo recogido con un lazo blanco. De estilo realista, lineal, en blanco y negro, ubicado al centro del anuncio entre cajas de textos.	Notas	El texto publicitario narra como una niña que sufría el baile de san vito recobró su salud tras la ingesta del producto. El texto introducido es una carta testimonio donde relata su padre los síntomas y cómo el consumo de un par de cajas de pastillas la alivia. Indica quiénes son los fabricantes y lugar de fabricación (París), así como los distribuidores en España (Barcelona) y en Logroño. Indica los precios por cajas. La imagen sería un garante del texto publicitario, actuando como identificador de emisor de un mensaje testimonial.
Nº de identificación	LR 19000522-1.																								
Título	Píldoras Pink del Dr. Williams.																								
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.																								
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .																								
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.																								
Fecha de primera publicación	22/05/1900. Páginas 2, 5ª y 3, 1ª columna.																								
Autor	Anónimo.																								
Medidas	6 cm. de ancho. aprox.																								
Técnica	Grabado tipográfico.																								
Frecuencia de Publicación	1.																								
Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato femenino de busto exento, de una niña en perspectiva cónica, tres cuartos de perfil con vista a la derecha. La niña lleva vestido y el pelo recogido con un lazo blanco. De estilo realista, lineal, en blanco y negro, ubicado al centro del anuncio entre cajas de textos.																								
Notas	El texto publicitario narra como una niña que sufría el baile de san vito recobró su salud tras la ingesta del producto. El texto introducido es una carta testimonio donde relata su padre los síntomas y cómo el consumo de un par de cajas de pastillas la alivia. Indica quiénes son los fabricantes y lugar de fabricación (París), así como los distribuidores en España (Barcelona) y en Logroño. Indica los precios por cajas. La imagen sería un garante del texto publicitario, actuando como identificador de emisor de un mensaje testimonial.																								

<p style="text-align: center;">No dejarse debilitar</p> <p>La señorita Luisa Desané (La Bazouge du Désert Ille-et-Vilaine, Francia) nos escribe una carta que puede prestar gran servicio á las jóvenes de su edad.</p> <p>La copiamos textualmente. «Desde muchos meses, mi salud se hallaba gravemente alterada y quedé durante largo tiempo muy delicada. El mal se agravó repentinamente y tuve fuertes dolores en todos los miembros y asimismo en las articulaciones. Poco á poco la debilidad se me puso en las piernas, que no pudieron sostener el peso de mi cuerpo. Perdí el apetito y fuertes dolores de estómago no me permitían tomar otro alimento que leche. Me volví melancólica y perdí el humor, no pudiendo dormir, desmejorando de día en día. En este estado estuve tres meses y medio, durante los que había probado todo lo que parecía poder aliviar mi dolencia, pero sin resultado alguno. Padece cada día más y el dolor de cabeza se hizo tan violento que, durante horas enteras tenía que estar con los ojos cerrados. Entonces decidí tomar las Píldoras Pink. Después de haber tomado la segunda caja observé una mejoría notable; los dolores del cuerpo y de la cabeza desaparecieron poco á poco y habiéndose fortalecido mis piernas, pude dar buenos paseos los que, excitando mi apetito, me permitieron comer todo lo que me apetecía, sin que tuviera la digestión dificultosa, ni me provocaran esta especie de hipo nervioso que me daba antes y duraba algunas veces dos días seguidos. Después de haber recuperado las fuerzas, el apetito y las ganas de dormir, gozo otra vez de buena salud, que ha coloreado mis mejillas y me ha devuelto la alegría de la vida.»</p> <p>La señorita Desané, atacada de una anemia gravísima, ha tomado el buen remedio, eso es, el de tomar el más enérgico reconstituyente de la sangre y el mejor tónico para los nervios; las Píldoras Pink en los casos de anemia, de clorosis, de neurastenia, de debilidad general, de reuma y de sciática, son el remedio soberano y darán á la sangre nueva fuerza, asegurando así la buena salud.</p> <p>Las Píldoras Pink se hallan de venta en Logroño, casa de Patrio Gómez, y principales farmacias, al precio de Ptas. 4 la caja, ó de Ptas. 21 las 6 cajas. (Representante para España Frans Janssens, 67, Paseo de Gracia, Barcelona.</p>	Nº de identificación	LR 19000528-1.
	Título	Píldoras Pink del Dr. Williams.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	28/05/1900 Página 3, 1ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,4 x 26 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato femenino de busto exento, representado en perspectiva cónica tres cuartos de perfil con vista a la izquierda. La mujer lleva vestido con cuello alzado oscuro y broche claro en forma de rombo, cabello recogido en un moño en la coronilla. De estilo realista, lineal, en blanco y negro, ubicado al centro del anuncio entre cajas de textos.	
Notas	El texto publicitario se dirige al público que padece anemia. Incorpora una carta enviada por una paciente desde Francia que relata los síntomas padecidos y como alcanzó un alto grado de debilidad que fue subsanado tras el consumo del producto anunciado. Indica los distribuidores en España (Barcelona) y en Logroño. Indica los precios por cajas. La imagen sería un garante del texto publicitario, actuando como identificador del emisor de un mensaje testimonial.	

<p style="text-align: center;">Situación alarmante</p> <p>Varias veces hemos hablado aquí de los peligros que amenazan á las jóvenes en la época de la formación. Es conveniente volver sobre este asunto, ya que no se puede llamar bastante la atención de los padres sobre los cuidados que son necesarios; para evitar accidentes que pueden presentarse y de los que la causa principal es la debilidad. La anemia, y las enfermedades nerviosas, consecuencias de la pobreza de la sangre, presentan en aquellos momentos grandes inconvenientes. Su desarrollo es rápido y la enfermedad puede tener un desenlace fatal.</p> <p>Solamente una medicación enérgica, favoreciendo la reconstitución inmediata de la sangre, puede reaccionar y restablecer la salud comprometida. Hasta hoy día ningún medicamento ha podido ser comparado con las Píldoras Pink del doctor Williams, que han operado curas radicales</p>  <p>y múltiples en todas las enfermedades originadas por pobreza de la sangre, como la anemia, la clorosis, la neurastenia, el reuma y en los niños el raquitismo y el baile de San Vito. Usándolas se devolverá á la sangre los glóbulos rojos que son tan necesarios á la vitalidad de la misma y en su acción fortificante sobre todo el organismo.</p> <p>La señorita María Planck de Roubaix, Francia, calle Wasquehall, n.º 608, que padecía de anemia habiendo visto curarse con el uso de las Píldoras Pink, á una de sus amigas que padecía de la misma enfermedad, las ha tomado también y su hermana nos da cuenta, en la carta que sigue, del resultado obtenido:</p> <p>«Con gran alegría venimos á darles las gracias por la curación de nuestra hermana, con el uso de las Píldoras Pink. Desde el principio del tratamiento una apreciable mejoría se ha dejado sentir, y después la cura ha sido radical usando seis cajas. Nuestra hermana padecía anemia y una grave enfermedad de los nervios. No podía mover los brazos, ni las piernas, habiendo llegado á un grado muy alto de debilidad, lo que nos causó la mayor inquietud. Todo esto ha desaparecido y su salud es hoy perfecta.»</p> <p>Las Píldoras Pink se hallan de venta en casa de Patricio Gómez, Logroño; y principales farmacias al precio de Ptas. 4 la caja, ó de Ptas. 21 las 6 cajas. (Representante para España, Frans Janssema, 87, Paseo de Gracia, Barcelona.)</p>	Nº de identificación	LR 19000607-1.
	Título	Píldoras Pink del Dr. Williams.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	07/06/1900 Página 2, 5ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,5 x 26,3 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato femenino de busto exento, representado en perspectiva cónica y frontal. La mujer lleva vestido oscuro con cuello alzado y broche, cabello recogido en un moño en la coronilla y pendientes circulares. De estilo realista, lineal, en blanco y negro, ubicado al centro del anuncio entre cajas de textos.	
Notas	El texto publicitario se dirige al público que padece anemia. El texto incorpora vocabulario que lo hace parecer más científico. Introduce una carta enviada por la hermana de una mujer que padecía de anemia y debilidad desde Francia y relata los síntomas y cómo fue sanando tras el consumo del producto anunciado. Indica los distribuidores en España (Barcelona) y en Logroño. Indica los precios por cajas. La imagen sería un garante del texto publicitario, actuando como identificador del personaje afectado de las dolencias que el consumo del producto ofertado ha curado.	

El Asma

Hemos dicho muchas veces ya que el origen de casos especiales como enfriamiento y humedad, de la debilidad ó impureza de la sangre. Ciertas enfermedades atacan con preferencia á los que son propensos al reuma y á los que son propensos á la artritis; puede educirse de esto que un medicamento que puede curar el reuma ó la artritis puede asimismo tener una influencia saludable sobre el asma, por ejemplo al que están sujetas las personas atacadas de reuma y artritis. Citamos hoy el ejemplo de la curación de un hombre de 60 años,



gravemente enfermo de asma. Los síntomas al principio del asma se conocen por una especie de opresión del pecho, y por un deseo de respirar muy penoso. La respiración es lenta y con silbido y las afecciones son frecuentes y acortadas; á la larga puede producirse una dilatación del corazón. El señor Deschamps de Hellet de Villiers, Eure, Francia sufriendo de asma á querido tomar el gran regenerador de la sangre, que cura las enfermedades causadas por el agotamiento ó por su impureza, como son la anemia, la clorosis, el reuma, la sciática, los exoesos de todas clases y el agotamiento general en el hombre y en la mujer y el éxito ha sido completo; las Píldoras Pink cuya fama es universal han operado la cura. Su señora nos escribe sobre este particular la siguiente carta.

«Mi esposo se encuentra hoy muy bien gracias á las Píldoras Pink que le han curado con éxito completo. Puedo asegurar que le han salvado la vida. Con ningún remedio hallaba alivio. Tenía un asma que le ahogaba constantemente y le causaba atroces dolores en el costado izquierdo. No podía descansar ni de día ni de noche; había perdido el apetito, cayendo por consiguiente en un estado de debilidad estremada. Cada día me temía un desenlace fatal cuando con el uso de las Píldoras Pink primero sus dolencias disminuyeron y luego desaparecieron. Tengo gran satisfacción en anunciarlas este resultado.»

Las Píldoras Pink preparadas por los señores Gablin et Co. Farmacéuticos de primera clase, París, se hallan de venta en casa de Patricio Gómez, Logroño, y principales farmacias al precio de Ptas. 4 la caja, ó de Ptas. 21 las 6 cajas. (Representante para España Frans Janssens, 67, Paseo de Gracia, Barcelona.)

Nº de identificación	LR 19000612-1.
Título	Píldoras Pink del Dr. Williams.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	12/06/1900 Página 2, 5ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6,5 x 25,7 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato masculino de busto exento, en perspectiva cónica con cabeza hacia la izquierda. El hombre viste con traje y pajarita, pelo corto y sin barba. De estilo realista, lineal, en blanco y negro, ubicado al centro del anuncio entre cajas de textos.
Notas	El texto publicitario se dirige al público que padece asma así como otro tipo de enfermedades relacionados con la debilidad de la sangre y la anemia. Enumera las propiedades medicinales del producto y ofrece una carta testimonial escrita por la esposa del médico aquejado de asma. Indica los distribuidores en España (Barcelona) y en Logroño. Indica los precios por cajas. La imagen sería un garante del texto publicitario, actuando como identificador del emisor de un mensaje testimonial.


Los desarreglos del estómago

El que tiene buen apetito y digestión fácil, no conoce los sufrimientos y tristezas especiales que acompañan á las enfermedades del estómago. Es una de las enfermedades que más afectan la moral, al mismo tiempo que producen dolores intolerables. A causa del mal funcionamiento del estómago, los jugos de los alimentos se dividen y reparten mal por el organismo. Como consecuencia se altera la sangre, cuya circulación viciada ó irregular desorganiza todas las funciones del cuerpo. El estómago enfermo, los intestinos siguen el mismo camino; se padecen dolores de cabeza, sofocaciones y algunas veces palpitaciones del corazón. Privado de alimento, el hombre pierde sus fuerzas y sobreviene una debilidad general que puede tener los más graves resultados. Sólo un medio puede contener la marcha de la enfermedad; el empleo de un fuerte reconstituyente de la Sangre. Las Píldoras Pink como regenerador de la sangre, son el mejor entre los mejores. La señorita Alix Thouvencot de Paroy le Gaingey, Doubs, Francia, ha probado sus beneficios.



«Desde hacía 2 años, me ascribo, padecía una enfermedad de estómago que me había llevado á un estado de debilidad extrema. No podía trabajar ya y no solamente carecía de apetito, sino que las digestiones, que eran en extremo difíciles, provocaban violentos dolores de cabeza. Desde que he tomado las Píldoras

Nº de identificación	LR 19000620-1.
Título	Píldoras Pink del Dr. Williams.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	20/06/1900 Página 2, 5ª y 3, 1ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6,5 x 20,4 cm. aprox
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato femenino de busto exento, en perspectiva cónica tres cuartos de perfil con vista a la derecha. La mujer lleva vestido, pelo recogido. De estilo realista, lineal, en blanco y negro, ubicado al centro del anuncio entre cajas de textos.
Notas	El texto publicitario se dirige al público que padece del estómago así como las enfermedades derivadas de la debilidad de la sangre que provoca la falta de apetito. El texto incorpora vocabulario biológico y explica algunos procesos intentado ser más científico. Enumera las propiedades medicinales del producto y ofrece una carta testimonial escrita por una mujer desde Francia donde narra cómo los problemas estomacales derivaron en intestinales y en un debilitamiento general provocado por la falta de apetito. Indica los distribuidores en España (Barcelona) y en Logroño. Indica los precios por cajas. La imagen sería un garante del texto publicitario, actuando como identificador del emisor de un mensaje testimonial.

<p>eficaz regenerador de la sangre, y las curaciones que han operado son innumerables. Una de estas nos la detalla la carta</p>	<p>Nº de identificación LR 19000628-1.</p>
	<p>Título Píldoras Pink del Dr. Williams.</p>
<p>que insertamos á continuación, del señor Giovanni Larivei, calle Moncalieri 5, c. Torino.</p>	<p>Colección Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.</p>
<p>«Desde hace muchos años padecí habitualmente de terribles dolores reumáticos y á pesar de todas las consultas y de todos los remedios tomados, no pude lograr mi curación, que únicamente las Píldoras Pink me han dado. Tengan satisfacción en hacer constar su fuerza reconstituyente y su eficacia, ya que con su uso he logrado una curación completa.»</p>	<p>Otros fondos disponibles Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i>.</p>
<p>Las Píldoras Pink tendrán igual eficacia en todas las enfermedades provocadas por la sangre viscosa ó empobrecida, como son la anemia, la clorosis, las enfermedades nerviosas. Son de acción soberana en la convalecencia de enfermedades epidémicas que habrán agotado el sangre. Las Píldoras Pink, preparadas por los Sres. Gabilu et C^o, farmacéuticos de primera clase, París, se hallan de venta en casa de Patricio Gómez, Logroño y en todas las buenas farmacias al precio de Ptas. 4 la caja ó Ptas. 21 las 6 cajas. Nuestro representante para España, Francia y Portugal, Janssens, Paseo de Gracia, 67, Barcelona.</p>	<p>Lugar de publicación Logroño, La Rioja, España.</p>
<p></p>	<p>Fecha de primera publicación 28/06/1900</p>
<p></p>	<p>Página 2, 4ª y 5ª columnas.</p>
<p></p>	<p>Autor Anónimo.</p>
<p></p>	<p>Medidas 6,5 x 16,4 cm. aprox.</p>
<p></p>	<p>Técnica Grabado tipográfico.</p>
<p></p>	<p>Frecuencia de Publicación 1.</p>
<p></p>	<p>Descripción Grabado tipográfico que representa una escena sin distinguir si es interior o exterior con tres hombres, dos obreros y un burgués. Los obreros visten camisa, mandil pantalones. El de la derecha está representado de espaldas, con el brazo derecho apoyado en la cintura. El de la izquierda está representando de tres cuartos de perfil y, en su mano izquierda sostiene un yunque. El del centro, viste sombrero hongo, pantalones a cuadros, chaqueta, chaleco y pajarita, bigotes estilo inglés. Ubicada al centro del anuncio en perspectiva cónica, entre cajas de textos.</p>
<p></p>	<p>Notas El texto publicitario se dirige al público que padece reuma. Enumera las propiedades medicinales del producto y ofrece una carta testimonial escrita por un hombre desde Francia donde narra cómo el consumo del producto alivio su enfermedad. Enuncia el fabricante e indica los distribuidores en España (Barcelona) y en Logroño. Indica los precios por cajas. La imagen sería un garante del texto publicitario, actuando como identificador del emisor de un mensaje testimonial pero de forma alusiva, ya que se ubica en una fragua donde la humedad y el trabajo al aire libre cuyo ambiente propicia ésta enfermedad.</p>

Para resistir á la influenza

El señor Lédan, de 24 años, inductor de Le Saint, Morbihan, Francia, ha sufrido varias enfermedades sucesivamente y su ejemplo es de una utilidad incontestable en estos momentos en que una enfermedad epidémica hace tantos estragos. Dicho señor tuvo la influenza, pero en circunstancias tales, que si no hubiera tenido una gran resistencia, sin duda alguna hubiera sucumbido á dicha enfermedad. Afortunadamente á consecuencia de dos enfermedades graves, había tomado un regenerador energético de la sangre, con lo que había recobrado nuevas fuerzas. Las Píldoras Pink le habían curado de los efectos de una fiebre tifoidea y de una inflamación de las venas. Había llegado á tal estado de agotamiento que los médicos temían graves complicaciones. Tomó entonces las Píldoras Pink y se restableció por completo, de lo que da fé el siguiente certificado:

«El infrascrito Pierre Lédan, inductor de Le Saint, Morbihan, declara que habiendo tenido una fiebre tifoidea y después inflamación de las venas, ha tomado las Píldoras Pink con éxito completo. Se desesperó en aquel entonces de poder salvarme y se me creía atacado de tuberculosis. Pronto, no obstante, me puse mejor con gran sorpresa de todos y hoy he recuperado las fuerzas y el buen color gracias á las Píldoras Pink.»




Pero hé aquí que se hace más interesante el asunto; después de haber dado las gracias al señor Lédan por su preciosa certificación, se le pidió su fotografía; un mes se hizo esperar su contestación, que es como sigue:

«Si no les he contestado antes, ha sido por causa de haber tenido entretanto un ataque de influenza ó de gripe. Hoy después de este nuevo golpe, tengo quizás todavía mejor semblante que antes. Con mucho gusto les autorizo para publicar mi curación por el uso de las Píldoras Pink. Pago de este modo una deuda de gratitud. Adjunta va mi fotografía.»

Todos los que conocen la eficacia de las Píldoras Pink en la reconstitución de las fuerzas y la regeneración de la sangre, comprenderán fácilmente cómo han operado en el caso del señor Lédan. Después de haberle curado de las consecuencias de dos enfermedades graves, han dado á su sangre una fuerza tal, que una enfermedad tan perniciosa como la influenza no ha tenido más que una acción negativa en él. Las Píldoras Pink obrarán de la misma manera en las enfermedades que son consecuencia de la debilitación de la sangre, como la anemia, la clorosis, la sciática, el reuma y las enfermedades nerviosas. Las Píldoras Pink, preparadas por los señores Gabbri et Co., farmacéuticos de primera clase, París, se hallan de venta en casa de D. Patrio Gómez, Logroño y en todas las buenas farmacias al precio de Ptas. 4 la caja ó Ptas. 21 las 6 cajas. Nuestro representante para España, Frans Janssens, Paseo de gracia, 67, Barcelona.

Nº de identificación	LR 19000704-1.
Título	Píldoras Pink del Dr. Williams.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	04/07/1900 Página 2, 5ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6,5 x 30,5 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato masculino de busto exento, en perspectiva cónica. El hombre lleva traje y corbata, el pelo corto y bigote de corte inglés. De estilo realista, lineal, en blanco y negro, ubicado al centro del anuncio entre cajas de textos.
Notas	El texto publicitario se dirige al público que ha sufrido enfermedades y se encuentra convaleciente. En este caso es influenza y la carta testimonial se divide en dos entregas para reforzar el hecho de que el consumo del producto fortalece. El retrato a un joven francés que informa de los beneficios y los síntomas que atenúa la ingesta del producto. Indica quiénes son los fabricantes y lugar de fabricación (París), así como los distribuidores en España (Barcelona) y en Logroño. Indica los precios por cajas. La imagen sería un garante del texto publicitario, actuando como identificador del emisor de un mensaje testimonial.

	Nº de identificación	LR 19000704-1.
	Título	Píldoras Pink del Dr. Williams.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	04/07/1900 Página 2, 5ª columna y 3, 1ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,5 x 18,8 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
<p style="text-align: center;">Un buen consejo</p> <p>La señora Lulgia Bastetti de Sareguo, Como, Italia, nos escribe una carta que será una revelación para todos los que como ella, tienen la salud quebrantada por indisposiciones frecuentes y variadas, que una anemia grande había determinado. Esta señora hace el elogio del medicamento, que dará el mismo resultado en muchas enfermedades en las que la sangre agotada ó los nervios debilitados, no pudiendo llenar sus funciones, causan dolor de cabeza, de costado y en los riñones, enfermedades nerviosas y provocan en el hombre y en la mujer un agotamiento prematuro, obran con igual eficacia sobre el temperamento de los niños atecados de raquitismo y del baile de San Vito. ...</p> 	Descripción	Grabado tipográfico que representa una escena en interior de un taller de costura con una mujer sentada sobre una silla frente a una mesa, cociendo y un hombre cortando tela tras la mesa. El hombre viste camisa, lleva bigotes estilo inglés y está representado en perspectiva cónica con tijeras en mano derecha. La mujer viste un vestido, cabello recogido y está representada de tres cuartos de perfil, con la espalda hacia el lector. Entre ambos personajes hay una mesa con caballete. No hay línea de horizonte. Ubicado al centro del anuncio entre cajas de textos.
<p>«Tengo el deber de reconocer, nos escribe la señora de Bestetti, el excelente resultado obtenido con las Píldoras Pink en mi salud. Los resultados de este tratamiento han sido completos, por que tomando las Píldoras Pink me he curado de violentos dolores de cabeza que me atormentaban constantemente, de dolor de estómago muy frecuente, de falta de apetito y de sueño, los que habían causado un trastorno tal en mi organismo que una anemia gravísima se había apoderado de mí. La debilidad general de que padecía ha desaparecido completamente. Recomendando con confianza este medicamento á todos los que sufren.»</p>	Notas	El texto publicitario se dirige al público que padece dolores de riñones y debilidad en general. Enumera síntomas e inserta un testimonio verídico proveniente de Italia. Indica quiénes son los fabricantes y lugar de fabricación (París), así como los distribuidores en España (Barcelona) y en Logroño. Indica los precios por cajas. La imagen tiene función ilustrativa, ya que el texto publicitario habla de dolores de riñones.

Disgustos de un matrimonio joven

El señor Pierre Molinier de Montanet de Lusac, Dordogne, Francia, es un joven casado; su mujer tiene 18 años solamente y el debut de su vida matrimonial ha sido entristecido por serios disgustos que han empañado durante algún tiempo la dicha de su unión. Su joven esposa se hallaba muy anémica y á pesar de todos los tratamientos puestos en práctica su salud se alteró cada día más.

«Mi mujer, de 18 años de edad, nos escribe, padecía desde hace un año una fuerte anemia; una gran debilidad se había apoderado de ella, y había completamente perdido el apetito y el sueño. Había momentos en que la respiración le faltaba,



y tuvo síncoas que me hacían creer que se había muerto. Todos los tónicos, todos los fortificantes que se le hacían tomar resultaban sin efecto, porque el alivio que daban no era mas que pasajero; y los mismos medicamentos que tomaba le daban inflamación, que había que curar con otros. Un azar providencial me hizo conocer las Píldoras Pink y desde la primera caja se inició una ligera mejora. Continué el tratamiento, que tuvo tan buen éxito, que hoy está completamente restablecida.»

La debilitación general, resultado de la anemia, causada por la pobreza de la sangre, ha desaparecido por la fuerza reconstituyente de las Píldoras Pink, que regenerando la sangre fortifican todo el organismo y hacen desaparecer todas las impurezas de una sangre viciada. Obrarán de la misma manera en las enfermedades originadas por causas idénticas, como la aterosia, la neurastenia, el reuma, la sciática y en los niños el raquitismo y el baile de San Vito. Las Píldoras Pink, preparadas por los Sres. Gablin et Co, farmacéuticos de primera clase, de París, se hallan de venta en casa de don Patricio Gómez, Logroño, y en las principales farmacias al precio de Ptas. 4 la caja ó á Ptas. 21 las 6 cajas. Nuestro representante para España, Frans Janssens, Paseo de Gracia, 67, Barcelona.

Nº de identificación	LR 19000720-1.
Título	Píldoras Pink del Dr. Williams.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	20/07/1900 Página 2, 5ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6,4 x 26 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato femenino de busto exento, de perfil, en perspectiva cónica y con vista a la izquierda. La mujer lleva vestido con cuello alzado oscuro y lazo en el cuello, cabello recogido en un moño en la coronilla. De estilo realista, lineal, en blanco y negro, ubicado al centro del anuncio entre cajas de textos.
Notas	El texto publicitario se dirige al público que padece falta de apetencia sexual y debilidad provocada por la anemia. Incorpora una carta enviada por un marido desde Francia que relata los síntomas padecidos por su esposa de 18 años y cómo afectó al matrimonio. Señala síntomas que alivia e indica los distribuidores en España (Barcelona) y en Logroño. Indica los precios por cajas. La imagen sería un garante del texto publicitario, actuando como identificador del personaje afectado.

Un mal rebelde

Uno de los órganos más delicados del cuerpo y sobre todo el más susceptible á graves desarreglos, es por cierto el estómago. En dicha víscera se producen las primeras manifestaciones de la composición de la sangre y del buen funcionamiento del estómago depende el buen estado del organismo. Las enfermedades del estómago provienen de diferentes causas, ó sea por defectos de la sangre y de su debilidad; la circulación es mala é irregular, y por este solo hecho los movimientos del estómago se entorpecen y se desarreglan, la transformación de los alimentos se opera de una manera anormal y dolores violentos se hacen sentir, que repercuten en todo el cuerpo; ó bien á causa de abusos de ciertos alimentos ó de determinadas he-



bidas, las funciones del estómago se alteran. La cura en estos casos es difícil y únicamente un remedio que puede hacer sangre nueva y pura vencerá la enfermedad del estómago, estableciendo el orden en las funciones y devolviendo un nuevo vigor á todos órganos.

Muy joven, teniendo doce años, el señor Alfred Poulet, hoy empleado en una granja de Haut Lieu, (Nord) Francia, había tenido una enfermedad de estómago tan rebelde que duró siete años. La causa de su enfermedad era debilidad general, quizás anemia, y tenía el estómago muy estropeado.

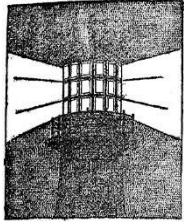
«Tengo gran satisfacción, nos asoraba, en poder decirles cuánto bien me han hecho las Píldoras Pink y cuán completa ha sido mi curación usándolas. Desde hace siete años padecía una enfermedad de estómago á la que se habían unido otros padecimientos, tal como sofocaciones, dolor de costado y una debilidad estremada. No podía dormir ya y no tenía apetito. Pocas cajas de Píldoras Pink han bastado para curarme completamente.»

La anemia, las enfermedades nerviosas y de estómago, la sciática, el reuma, las enfermedades especiales de los niños como el raquitismo y el baile de San Vito, se curan con el empleo de las Píldoras Pink. Estas píldoras preparadas por las señoras Cablin et C.^o, farmacéuticos de primera clase, París, se hallan de venta en casa de Patricio Gómez, Logroño, y principales farmacias, al precio de 4 pesetas la caja ó 21 pesetas las 6 cajas. (Representante para España, Frana Janssens, 57, pasaje de Gracia, Barcelona.)

Nº de identificación	LR 19000724-1.
Título	Píldoras Pink del Dr. Williams.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	24/07/1900 Página 2, 4ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6,5 x 26 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato masculino de busto exento, representado en perspectiva cónica tres cuartos de perfil. El joven lleva traje, pajarita y el pelo corto. De estilo realista, lineal, en blanco y negro, ubicado al centro del anuncio entre cajas de textos. Reproduce texturas y tonos/semitonos.
Notas	El texto publicitario se dirige al público que padece problemas estomacales. Relata cómo afectan al resto del organismo e incorpora un testimonio escrito de un joven de 12 años residente en Francia. Continúa explicando otros síntomas que alivia el medicamento como ciática, reuma, enfermedades nerviosas y debilitamiento en general de la sangre. Indica los distribuidores en España (Barcelona) y en Logroño. Indica los precios por cajas. La imagen sería un garante del texto publicitario, actuando como identificador del emisor de un mensaje testimonial.

LA LUZ DEL FARO

Un relato interesante y verdad llegó á oídos de uno de los reporters del periódico inglés «Bribgen Grónico» y el Director de nuestro Diario delegó á uno de los redactores, para investigar los hechos, quien á este efecto fué á ver á la esposa del torrero del faro de Oash. Al llegar al faro encontró á una señora y en pocas palabras le explicó lo que había oído; á saber que una señora Evans, que vivía en el faro, había escapado milagrosamente de la muerte. La señora Evans dijo que su esposo, que es primer torrero del faro, fué trasladado allí de Cady Islands Temby



—¿Estaba V. bien de salud cuando llegó aquí?—

—«Estaba débil pero no me encontraba mal. El aire es sano aquí, pero, me puse enferma. Su pongo que es á mi salud o fuerte para mí. Después de un mes de estar aquí me puse

muy mala, tanto que mi esposo tuvo que llamar un médico. Mi enfermedad duró tres meses y cada vez empeoraba, de modo que tuvo que volver el médico que me trataba, llegando á decir á mi esposo que de poco pedían servir ya sus visitas.

—¿Su esposo estaría con gran cuidado?—
—«Naturalmente, viéndome sufrir tanto por una indigestión muy fuerte con desarreglo continuo del hígado.»

—«¿Y cómo es, pues, que se ha puesto V. tan bien?» le preguntó el reporter.


Unicamente á una cosa puedo atribuirlo. Estaba verdaderamente exasperada por el fuerte dolor de cabeza y los dolores en todo el cuerpo causados por indigestión continua.




Mi lengua estaba siempre sucia y tenía las encías hinchadas de modo que no podía comer ni beber, y si comía algo, sufría atrozmente hasta haberlo arrojado todo. En este período cuando me encontraba peor, lei en un periódico que mucha gente se había curado usando las Píldoras Pink del Dr. Williams. Hice venir este medicamento y ya después de haber tomado una caja me sentía mucho mejor. Antes de haber concluido la segunda pude levantarme de la cama y haciendo uso de las Píldoras, puedo ahora hacer mi trabajo como antes. Como y duermo bien otra vez y los fuertes dolores causados por la indigestión han desaparecido completamente. La señora Stabbs, que cuidó á la señora Evans durante toda su enfermedad, aseguró que este cambio fué debido únicamente al uso de las Píldoras Pink porque observó, dijo, una mejoría desde la primera caja que tomó de estas Píldoras. Estos son los hechos escuetos y sin ningún adorno, como los refirió el reporter del periódico y el esposo de la señora Evans estaba firmemente convencido que á no ser por las Píldoras Pink, no hubiera podido contar con su mujer para hacerle compañía durante las largas y fastidiosas horas que pasa el torrero de un faro. No solamente en los casos se decalla su gran valor. Han curado igualmente de reuma, ataxia, lecomotiz, sciáticas, como así mismo todas las enfermedades causadas por embebecimiento de la sangre, escrófala, raquitismo, erisipela crónica, tisis, anemia, colores pálidos, debilidad general, pérdida de apetito, palpitaciones, dolores en los riñones, migraña, agotamiento, debilidad en las mujeres é histérico.

Las Píldoras Pink, preparadas por los señores Gabilan & Co. farmacéuticos de primera clase, París, se hallan de venta en todas las buenas farmacias al precio de pesetas 4 la caja, ó á pesetas 21 las 6 cajas, y en casa de nuestro depositario Frans Janssens, 139, Paseo de Gracia, Barcelona.

Nº de identificación	LR 19000124-1.
Título	Píldoras Pink del Dr. Williams.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	24/01/1900 Página 3, 1ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6,5 x 37 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Primer grabado tipográfico representando la parte superior de un faro con cristalerías iluminadas y fondo oscuro, vista frontal en perspectiva cónica. Ubicado al centro del anuncio en el margen izquierdo, el texto lo rodea. El segundo grabado tipográfico representa a tres hombres en un bote de madera, dos de ellos reman, son marineros que visten jersey oscuro y pantalón claro, y el tercer hombre está en la proa del barco sentado de espaldas, se distingue gorra y chaqueta oscura. El bote está en el agua. Representado en perspectiva cónica, con sombras, medios tonos y volúmenes. Se ubica en la parte central del texto publicitario.
Notas	El texto publicitario ofrece a los lectores una carta testimonial de la esposa de un farero relatando los síntomas su enfermedad y cómo acudió el médico a visitarla recetándole el medicamento. Los grabados son utilizados a modo ilustrativo de la historia narrada, como garante del texto. Continúa explicando los síntomas que alivia, las ventajas del producto y reitera la conveniencia de no adquirir otros productos similares.

<p>DECAIMIENTO POR ANEMIA</p> <p>«Tengo satisfacción en comunicarles los buenos resultados que las Píldoras Pink han producido á mi hija, que padecía una anemia en alto grado; había perdido completamente los colores, quedando pálida como la cera; tenía violentos dolores de cabeza y de costado y palpitaciones de corazón, al ponerse de pie sus piernas flaqueaban y no podía andar seguido. Hoy está completamente restablecida; tiene buen color, buen apetito y los dolores han desaparecido.»</p>  <p>Esta carta es del Sr. Campagne, maquinista de la Compagnie du Midi á Laruna, de Eaux Bonnes, Baesés Pyrénées, Francia. Seis semanas después, recibimos otra carta del Sr. Campagne, nueva confirmación de curación. «Les mando, nos escribe, la fotografía de nuestra hija, de la que verán ustedes qué bien está ahora, después de haber estado tan débil y extenuada. Hoy tiene un apetito devorador y puede andar y saltar sin sentir la menor fatiga. Curación completa.»</p> <p>Este resultado las Píldoras Pink siempre lo dan en todas las afecciones causadas por la sangre empobrecida, que engendra dolores de cabeza, dolor de costado y en los riñones, debilidad general, la clorosis, los colores pálidos y las enfermedades que atacan principalmente á las jóvenes en el momento de la formación. Las Píldoras Pink reconstituyen la sangre, le dan un color rojo bonito y fuerza para poder resistir con éxito á todas estas enfermedades. Son igualmente eficaces en las enfermedades especiales de los niños como el raquitismo y el baile de San Vito. Hasta á los ancianos dan nuevo vigor. Las Píldoras Pink preparadas por los Sres. Gablin et Co. farmacéuticos de primera clase, París, se hallan de venta en la casa de Patricio Gómez, Logroño, y principales farmacias al precio de Ptas. 4 la caja, ó de Ptas. 21 las 6 cajas. (Representante para España, Franc. Janssens, 67, Paseo de Gracia, Barcelona).</p>	Nº de identificación	LR 19000801-1.
	Título	Píldoras Pink del Dr. Williams.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	01/08/1900 Página 2, 5ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,5 x 23,5 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato femenino de busto exento, de una niña en perspectiva cónica, tres cuartos de perfil con vista a la derecha. La niña lleva vestido, delantal y el cabello semi recogido. De estilo realista, lineal, en blanco y negro, ubicado al centro del anuncio entre cajas de textos.
	Notas	El texto publicitario se dirige al público que padece anemia e introduce una carta testimonial de un padre que escribe dos veces para dar cuenta del estado de su hija antes de ingerir las píldoras. Relata los síntomas y luego agradece por los resultados del producto. El texto introduce nuevos síntomas a aliviar, procesos infecciosos y funcionamiento del reconstituyente. Indica los distribuidores en España (Barcelona) y en Logroño. Indica los precios por cajas. La imagen sería un garante del texto publicitario, actuando como identificador de la niña aquejada del mal que el consumo del producto ha aliviado.

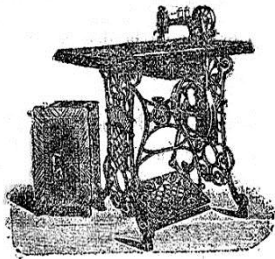
8.5.2. Anuncios de mobiliario

 <p>Cocinas sistema Estefanía</p> <p>Son las verdaderamente económicas por e poco gasto que originan en su combustión, pu diendo alimentarse con toda clase de combustibles, además son de fácil manejo y prontitud en el gaso. Se construyen de varios tamaños y precios, garantizando el autor el buen resultado de todas ellas y en su alimentación una economía de un 60 por 100 sobre las más económicas de los demás fabricantes nacionales y extranjeros. Para detalles, plánsos catálogos á su autor, Marcellino Estefanía, calle de las Curvas 8 y 8. Haro (Rioja.)</p>	Nº de identificación	LR 19000101-3.
	Título	Cocinas sistema Estefanía.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	01/01/1900 Página 4, 4ª y 5ª columnas.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	14 x 4,5 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	55.
Descripción	Grabado tipográfico que representa una cocina de hierro de combustión. Está representada en blanco y negro, en perspectiva cónica, con suelo de baldosas. El grabado incluye detalles ornamentales y de diseño como puertas de apertura de alimentación de fuego, relieves, rombos, cajones, etc. El bloque está realizado como una gran masa negro y los detalles en blanco. El grabado se encuentra ubicado en la mitad izquierda del anuncio.	
Notas	El texto publicita la cocina de combustión, su realización bajo encargo en diferentes tamaños, fabricante y lugar de venta (Haro). La imagen funciona como una ilustración de los productos ofertados.	

En el almacén de camas y muebles
La Industrial

Ventas al contado y a plazos

Calle San Blas, 26, esquina a la de Laurel
 se hallan las mejores máquinas para cocer de la acreditadísima fábrica de Wertheim, de Alemania, las mejores conocidas de resultados superiores y decoración esmeradísima, incrustaciones de nacar, con 4, 6, 8 y hasta 12 duros más baratas que las de otras marcas.

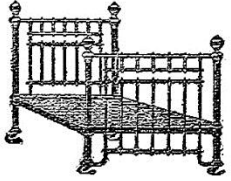




Con representantes y verdaderos mecánicos en todas las capitales y distritos de España. Piezas sueltas, agujas y demás accesorios para la reparación de sus máquinas.

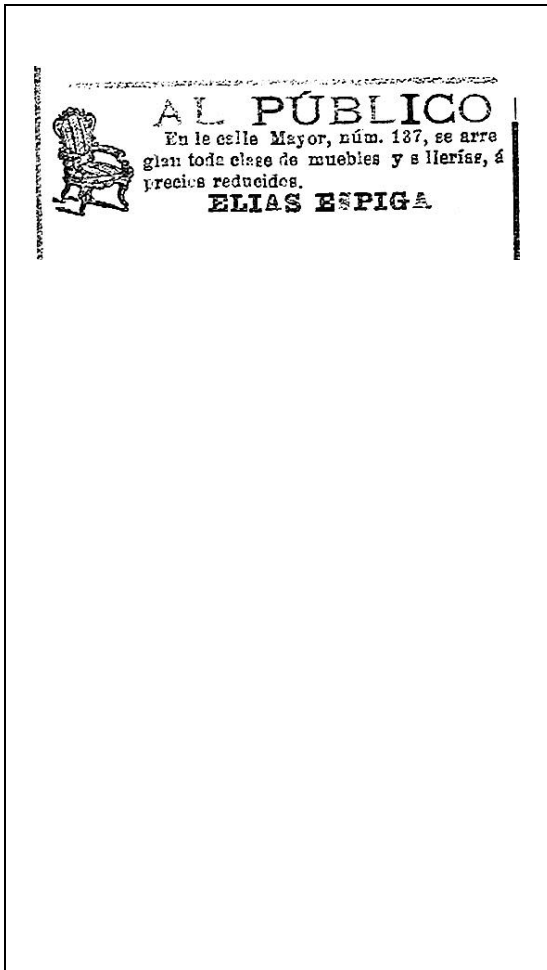
No creerse de los informes que en contrario se dicen por empleados de otra Compañía.

LOGROÑO
San Blas. 26, esquina a la de Laurel

Nº de identificación	LR 19000103-4.
Título	La Industrial I.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	03/01/1900 Página 4, 3ª columna.
Autor	Anónimo.
Frecuencia de Publicación	15.
Medidas	7 x 13 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Descripción	Grabado tipográfico que representa una máquina de cocer a pedal con su mueble de hierro y cajón para guardar. Representado en perspectiva cónica, blanco y negro, el grabado está realizado en estilo lineal y realista con profusión de detalles, destaca el armazón de hierro del mueble de la maquina. Ubicado al centro del anuncio entre cajas de texto.
Notas	El texto publicitario que acompaña al grabado informa sobre la venta de máquinas de cocer de la marca Wertheim de Alemania. Hace referencia a su economía en relación a otras marcas, servicios de repuestos y mecánicos y advierte de los malos informes propagados por vendedores de otras casas. Señala punto de venta en Logroño. La imagen cumple una función ilustrativa en relación a los contenidos del texto.

<div data-bbox="268 257 730 1064"> <p style="text-align: center;">La Industrial</p> <p style="text-align: center;">VENTAS AL CONTADO Y A PLAZOS</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);"> <p>Gran Almacén de camas, forjones y colchones de lana superior</p> </div> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);"> <p>Muebles de madera y máquinas, espejos, sillones y otra indumentaria de objetos</p> </div> </div> <p style="text-align: center;">de JULIÁN RUIZ Y MARTÍNEZ San Blas, 26 (frente á la plaza de Abastos)</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);"> <p>altura en el brazo y prensa-telas, sirviendo para toda clase de costura.</p> </div> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);"> <p>MAQUINAS DE COSER de la acreditadísima fábrica de Wer- theim, de Francfort (Alemania). Estas máquinas son las mejo- res conocidas, con los mayores adelantos, incrustadas en máser, tableros de maderas finas, de no- gal y arable, con privilegio de in- vención por lo silenciosas y lige- ras, de hermosa puntada gran</p> </div> </div> <p>Máquinas de mano desde 16 duros Máquinas de pié desde 20 duros Garantizadas y con verdaderos mecánicos en to- das las capitales y distritos. Dichas máquinas se venden con 4, 6, 8 y hasta 12 duros más baratas que las de otras marcas.—No creerse de los informes que en contrario se digan por empleados de otra Compañía.—La fama de estas máquinas, por ser las mejores, hace que se vendan por sí solas, sin la gestión de comisionados de que se la evotra Compañía.</p> </div>	<p>Nº de identificación</p>	<p>LR 19000101-1.</p>
	<p>Título</p>	<p>La Industrial 2.</p>
	<p>Colección</p>	<p>Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.</p>
	<p>Otros fondos disponibles</p>	<p>Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i>.</p>
	<p>Lugar de publicación</p>	<p>Logroño, La Rioja, España.</p>
	<p>Fecha de primera publicación</p>	<p>01/01/1900 Página 4, 3ª columna.</p>
	<p>Autor</p>	<p>Anónimo.</p>
	<p>Medidas</p>	<p>8 x 14,5 cm. aprox.</p>
	<p>Técnica</p>	<p>Grabado tipográfico.</p>
	<p>Frecuencia de Publicación</p>	<p>107.</p>
<p>Descripción</p>	<p>Grabados tipográficos que representan una cama de metal, en estilo lineal y realista, ubicado entre texto publicitario en el margen superior del anuncio centrado. El segundo grabado representa una máquina de coser con su estuche cerrado y su mueble de hierro. Ubicado en el margen izquierdo, en la zona central del anuncio. Ambos grabados están representados en blanco y negro, en perspectiva cónica entre cajas de texto.</p>	
<p>Notas</p>	<p>El texto publicitario que acompaña al grabado informa sobre a plazos de mobiliario y maquinaria doméstica a plazos, anuncia la venta de máquinas de cocer de la marca Wertheim de Alemania. Señala punto de venta en Logroño. La imagen cumple una función ilustrativa en relación al texto.</p>	

<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;">  <p style="text-align: center;">LA ECONÓMICA</p> <p style="text-align: center;">TALLER DE SILLAS DE PAJA DE TODAS CLASES de Dionisio Navajas Valdés</p> <p>En este nuevo establecimiento se construyen con esmero toda clase de sillas de paja á precios económicos. Confeción de asientos de asea, paja, junquillo y rejilla. Especialidad en arregios.</p> <p style="text-align: center;">CALLE MAYOR, NÚM. 104, LOGROÑO</p> </div>	Nº de identificación	LR 19000809-1.
	Título	La económica.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	09/08/1900 Página 4, 5ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	8 x 14,5 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	14.
	Descripción	Grabado tipográfico que representan una silla de madera con respaldo ovalado, estilo victoriano, en estilo realista, perspectiva cónica, blanco y negro. Se encuentra ubicado en el margen izquierdo del anuncio rodeado de texto.
	Notas	El texto publicitario hace referencia a un taller de fabricación de sillas de paja y asientos de bajo coste en Logroño. Indica el nombre del dueño del taller. La imagen cumple una función ilustrativa en relación a los productos ofertados por el comerciante. No se correspondería con el texto del anuncio ya que presenta una silla de alto coste en comparación con los productos ofertados: sillas de paja, etc. La elección del grabado es meramente ornamental e incidental.

	Nº de identificación	LR 19001129-1.
	Título	Elías Espiga.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	29/11/1900 Página 2, 5ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	8 x 14 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	13.
	Descripción	Grabado tipográfico que representan un sillón de madera estilo Luis XIV con tapizado a rayas, en estilo realista, perspectiva cónica, blanco y negro. Se encuentra ubicado en el margen izquierdo del anuncio rodeado de texto.
	Notas	El texto publicitario hace referencia a un taller de reparación de todo tipo de muebles ubicado en Logroño. Indica el nombre del dueño del taller. La imagen cumple una función ilustrativa en relación a los productos ofertados por el comerciante.

8.5.3. Anuncios de prensa





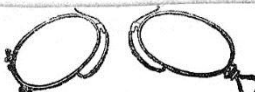
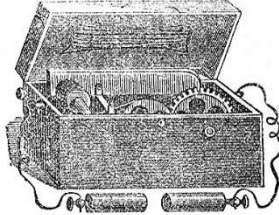
Nº de identificación	LR 19000108-2.
Título	La Avispa.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	08/01/1900 Página 4, 4ª y 5ª columnas.
Autor	Anónimo, aunque en dos de los grabados se lee la firma de Pilla.
Medidas	14,5 x 18 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	19.
Descripción	Tres grabados tipográficos que representan en el margen izquierdo una mano izquierda con dedo índice señalando hacia la derecha, con tramas, en blanco y negro de estilo realista. En el margen derecho, una caja que representa a tres hombres mayores. El de la derecha está representado de perfil, señalando con su mano derecha y tres dedos, está representado calvo, con traje y bigote. El del centro lleva traje, barba y mira al personaje de la derecha y el de la izquierda está representado de perfil con gafas y traje. Bajo el grabado caja de texto alusiva a quienes critican la publicación, enmarcada en filetes negros. El último grabado ilustra un joven esposado por un soldado con sable. En perspectiva cónica, estilo realista, luces y sombras y fondo de ciudad. Enmarcado en filetes negros, tiene texto a pie de caja que indica cómo son tratados los vendedores de la publicación si no gustan a las fuerzas del orden.
Notas	El texto publicitario hace referencia a la publicación, artículos de interés, público al que se dirige, forma de envío y suscripción. Publicita regalos como lotería o catálogos. Indica punto de venta en Logroño. Los grabados cumplen una función ornamental e ilustrativa.



Nº de identificación	LR 19001205-1.
Título	Venta del almanaque Bailly-Bailliere.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	05/12/1900 Página 4, 4ª y 5ª columnas.
Autor	Anónimo.
Medidas	14 x 5 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	6.
Descripción	Grabado tipográfico que representa una cerca de madera con terminaciones en punta con cartel pegado que contiene dos manos de color negro que señalan el nombre del producto, una en cada margen del anuncio. En estilo realista, representado en blanco y negro, en perspectiva frontal.
Notas	El texto publicitario hace referencia a la publicación, ofertada.

8.5.4. Anuncios de relojerías, óptica y electricidad

	Nº de identificación	LR 19001201-1.
	Título	Angel Barruso. Relojería, óptica y electricidad.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	01/12/1900
	Autor	Anónimo.
	Medidas	7 x 8,4 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	12.
	Descripción	Grabados tipográficos de relojes. El primero se ubica en el margen izquierdo, mitad superior del anuncio y representa un reloj de consola con base, esfera y ornamento. El segundo es un reloj de cadena con números romanos que marca las tres en punto, ubicado en el margen derecho, mitad inferior del anuncio. Ambos grabados están realizados en estilo lineal, ausencia de perspectiva, blanco y negro, no han sido realizados en estilo de ilustración científica.
	Notas	El texto hace mención a las diversas marcas de relojes que vende el comercio, así como a su taller y las garantías extendidas sobre los objetos. Indica dirección. La imagen cumple una función ilustrativa de los productos ofertados por el comerciante.

<div data-bbox="311 235 702 1220" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p style="text-align: center;">Relojería, Óptica y Electricidad DE TOMÁS TERESA GARCÍA (Sucesor de Lucas Bergerón) Sagasta, 1 y Colegio, 11 LOGROÑO</p> <div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="margin-left: 5px;"> <p>RELOJES de oro, plata acero y níquel. Representación única para la venta del reloj Waltham. RELOJES DE OCHO DÍAS DE GUERDA, PARA BOLSILLO. Relojes de sobre- mesa, de cuadro y de caja. Reguladores y despertado- res. Cadenas y cordones de todas clases.</p> </div> </div> <div style="display: flex; align-items: center; margin-top: 10px;">  </div> <p>GAFAS Y LENTES de cristal de roca y fiengiacó, y fornituras y cajas para los mismos. Gemelos para teatro, marina y campaña. Es- tereoscopos y kaleidóscopos. Microscopios, me- ridianos y brújulas. Barómetros, termómetros, curvímetros y metros metálicos. Estuches para dibujo.</p> <div style="display: flex; align-items: center; margin-top: 10px;">  </div> <p>APARATOS ELÉCTRICOS DE TODAS CLA- SES. Electro-medicinales. Avisadores de in- cendios. Timbres eléctricos y material para su instalación, Lámparas eléctricas, clase extra</p> </div>	Nº de identificación	LR 19000123-2.
	Título	Tomás Teresa García relojería, óptica y electricidad.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	23/01/1900 Página 3, 5ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6 x 16,5 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	20.
Descripción	Grabados tipográficos representando: un reloj de bolsillo sin cadena con números romanos, ubicado en el margen izquierdo del anuncio, en el tercio superior. Bajo el reloj y centrada, un par de lentes de cristal con moldura ovalada y sin cadena, y en el tercio inferior del anuncio, centrado una caja abierta con dos cordones que sostienen cilindros. En la caja se ven engranajes y ruedas dentadas. Los grabados están realizados en perspectiva cónica, con detalles de luces y sombras, texturas. Enmarcado en doble filete negro.	
Notas	El texto anuncia la venta de artículos de relojería, lentes y aparatos eléctricos. Indica nombre del propietario y nombre del sujeto de la sucesión y direcciones de los comercios. La imagen cumple una función ilustrativa de los productos ofertados por el comerciante.	

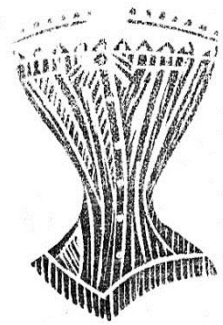


Nº de identificación	LR 19000607-1.
Título	Relojes J.G.Girol.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	07/06/1900 Página 4, 4ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	8 x 5,3 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	59.
Descripción	Grabado tipográfico de una campana de torre, al centro, flanqueada por dos hombres vestidos de época y con sombreros. Los personajes aparecen trabajando en el cincelado decorativo de la campana. Representada en perspectiva cónica, la campana aparece de frente, del mismo tamaño que los hombres y tiene decoración y letras inscritas: "Fabrica J.G.Girol, 25 Postas 27 Madrid" distribuidos por el cuerpo. Estilo lineal, realista, con luces y sombras.
Notas	El texto hace mención a la fábrica y su dirección, así como a los tipos de relojes que el comercio vende. El grabado cumple la función de reclamo, no hay texto publicitario ni artículo.

8.5.5. Anuncio de espectáculos

<div style="text-align: center;"> <h2 style="margin: 0;">Toros en Calahorra</h2> <p style="font-size: small;">El día 31 del mes actual, <i>fiestitas de los Santos Mártires</i>, é las cuatro de la tarde, (con objeto de dar tiempo á la llegada del tren ómnibus que pasa por Logroño é la 1 y media) se celebrará en la plaza de Calahorra una gran corrida, en la que se lidiarán</p> <h3 style="margin: 0;">Seis Toros Escogidos</h3> <p style="font-size: x-small;">de la acreditada ganadería de los Hijos de Berisín, de Calahorra</p> <p style="text-align: center;">ESPADAS,</p> <p style="text-align: center;">Vicente Pastor (CHICO DE LA BLUSA) Castor Ibarra (COCHERITO DE BILBAO)</p> <p style="text-align: center;">PICADORES,</p> <p style="font-size: x-small;">Francisco Sarasúa (Charol), Eduardo Alegre y Antonio Núñez (Ezizano).</p> <p style="text-align: center;">BANDERILLEROS,</p> <p style="font-size: x-small;">Salvador Aparicio (Albani), José Rogal (Valencia), Joaquín Aleaño (Tallista), Elías Labrador (Pinturas) y José Hernández (Guitarrero). Pantillero, José Hernández (Guitarrero).</p> <h3 style="margin: 0;">PRECIOS DE LAS LOCALIDADES</h3> <p style="font-size: x-small;">Palcos con diez entradas, 33 pesetas.—Asiento de Mesas, sombra, 365 id.—Delantero de grada, sombra, 365 id.—Delantero de grada, sol, 320 id.—Esquero entre palcos, sombra, 320 id.—Gradas, sombra, 265 id.—Gradas, sol, 210 id.—Tendidos, sol y sombra, 210 id.—Medias entradas para niños menores de ocho años, 125 id.</p> <p style="font-size: x-small;">En estos precios está incluido el sello móvil con arreglo á la nueva ley del Timbre. No se admitirá más calderilla que las fracciones que no lleguen á una peseta.</p> <p style="font-size: x-small;">El día 1.º de septiembre, é las cuatro de la tarde, se correrán, para los aficionados que gusten bajar á lidiarlas,</p> <h3 style="margin: 0;">DIEZ VACAS BRAVAS</h3> <p style="font-size: x-small;">de la ganadería de los señores Hijos de Berisín.</p> <p style="font-size: x-small;">PRECIOS.—Palcos con 10 entradas, 10 pesetas.—Asiento de grada, 075 id.—Entrada general, 050 id.—Medias entradas para niños menores de ocho años, 030 id.</p> <p style="font-size: x-small;">En estos precios está incluido el sello móvil con arreglo á la nueva ley del Timbre.</p> <p style="font-size: x-small;">Para el día 2 de septiembre, la Empresa está organizando una variada y escogida función de TOROS y VACAS, la que se anunciará oportunamente por programas separados.</p> <p style="font-size: x-small;">Además de los funciones anunciadas, se inaugurará el Teatro de Quinillano por la compañía de zarzuela que dirigen el maestro concertador señor Brasmonste y el primer actor cómico señor Barrancho, habrá fuegos artificiales los días 30 y 31 y días, más en el peso y balles en los Giranos de recreo, todos los días de fiesta.</p> <p style="font-size: x-small;">Para más detalles, pedido de programas y billetes, dirigirse á don Santiago Díez, Calahorra.</p> <h3 style="margin: 0;">Trenes baratos para los toros de Calahorra</h3> <p style="font-size: x-small;">La Compañía de los ferrocarriles de Norte establece billetes de ida y vuelta á precios reducidos, los cuales serán válidos desde el 31 de agosto hasta el 3 de septiembre, para viajar en todos los trenes de viajeros, excepto en los corraos.</p> <p style="font-size: x-small;">No aquí los precios de los billetes de ida y vuelta, incluidos todos los recargos:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; font-size: x-small;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">ESTACIONES</th> <th colspan="2">En 2.ª clase</th> <th colspan="2">En 3.ª clase</th> <th rowspan="2">ESTACIONES</th> <th colspan="2">En 2.ª clase</th> <th colspan="2">En 3.ª clase</th> </tr> <tr> <th>Pesetas</th> <th>Céntimos</th> <th>Pesetas</th> <th>Céntimos</th> <th>Pesetas</th> <th>Céntimos</th> <th>Pesetas</th> <th>Céntimos</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Tudela</td> <td>520</td> <td></td> <td>310</td> <td></td> <td>Mendavia</td> <td>925</td> <td></td> <td>195</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Zaragoza</td> <td>1420</td> <td></td> <td>845</td> <td></td> <td>Reajo</td> <td>465</td> <td></td> <td>230</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alfaro</td> <td>285</td> <td></td> <td>163</td> <td></td> <td>Logroño</td> <td>365</td> <td></td> <td>140</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Rioja</td> <td>130</td> <td></td> <td>80</td> <td></td> <td>Haro</td> <td>1165</td> <td></td> <td>695</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Lodosa</td> <td>150</td> <td></td> <td>90</td> <td></td> <td>Miranda</td> <td>1375</td> <td></td> <td>820</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alcañete</td> <td>245</td> <td></td> <td>145</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> </div>	ESTACIONES	En 2.ª clase		En 3.ª clase		ESTACIONES	En 2.ª clase		En 3.ª clase		Pesetas	Céntimos	Pesetas	Céntimos	Pesetas	Céntimos	Pesetas	Céntimos	Tudela	520		310		Mendavia	925		195		Zaragoza	1420		845		Reajo	465		230		Alfaro	285		163		Logroño	365		140		Rioja	130		80		Haro	1165		695		Lodosa	150		90		Miranda	1375		820		Alcañete	245		145							<p>Nº de identificación LR 19008281-1.</p>
		ESTACIONES	En 2.ª clase		En 3.ª clase		ESTACIONES	En 2.ª clase		En 3.ª clase																																																																					
	Pesetas		Céntimos	Pesetas	Céntimos	Pesetas		Céntimos	Pesetas	Céntimos																																																																					
	Tudela	520		310		Mendavia	925		195																																																																						
	Zaragoza	1420		845		Reajo	465		230																																																																						
	Alfaro	285		163		Logroño	365		140																																																																						
	Rioja	130		80		Haro	1165		695																																																																						
	Lodosa	150		90		Miranda	1375		820																																																																						
	Alcañete	245		145																																																																											
	<p>Título Toros en Calahorra.</p>																																																																														
<p>Colección Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.</p>																																																																															
<p>Otros fondos disponibles Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i>.</p>																																																																															
<p>Lugar de publicación Logroño, La Rioja, España.</p>																																																																															
<p>Fecha de primera publicación 28/08/1900 Página 3, 4ª y 5ª columnas.</p>																																																																															
<p>Autor Anónimo.</p>																																																																															
<p>Medidas 14 x 30 cm. aprox.</p>																																																																															
<p>Técnica Grabado tipográfico.</p>																																																																															
<p>Frecuencia de Publicación 7.</p>																																																																															
<p>Descripción Grabado tipográfico de un toro en perspectiva cónica, en estilo realista, con línea de horizonte. Está representado desde el ángulo trasero, con la cabeza hacia la izquierda, cuerpo en negro, ubicado en el margen superior derecho, en blanco y negro y sombras.</p>																																																																															
<p>Notas El texto hace mención a festejos taurinos, indica participantes, número de vacas y toros, horarios y precios. Al celebrarse el evento en Calahorra figuran los horarios de los trenes y los valores de los billetes. La imagen cumple una función alegórica sobre el contenido del texto.</p>																																																																															

8.5.6. Anuncios de vestuario

<p style="text-align: center;">UNICA EN SU CLASE</p> <p style="text-align: center;">Gabriela Garrido, corsetera</p> <p style="text-align: center;">SAGASTA, 18, PRAL.</p>  <p>Ofrece al público las últimas novedades en telas brochadas y satenes; pieles y cutis; torzales de todas clases y colores; bordados de seda y algodón de todos los colores; puntillas; encajes y adornos; entredo, ses de hilo y seda de todos los colores y dimensiones; legítima ballena; acaeros y perezosas de todas clases; arreles y corchetes, y todo lo concerniente para confeccionar corsés. Se hacen corsés y corsés-fajas de gran gusto, desde 20 reales en adelante. Se necesitan oficiales que sepan cumplir con su obligación.</p>	Nº de identificación	LR 19000101-5.
	Título	Gabriela Garrido corsetera.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	01/01/1900 Página 3, 5ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	7 x 8,5 cm. aprox.
	Técnica	Grabado en xilografía.
	Frecuencia de Publicación	47.
	Descripción	Grabado en xilografía que representa un corsé de principios de siglo XX, en perspectiva cónica. El estilo es lineal e intenta reproducir texturas y formas, así como las ornamentaciones del corsé. Está ubicado al centro del anuncio en dos tercios a la izquierda.
	Notas	El texto hace mención a los productos de vestuario ofertados, indicando tipos de tela. El anuncio indica ubicación del comercio, precios a partir de los que se elaboran corsés e incluye un anuncio solicitando oficiales para realizar estos trabajos. La imagen cumple una función ilustrativa de los productos ofertados por el comerciante.



TERESA ELÍAS

CORSETERA

MAYOR, NUM. 55, LOGROÑO

Oftreces al público sus servicios en todo lo concerniente al ramo de corsetería en general. Se construyen corsés de todas clases y formas


y se hace toda clase de arreglos por estropeados que estén. Especialidad en corsés ortopédicos para corregir toda clase de deformidades del cuerpo humano. Precios sumamente económicos.

Nº de identificación	LR 19000118-3.
Título	Teresa Elías corsetera.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario La Rioja.
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	18/01/1900 Página 3, 3ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6,8 x 4,5 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	76.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un corsé de principio de siglo XX, en perspectiva cónica. El estilo es lineal y reproduce texturas así como las ornamentaciones del corsé. Ubicado en el margen izquierdo del anuncio rodeado de texto publicitario. No es una ilustración realista o de línea científica.
Notas	El texto hace mención a la venta y fabricación de todo tipo de corsés así como a su reparación. Indica la dirección del comercio. La imagen cumple una función ilustrativa de los productos ofertados por el comerciante.



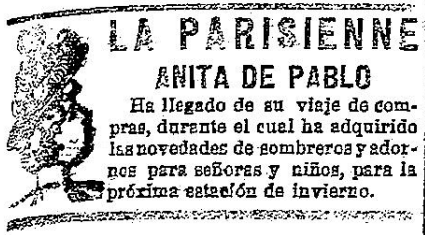
El Nuevo Modelo
Sombreros para Sras. y niños.
LOLA PÉREZ
Se acaban de recibir los som-
breros y formas que más acep-
tación tienen en los centros de
la moda.
MERCADO, 33
ZAPATERÍA
DE SIMEÓN PÉREZ
SE RIZAN, TIÑEN Y LIMPIAN PLUMAS

Nº de identificación	LR 19000101-6.
Título	Lola Pérez.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	01/01/1900 Página 3, 2ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	7 x 4,8 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	43.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un busto de mujer con sombrero de plumas y vestuario de finales de siglo XIX. Está dibujada en perspectiva cónica, de tres cuarto de perfil, con la cabeza hacia la izquierda. Realizado en estilo lineal, con blancos y negros muy marcados, con gruesos volúmenes y texturas en plumas. Está ubicado en el margen izquierdo del anuncio.
Notas	El texto hace mención a la reciente llegada de sombreros para señoras y niños. Indica servicios de rizamiento y limpieza de plumas en la zapatería de Simeón Pérez. Informa de la ubicación del comercio. La imagen cumple una función ilustrativa de los productos ofertados por el comerciante.


 <p>Salón de la Moda de Leonor Bernedo</p> <p>Gran exposición de sombros modelos para señeras y niños y un inmenso surtido en todo lo que concierne á dicho ramo.—PORTALES, 34.</p>	Nº de identificación	LR 19000421-1.
	Título	Salón de moda de Leonor Bernedo 1.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	21/04/1900 Página 1, 1ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6 x 3 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	32.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa busto femenino exento, en perspectiva cónica, de espaldas con sombrero de plumas. El estilo carece de realismo, representado en blanco y negro con volúmenes y gruesas líneas. Se ubica en el margen izquierdo del anuncio.
	Notas	El texto hace mención al nombre del comercio, productos de venta –sombreros de señoras y niños- y dirección. La imagen funciona como una ilustración sobre los productos ofertados por el comercio.




Nº de identificación	LR 19000516-1.
Título	Dulín.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	16/05/1900 Página 3, 4ª y 5ª columnas.
Autor	Anónimo.
Medidas	13,5 x 7 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	6.
Descripción	Grabado tipográfico de fantasía construido con diversos sombreros que asemejan una imagen humana masculina. Está construido con sombreros de tipo hongo, de copas y gorras, el tronco es un sombrero de copa en tanto que manos y pies son sombreros de copa. Ubicado en el margen izquierdo del anuncio.
Notas	El texto hace mención al nombre del comercio, productos de venta, la última novedad en sombrero Cirano y de la marca Christys, así como su dirección. Este es el único comercio que pervive hasta el día de hoy en Logroño ubicándose en su tienda original. Cumpliría una función alegórica del tipo de comercio y los productos ofertados.



Nº de identificación	LR 19001017-1.
Título	La parisienne.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	17/10/1900 Página 1, 1ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6 x 3 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	35.
Descripción	Grabado tipográfico que representa busto exento femenino con sombrero de plumas. Representada en estilo lineal, de espaldas, con línea gruesa, blancos y negros y textura en plumas de sombrero. Ubicado en el margen izquierdo.
Notas	El texto anuncia la llegada de últimos modelos adquiridos en el viaje de Anita de Pablo de sombreros y ornamentos para niños y señoras. No indica dirección del establecimiento. El grabado cumpliría una función ilustrativa del tipo de productos que podrían adquirir los clientes.

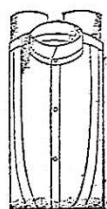
 <p>SASTRERÍA ECONÓMICA DEL PALENTINO SAGASTA, 6, LOGROÑO</p> <p>Confección de trajes á la medida en tantas horas como duros cuesta. Trajes de americana con botones y con forros superiores en 20 pesetas. Se hacen muchas sotanas y balandranes y manteos. Especialidad en las verdaderas sotanas modernas francesas, que con forros y botones se hacen en 16 pesetas. FA-LENTINO, Sastre, en Logroño.</p>	Nº de identificación	LR 19000318-1.
	Título	Sastrería Palentino 1.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.	
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .	
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.	
Fecha de primera publicación	18/03/1900 Página 3, 4ª columna.	
Autor	Anónimo.	
Medidas	7 x 7 cm. aprox.	
Técnica	Grabado tipográfico.	
Frecuencia de Publicación	26.	
Descripción	Grabado tipográfico que representa un sacerdote con sotana y muceta de cuerpo entero, en perspectiva cónica aunque con deficiencias que no dan al espectador sensación de profundidad, portando en su mano izquierda un libro. El anuncio está realizado en blanco y negro, pero carece de realismo y es desproporcionado en el tronco superior, inferior, pies y manos. Reproduce volúmenes y detalles como el alzacuello o botones. Está ubicado en el margen izquierdo.	
Notas	El texto hace mención de los tipos de trajes confeccionados para civiles como eclesiásticos indicando en este último apartado la reciente llegada de sotanas estilo francés con botones. Indica precios de confección y dirección del comercio. La imagen cumple una función ilustrativa.	

<div style="text-align: center;"> <p>Sastrería económica del PALENTINO</p> <p><i>Sagasta, 6.—Logroño</i></p>  <p>Confeción de trajes á la medida en tantas horas como duros cueste. Trajes de americana en 15 pesetas y con forros superiores en 20 pesetas. Se hacen muchas sotanas y dolletas y manteos.—Especialidad en las verdaderas sotanas modernas francesas, que con forros y botones se hacen en 15 pesetas PALENTINO, Sastrer, en Logroño.</p> </div>	Nº de identificación	LR 19000909-1.
	Título	Sastrería Palentino 2.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	09/09/1900 Página 2, 4ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	7 x 11 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	10.
Descripción	<p>Grabado tipográfico que representa a dos sacerdotes de cuerpo entero. El primero ubicado a la derecha del anuncio, viste sotana y muceta, lleva un libro oscuro en su mano izquierda. El segundo, ubicado a la izquierda, lleva gafas redondas, viste sombrero de ala y abrigo largo, tiene su mano derecha metida en la solapa del abrigo a la altura del pecho y en la mano izquierda lleva bastón. En perspectiva cónica aunque con deficiencias observadas en el anterior grabado, carece de realismo y es desproporcionado en tronco superior, inferior, pies y manos. El grabado está ubicado en el centro del anuncio, enmarcado en la parte superior e inferior por cajas de texto y ocupando una mayor superficie que éste.</p>	
Notas	<p>El texto hace mención de los tipos de trajes confeccionados para civiles como eclesiásticos indicando en este último apartado la reciente llegada de sotanas estilo francés con botones. Indica precios de confección y dirección del comercio. No varía del anuncio publicado el 18/03/1900 utilizando la figura masculina de la derecha.</p>	

Camisería y Corbatería

LA 25.000

JULIÁN ARAZURI




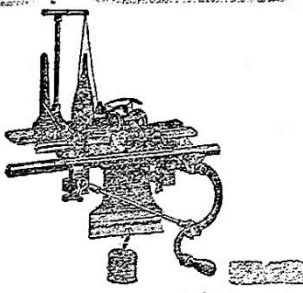
CONFECCIÓN ESPECIAL
Camisas
sobre medida y arreglo.
ALTAS NOVEDADES
en corbatas cuellos y puños


GÉNEROS DE PUNTO
Pañuelos de hilo y de seda
Guantes de ante
y de piel de perro
CHALECOS DE GAMUZA
PERFUMERÍA


PORTALES, 23.—LOGROÑO
Casa del Doctor Sáenz de Luque.

Nº de identificación	LR 19000920-1.
Título	Julián Arazuri. La 25.000 Camisería y Corbatería.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	20/09/1900 Página 3, 3ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	7 x 7,7 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	8.
Descripción	Grabado tipográfico que representa una camisa doblada, en blanco y negro, de estilo lineal y representada en perspectiva cónica. Estilo de camisa formal sin cuello, para chaqué y traje, con botones y plisados, representada frontalmente. Ubicado en el margen izquierdo.
Notas	El texto indica nombre del comercio, propietario y lugar en el que se encuentra, así como los diversos productos que vende. La imagen cumpliría una función ilustrativa del tipo de comercio.

 <p>Las personas de gusto encontrarán en esta casa todo lo más moderno en géneros de punto, preciosos trajes en lana y algodón, lo mismo que en eslovenas y más allá, á precios sumamente económicos. En el ramo de canisería, existe una inmensa variedad; lo mismo en trajes de lana y algodón que en mandapolizas.—Para la confección de camisas de todas clases á la medida, dispone esta casa de un taller perfectamente montado, á cargo de un cortador con 12 años de práctica en una de las más acreditadas caniserías de la Coruña.—Confección de ricas camisas de multipunto, á 5 pesetas.</p> <p>En la sección de ganadería, los hay de cabritilla, piel de perro, á la é lag asés, torrados y sin torrar, lo mismo para señora que para caballero.—Grandes novedades en pañuelos de seda, blancos y de color, para el cuello y también en hilo.—Para conocerlos así: buen gusto y economía de esta casa, visitad la canisería EL CAPRICHO, Poetales, 34.—Logroño.</p>	Nº de identificación	LR 19001028-1.
	Título	El Capricho. Camisería a la medida. Francisco Díaz.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	28/10/1900 Página 2, 5ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,5 x 18,3 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa una camisa doblada, en blanco y negro, de estilo lineal y representada en perspectiva cónica. Estilo de camisa formal sin cuello, para chaqué y traje, con botones y plisados, vista frontal. Ubicado en el margen izquierdo superior del anuncio. En el margen superior derecho vemos una pajarita en negro, en perspectiva cónica y en vista frontal.	
Notas	El grabado de la camisa fue utilizado en el anuncio de la 25.000 publicado el día 20 de septiembre. El texto anuncia los diversos productos que oferta e informa que cuenta con un taller para la confección de camisas con un cortador con 12 de años de experiencia en la corte. La función de ambos grabados es ilustrativa.	

 <p>Las mejores máquinas TRICOTOSAS para la fabricación de géneros de punto de CAL- CETA de EDOUARD DUBIED Y C.º COUVET (Suiza) Facilidad para enseñanza y reparaciones. Pedid datos y catálogos en español. <i>Representantes y depositarios para España</i> ALFREDO RIERA É HIJOS, INGENIEROS Ronda San Pedro, núm. 36. Barcelona.</p>	Nº de identificación	LR 19001115-1.
	Título	Máquinas tricotosas. Edouard Dubied C ^a .
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	15/11/1900 Página 4, 3 ^a columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	7 x 8,6 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	4.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa una máquina de coser tejidos de punto. En blanco y negro, con volúmenes y en estilo de ilustración científica, está representada en perspectiva cónica, de tres cuartos de perfil, ubicada en la mitad superior del anuncio.
	Notas	El texto publicitario hace referencia a las máquinas en venta para fabricación de punto, el nombre del inventor y su representante en España. La función del grabado es ilustrativa del anuncio.

	Nº de identificación	LR 19001031-1.
	Título	Impermeables ingleses 1.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	31/10/1900 Página 3, 4ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,8 x 4,5 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	7.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa un caballo enjaezado, de tres cuartos de perfil, con la cabeza hacia la izquierda del anuncio. Está dibujado en blanco y negro y solo se distinguen volúmenes dado el mal estado del papel. Se ha utilizado la perspectiva cónica y se ubica en el margen superior derecho,
	Notas	El texto publicitario hace referencia a los productos ofertados en vestuario, indica el nombre del representante y dirección comercial. La función del grabado es ornamental aunque no guarda relación directa con el anuncio.

	Nº de identificación	LR 19001118-1.
	Título	Impermeables ingleses 2.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	18/11/1900 Página 3, 5ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	7 x 6,8 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	12.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa una figura humana de pie, cubierta con un impermeable con gorro. Está representada en blanco y negro, línea de horizonte, con piedra ubicada frente al pie izquierdo, en perspectiva cónica y en estilo realista. El grabado se ubica en el margen izquierdo del anuncio, ocupando un tercio de superficie.
	Notas	El texto publicitario hace referencia a los productos ofertados en vestuario, indica el nombre del representante y dirección comercial. La función del grabado es ilustrativa de tipo de producto que el comercio ofrece a sus clientes.

**ZAPATERÍA DEL COMERCIO
DE JACINTO GARCÍA**
CALLE DEL MERCADO, NÚM. 122.—LOGROÑO


El dueño de esta acreditada zapatería pone en conocimiento de su numerosa clientela y del público en general, que durante las fiestas de San Mateo cederá los géneros de su establecimiento á precios sumamente económicos, haciendo liquidación de los géneros de verano.

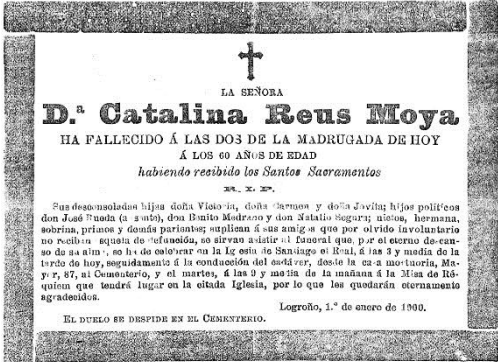
ESPECIALIDAD EN CALZADO PARA CAZA


No confundirse: Zapatería del Comercio, Calle del Mercado, 122
junto á la sastrería del Sr. Caszau y frente á la farmacia del Sr. Lanzagorta
SE LIMPIA TODA CLASE DE CALZADO

Nº de identificación	LR 19000918-1.
Título	Zapatería del Comercio de Jacinto García.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	18/09/1900 Página 2, 5ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6,5 x 18,3 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	7.
Descripción	Grabado tipográfico de una bota y un botín corto. La bota está representada de perfil de pie derecho y el botín de perfil de pie. Representado en negro, estilo y lineal. Ausencia de perspectiva en la representación y carente de realismo. Ubicado en el margen izquierdo del anuncio.
Notas	El texto hace mención a la variedad de calzado disponible y a la liquidación a precios rebajados durante las fiestas de San Mateo del calzado de verano. Indica la dirección del comercio y señala a dos establecimientos próximos como referencia para su localización. Informa que se limpian zapatos. Las imágenes cumplirían una función alegórica e ilustrativa del tipo de comercio.

8.5.7. Anuncios privados

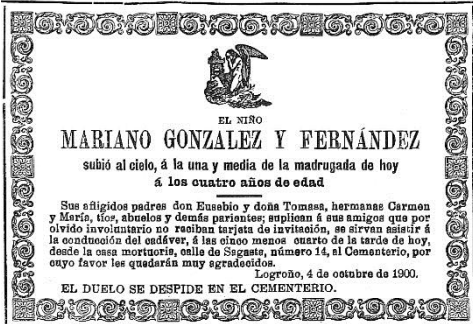
	Nº de identificación	LR 19000119-2.
	Título	Esquela funeraria 1.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de publicación	19/01/1900 Página 3, 3ª, 4ª y 5ª columnas.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	20 x 9,7 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	5.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa una cruz latina, ubicada en la parte superior del anuncio, centrada, de color negro y ausencia de perspectiva. El anuncio se enmarca entre gruesos filetes negros.
	Notas	El anuncio comunica la conmemoración de un año del fallecimiento de un hombre y una mujer que eran matrimonio. Informa de la celebración durante todo el día de misas en conmemoración de ambos sujetos en una iglesia concreta de la ciudad, detalla los familiares que participan en la conmemoración. Se utilizan cursivas y mayúsculas en la elaboración del texto para resaltar los méritos del fallecido. La imagen cumple una función ornamental.

	Nº de identificación	LR 19000101-10.
	Título	Esquela funeraria 2.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario La Rioja.
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de publicación	01/01/1900 Página 3, 4ª y 5ª columnas.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	13,5 x 10 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	84.
Descripción	Grabado tipográfico que representa una cruz aguzada, ubicada en la parte superior del anuncio, centrada, de color negro y ausencia de perspectiva. El anuncio se enmarca entre gruesos filetes negros.	
Notas	El texto comunica el fallecimiento de una mujer de 60 años y las circunstancias religiosas de su fallecimiento, así como el ritual post mortem y los familiares que anuncian su deceso. Se utilizan cursivas y mayúsculas en la elaboración del texto para resaltar los méritos del fallecido. La imagen cumple una función ornamental.	

 <p style="text-align: center;">LA NIÑA María de los Angeles Triana Calvo subió al cielo en la tarde de ayer Á LOS 4 AÑOS DE EDAD</p> <p>Sus descensolados padres don Félix Triana y doña Isabel Calvo, hermano don Víctor, abuelos don Feliciano Garza y doña Saturnina Olmos y demás parientes, suplican á sus amigos se sirvan asistir á la conducción del cadáver desde la casa mortuoria, Barriocepo. 36, al Cementerio, á las tres de la tarde de hoy, por lo que les q edarán eternamente agradecidos.</p> <p style="text-align: center;">Logroño, 16 de enero de 1900 EL DUELO SE DESPIDE EN EL CEMENTERIO <i>No se reparten esquelas.</i></p>	Nº de identificación	LR 19000116-2.
	Título	Esquela funeraria infantil 1.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario La Rioja.
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	16/01/1900 Página 3, 5ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,8 x 9,5 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	9.
Descripción	Grabado tipográfico que representa dos angelotes alados resguardando una cruz latina en negro de la cual emanan líneas que asemejan resplandor. Representado en estilo lineal, perspectiva cónica, a modo ilustrativo y ornamental. Ubicados en la parte superior del anuncio, centrado. El anuncio está enmarcado entre filetes orlados de forma circular entrecruzados.	
Notas	El texto anuncia el fallecimiento de una niña de cuatro años. Indica el nombre de la niña, de los padres, hermano y abuelos. Indica horario de misa y cortejo fúnebre hacia el cementerio y el horario en el que partirán, así como el día. La imagen cumple una función ornamental.	




Nº de identificación	LR 19000401-1.
Título	Esquela funeraria infantil 2.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario La Rioja.
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	01/04/1900 Página 3, 4ª y 5ª columnas.
Autor	Anónimo.
Medidas	14 x 10 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	3.
Descripción	Grabado tipográfico que representa una cabeza de querubín alada. Dibujo en perspectiva cónica, con volumen y vista frontal ubicado en la parte superior del anuncio, centrado y enmarcado en filetes negros. Dada la mala calidad del papel es imposible apreciar detalles de plumas o cabello. El anuncio está enmarcado en orlas tipográficas ornamentales.
Notas	El texto indica el nombre del niño, nombre de sus padres y otros familiares, precisando que el padre era Capitán del cuerpo de caballería de Albuera. Indica fecha y hora en la cual se realizará el entierro del cuerpo, misas y se disculpan por el olvido involuntario en caso de que los conocidos y amigos no hayan recibido tarjeta de invitación. La imagen cumple una función ornamental.




Nº de identificación	LR 19001004-1.
Título	Esquela funeraria infantil 3.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario La Rioja.
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	04/10/1900 Página 3, 4ª y 5ª columnas.
Autor	Anónimo.
Medidas	14 x 9,5 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico representando a un ángel, arrodillado sobre una tumba. El ángel está dibujado de tres cuartos de perfil, desnudo, alado, con cabellos largos y las manos cubriendo el rostro. La tumba es un monolítico en la que se puede distinguir una calavera y huesos. Dibujo en perspectiva cónica, con sombra y volumen ubicado en la parte superior del anuncio, centrado y enmarcado en filetes con motivos ornamentales circulares, florales y cuadrados.
Notas	El texto indica el nombre del niño, nombre de sus padres y fecha y hora en la cual se realizará el entierro del cuerpo. Figura en el catálogo de 1889, fue publicado el día 19 de octubre con el nombre de Gerardo Armentía y Palacios. La imagen cumple una función ornamental.

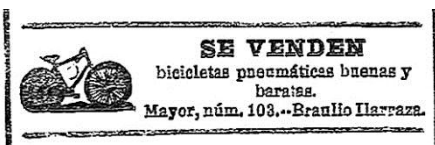
8.5.8. Anuncios de medios de transporte

	Nº de identificación	LR 19000314-2.
	Título	Ocasión.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	14/03/1900 Página 3, 3ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	7 x 2,3 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	5.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa una coche de transporte de finales del siglo XIX, en estilo realista, blanco y negro, perspectiva cónica con sombreado en el suelo. El anuncio se ubica en la mitad izquierda del anuncio.
	Notas	El texto anuncia la venta de una berlina marca Clarens. Indica lugar de consulta, que resulta ser el propio periódico. La función del grabado es ilustrativa.



Nº de identificación	LR 19000130-1.
Título	Se vende bicicleta de ocasión.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario La Rioja.
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	30/01/1900 Página 3, 3ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	7 x 3,5 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	15.
Descripción	Grabado tipográfico que representa una bicicleta en blanco y negro, de estilo realista. Está representada en perspectiva cónica, ubicada en la mitad izquierda del anuncio.
Notas	El texto anuncia la venta de una bicicleta con sus repuestos. Indica lugar donde pueden los interesados dirigirse para verla. El grabado cumple con la función de ilustrar el texto del anuncio

	Nº de identificación	LR 19000804-1.
	Título	Venta de bicicletas La Velocidad.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles:	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	04/08/1900 Página 3, 4ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,8 x 3 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	17.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa una bicicleta en blanco y negro, de estilo realista. Está representada en perspectiva cónica, ubicada en la mitad izquierda del anuncio
	Notas	El texto publicitario hace referencia a venta de bicicletas, su valor y la dirección de venta. Cumpliría con la función de ilustrar el texto del anuncio.




Nº de identificación	LR 19000906-1.
Título	Venta de bicicletas Braulio Ibarraza.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	06/09/1900 Página 3, 5ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6,8 x 1,7 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	8.
Descripción	Grabado tipográfico que representa una bicicleta en blanco y negro, de estilo realista. Está representada en estilo lineal, ubicada en la mitad izquierda del anuncio.
Notas	El texto publicitario hace referencia a venta de bicicletas, su valor y la dirección de venta. Su función es ilustrar el anuncio.

8.5.9. Anuncio de vinos y licores

<p>La Magdalena</p> <p>J.R.P. LALLANA</p> <p>San Blas, núm. 13. Logroño</p> <p>San Blas, núm. 13. Logroño</p> <p>Nuevo establecimiento de vinos finos y licores de las marcas más acreditadas y conservas alimenticias de las mejores fábricas.</p>	Nº de identificación	LR 19000220-1.
	Título	La Magdalena.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	20/02/1900 Página 3, 4ª columna.
	Autor	F.A.
	Medidas	7 x 7,9 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	12.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa de mujer en actitud orante frente a un libro, vanitas y una cruz, de medio cuerpo, aureola sobre la cabeza, estilo realista, al centro de la publicidad. Sobre su cabeza las iniciales J.R.P Lallana. En perspectiva cónica, está ubicada al centro del anuncio enmarcada entre filetes negros, con volúmenes, sombras y línea de horizonte. La firma del grabador se localiza en el margen inferior derecho.
	Notas	El texto publicitario hace referencia a venta de vinos y licores, indica dirección del comercio en ambos márgenes. La función del grabado es ornamental.

8.5.10. Anuncios de compañías navieras

 <p>Linea de vapores Serra y La Flecha</p> <p>Salidas semanales de vapores-arracos entre Santander y la Isla de Cuba.</p> <p>Salen de Santander todos los miércoles para Habana, Matanzas, Santiago de Cuba, Cienfuegos, Cárdenas, Sagua la Grande, Guanajay, Trinidad de Cuba, Manzanillo, Gibara, Huerfano y Cabaiguán, además de las islas de Sancti Spiritus y Camaguey. Los vapores son de 1000 toneladas y son de 1ª clase. Conchabados como sigue:</p> <p>ADVERTENCIA.— Los señores viajeros pueden dirigir su atención al edificio de la Agencia para el embarque debiendo salir de Santander el día anterior al señalado para la salida de este puerto.</p> <p>Una vez tomada cuenta de embarque en el puerto de destino, una mañana, desembarco, resto para un día en el puerto, regreso y continuación de viaje en cualquiera de los vapores de la línea que se pueda hacer esta Agencia con la mayor economía.</p> <p>Para solicitar billetes y demás informes dirigirse a su comisionario D. FRANCISCO SALLAZAR, Puerto R. Calle de los Baños 27. Santander.</p>	Nº de identificación	LR 19000101-8.
	Título	Marítimo 1.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	01/01/1900
	Página	Página 3, 4ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	7 x 7,9 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	493.
	Descripción	Grabado tipográfico de un barco a vapor con mástiles y chimenea con humo. Está representado navegando en el mar, con nube de fondo. En perspectiva cónica, blanco y negro y volúmenes, se ubica en el margen superior derecho del anuncio.
	Notas	El texto publicitario indica los destinos con partida desde Santander. Ofrece servicio de transporte de mercancías, indica cómo ha de realizarse e informa de la persona de contacto y su dirección comercial. La función del grabado es ilustrativa en relación al texto del anuncio.



Servicios de la C.^a Trasatlántica
DE BARCELONA

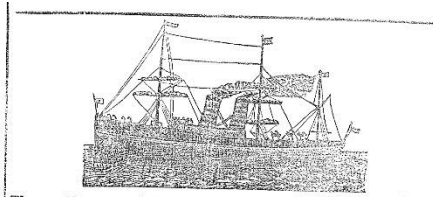
Han quedado organizados en la siguiente forma:
 Dos expediciones mensuales á Cuba y Méjico, una del Norte y otra del Mediterráneo.
 Una expedición mensual á Centro América.
 Una expedición mensual al Río de la Plata.
 Una expedición mensual al Brasil con prolongación al Pacífico.
 Trece expediciones anuales á Filipinas.
 Una expedición mensual á Canarias.
 Seis expediciones anuales á Fernando Poo.
 156 expediciones anuales entre Cádiz y Tánger, con prolongación á Algeciras y Gibraltar.
 Las fechas y escalas se anunciarán oportunamente.
 Para más informes, acúdase: En Logroño, al Agente don Guillermo Moneo, calle de la Compañía (esquina al muro de los Reyes), piso segundo.

Nº de identificación	LR 19000101-7.
Título	Servicios de la Compañía Trasatlántica de Barcelona.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	01/01/1900 Página 4, 3ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	10,5 x 8,7 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	115.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un barco a vapor con dos mástiles con banderas y chimenea con humo con dirección a la derecha. Está representado navegando en el mar, con nube de fondo. Realizado en perspectiva cónica, blanco y negro, volumen, se ubica en el margen superior izquierdo del anuncio rodeado de texto publicitario.
Notas	El texto publicitario informa del servicio de barcos que parte desde Barcelona a diferentes puntos tanto del Mediterráneo como de América. Detalla la cantidad de viajes y quién es el representante en Logroño que hace de agente de la compañía. También utilizaron como ilustración del texto el mismo grabado que usaron: Compañía Hamburguesa Sud-Americana, Línea de Vapores Serra y la flecha y Chargeurs Reunis identificado como: LR 19000104-1. La función del grabado es ilustrativa en relación al texto del anuncio.



SERVICIO DE VAPORES de Burdeos, con destino á los Estados Unidos del Brasil, Montevideo, Buenos Aires, Chile y otros puntos de América.
Precio del pasaje, 160 francos.
Para más detalles, dirigirse á don R. Gallo, Rue Lafontaine, 7, Burdeos.


Nº de identificación	LR 19000109-1.
Título	Servicio de Vapores.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	09/01/1900 Página 2, 5ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	10,5 x 2 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	61.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un barco a vapor, con mástiles, bandera francesa y chimenea humeante. Está navegando en el mar, dirección izquierda, en perspectiva cónica, blancos y negros y volúmenes, se ubica en el margen izquierdo del anuncio rodeado de texto publicitario.
Notas	El texto publicitario informa del servicio de vapores con rumbo a diversas ciudades de América, informa sobre el valor del billete e indica el agente de contacto en Bordeaux, Francia. La función del grabado es ilustrativa en relación al texto del anuncio.




El magnífico vapor de 12.000 toneladas **ASUNCIÓN**
 de la Compañía Hamburguesa Sud-americana
 saldrá del puerto de Bilbao para Montevideo y Buenos Aires, el 11 de este mes.
 Para fletes, carga y pasajes, diríjase en Logroño, á su agente Ubaldo González
 Díaz, muro Escuelas, letra B, 3.º

Nº de identificación	LR 19000401-4.
Título	Compañía Hamburguesa Sud-Americana.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	01/04/1900 Página 3, 5ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	14 x 8,8 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	113.
Descripción	Grabado tipográfico de un barco a vapor, con mástiles, banderas y dos chimeneas humeantes. Está representado navegando en el mar, dirección derecha. Sobre la cubierta se divisan figuras humanas. En perspectiva cónica, blanco y negro, volumen, se ubica en el tercio superior del anuncio, centrado, bajo el cual hay caja de texto publicitario.
Notas	El texto informa del servicio de vapores con rumbo a diversas ciudades de América desde Bilbao. Indica otros servicios prestados, señala quién es el agente en Logroño de la compañía y su dirección comercial. La función del grabado es ilustrativa en relación al texto del anuncio.

8.5.11. Anuncios de aseguradoras

 <p>L' UNION COMPAGNIA FRANCESA DE SEGUROS CONTRA INCENDIOS FUNDADA EN 1828 Reconocida en España por Real Orden y sometida á su legislación</p> <p>Estado de su situación en 31 de diciembre de 1898 exclusivamente para el ramo de incendios</p> <table border="0"> <tr> <td>Capital</td> <td>Pesetas</td> <td>10.000.000</td> </tr> <tr> <td>Reservas</td> <td>></td> <td>11.205.000</td> </tr> <tr> <td>Primas en cartera</td> <td>></td> <td>79.650.334</td> </tr> <tr> <td>Total de garantías.</td> <td>Pesetas</td> <td>100.855.334</td> </tr> <tr> <td>Capitales asegurados</td> <td>></td> <td>34.272.202.816</td> </tr> </table> <p>Siniestros pagados hasta 31 diciembre 1898 Pesetas 229.000.000</p> <p>Esta gran compañía es la que mayor eartera posee de euantas de su clase operan en España. Asegura contra el incendio, el rayo y la explosión del vapor, gas, dinamita y demás explosivos, toda clase de propiedades, muebles é inmuebles: garantiza también á los propietarios la pérdida de los alquileres en caso de siniestro. Los 72 años de antigüedad de esta Compañía, su importantísimo capital y la enorme suma que lleva pagada por siniestros la recomiendan con preferencia al favor del público. Sub-Director de la provincia de Logroño, D. RO- RUSTIANO FAUSA, Mercado, número 130.</p>	Capital	Pesetas	10.000.000	Reservas	>	11.205.000	Primas en cartera	>	79.650.334	Total de garantías.	Pesetas	100.855.334	Capitales asegurados	>	34.272.202.816	Nº de identificación	LR 19000104-3.
	Capital	Pesetas	10.000.000														
	Reservas	>	11.205.000														
	Primas en cartera	>	79.650.334														
	Total de garantías.	Pesetas	100.855.334														
	Capitales asegurados	>	34.272.202.816														
	Título	L'Unión Compañía francesa de seguros contra incendio.															
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.															
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .															
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.															
Fecha de primera publicación	04/01/1900 Página 3, 3ª columna.																
Autor	Anónimo.																
Medidas	6,5 x 13,3 cm. aprox.																
Técnica	Grabado tipográfico.																
Frecuencia de Publicación	70.																
Descripción	Grabado tipográfico que representa dos figuras aladas, con vestidos largos y alas de plumas femeninas sosteniendo una guirnalda de hojas de laurel. Están representadas en perspectiva cónica, estilo realista, blanco y negro, volúmenes y detalles ornamentales como trompeta en figura de la derecha. Se ubica en la parte superior del anuncio, al centro.																
Notas	El texto publicitario informa del estado de la compañía aseguradora a fecha 31 de diciembre de 1898. Notifica sobre las pólizas de seguros e indica el representante y su dirección comercial. La función del grabado es alegórica en relación al texto del anuncio, representando el triunfo o la victoria por sobre la adversidad.																

<p style="text-align: center;">LA UNIÓN Y EL FÉNIX ESPAÑOL</p>  <p style="text-align: center;">Compañía de seguros reunidos AGENCIAS EN TODAS LAS PROVINCIAS DE ESPAÑA, FRANCIA Y PORTUGAL 34 AÑOS DE EXISTENCIA SEGUROS SOBRE LA VIDA —SEGUROS CONTRA INCENDIOS</p> <p>Representante en la de Logroño: D. Ambrosio Lardiés, Subdirector, con residencia en Haro. Agentes: En Logroño: D. Francisco Rodríguez, Compañía, 17; Santo Domingo, D. Ignacio Sáez; Calahorra, D. Pedro Rincón, D. Julio Gómez y don Pedro Yáñez; Haro, D. Antonio A. Lardiés y D. Ba- f. 61 Campo; Cervera del Río Alhama, D. Gregorio Moreno, y en Nájera D. Alejandro Peña.</p>	Nº de identificación	LR 19000105-2.
	Título	La Unión y el Fénix español.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	05/01/1900 Página 2, 5ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	7 x 8 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	43.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa ave mitológica identificada como fénix con alas extendidas surgiendo de entre llamas. Se ha representado en perspectiva cónica, estilo realista, con detalles de plumas, volúmenes, luces y sombras. Se ubica en la mitad superior del anuncio, bajo el título de la compañía.
	Notas	El texto publicitario informa sobre las diversas pólizas que vende, indica años de existencia de la compañía, área geográfica en la que trabaja y los diversos agentes asignados en ciudades y pueblos de La Rioja. La función del grabado es alegórica en relación al texto del anuncio, ya que el fénix es el ave que resurge de entre las cenizas, siendo su vida eterna aunque se consuma por el fuego.



LA GRESHAM
 COMPAÑÍA INGLESA DE
seguros sobre la vida
 (The Gresham Life Assurance Society, Ltd.)
 fundada en Londres en 1843
 y establecida legalmente en España desde 1882

SEGUROS SOBRE LA VIDA
 Y RENTAS VITALICIAS

PÓLIZAS INDISPUTABLES
 BENEFICIOS CAPITALIZADOS
 PRIMAS MUY MODERADAS

Con la participación en el 90 por ciento de los beneficios, los asegurados en esta Compañía gozan de todas las ventajas que les podría ofrecer una Sociedad mutua sin estar sujetos á sus responsabilidades.

La Gresham tiene constituido el depósito exigido por las leyes fiscales vigentes como garantía para sus Asegurados en España.

Sucursal española
Calle de Alcalá, 23, dupl.—Madrid
 Delegados en las Provincias Vascongadas: Señores Crescencio Arce y C.^{as}—Inspector don Ramón Bertrán.
 Oficinas: Sombrerería, 10.—Bilbao.

Nº de identificación	LR 19000110-2.
Título	La Gresham. Compañía inglesa de seguros sobre la vid.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	10/01/1900 Página 2, 5ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6,7 x 12 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	18.
Descripción	Grabado tipográfico que representa retrato de busto exento masculino, de estilo realista de un hombre con sombrero, barba, y traje con cuello de época, enmarcado en un óvalo con decoración superior que podrían ser dos pájaros sobre el césped. Representado en perspectiva cónica, se ubica en el margen izquierdo del anuncio y está enmarcado entre filetes negros.
Notas	El texto publicitario informa sobre el origen inglés de la compañía y su constitución en España, tipos de pólizas que ofrece y las direcciones y nombres de sus delegados en Madrid y Bilbao. La función del grabado es alegórica en relación al texto del anuncio.



LA PALATINE

COMPañIA INGLESA DE
SEGUROS CONTRA INCENDIOS

EXPLOSIONES
y accidentes personales
A PRIMA FIJA

(The Palatine Insurance Company, Limited)
Establecida legalmente en España desde 1891
CAPITAL: 34 millones de pesetas

La Palatine asegura también contra la pérdida de alquileres ó rentas por causa de incendios.

Como la Compañía no es mutua, sus Asegurados no incurrir en responsabilidad alguna.

Los siniestros se arreglan y se pagan inmediatamente.

Esta Compañía tiene constituido el depósito exigido por las leyes fiscales vigentes como garantía para sus asegurados en España.

OFICINAS | 32 Brown Street--MANCHESTER
PRINCIPALES | 101 Cheapside--LONDRES E. C.


Sucursal española


Calle de Alcalá, 23, dupl.—Madrid.

Delegados en las Provincias Vascongadas:
Señores Crescencio Arce y C.^á—Inspector don Ramón Berfrán.


Oficinas: Sombrerería, 10.—Bilbao.

Nº de identificación	LR 19000125-2.
Título	La Palatine.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	25/01/1900 Página 4, 3ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6,4 x 11,5 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	19.
Descripción	Grabado tipográfico que representa una ciudad amurallada con puerta entre dos torres de piedra. Se distinguen edificios al interior de los muros, nubes, pájaros volando y torretas, así como puerta con arco triangular de dos hojas y almenas. Representada en perspectiva cónica, de estilo realista, muy detallista en cuanto a la representación, con volúmenes y sombras, línea de horizonte claramente definida. Está enmarcado en filetes negros.
Notas	El texto publicitario informa sobre el origen inglés de la compañía y su constitución en España, tipos de pólizas que ofrece y las direcciones y nombres de sus delegados en Madrid y Bilbao, así como las principales oficinas de Manchester y Londres. La función del grabado es alegórica en relación al texto del anuncio, dado que simboliza la seguridad.

 <p>LA RIOJA</p> <p>LA PATERNAL</p> <p>51 MILLONES DE FRANCO 55 MILLONES DE FRANCO 45.000 MILLONES DE FRANCO</p> <p>Compañía Francesa de Seguros contra Incendio, Rayo, etc. Fundada en 1843</p> <p>DOMICILIO SOCIAL EN PARÍS: RUE MÉNARS, NÚM. 4.</p> <p>Sub-Director apoderado en la provincia de Logroño: D. PABLO DE REZ, VEGA, 22, HARO</p>	Nº de identificación	LR 19000201-1.
	Título	La Paternal.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	01/02/1900 Página 3, 3ª, 4ª y 5ª columnas.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	20 x 9 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	12.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa deidad entre nubes en forma de hombre con túnica larga, barba y pelo. Brazo derecho extendido y brazo izquierdo apuntando en dirección izquierda. La imagen esta compuesta en un formato circular. Sobre la imagen y dispuestos a izquierda y derecha hay dos clichés tipográficos de manos color negras apuntando a la caja de texto con el nombre de la compañía.
	Notas	El texto publicitario informa sobre el origen francés de la compañía, su capital y su constitución en España, tipos de pólizas que ofrece y las direcciones y nombres de sus delegados en diversas ciudades y pueblos de La Rioja y norte de España. Indica países europeos en los cuales se ha establecido y su dirección en París. La función del grabado es alegórica en relación al texto del anuncio ya que representa la protección de la deidad.

<p style="text-align: center;">La Catalana</p>  <p style="text-align: center;">Compañía Española de seguros contra incendios á prima fija 35 AÑOS DE EXISTENCIA Comisionado principal en la provincia de Logroño D. BALDOMERO MIRANDA <i>Mayor, núm. 175</i></p> <p>AGENTES: D. Vicente Bañuls, Logroño; D. Víctor Hernández, Solés; D. Francisco Cebalros Ordo, Murillo de Río Leza; D. Pedro Sancho, San Asensio; D. Celestino Escobés, Calahorra; D. Miguel Montañas, Haro; D. Ramón Izquierdo, Anguiano, y don Miguel Remón, en Cervera del Río Alhama.</p>	Nº de identificación	LR 19000909-1.
	Título	La Catalana.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	09/09/1900 Página 3, 2ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,8 x 8,7 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	27.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa un escudo apuntado con franjas, corona ducal y ramas de laurel en la parte inferior cruzadas rodeando el escudo, ubicado en el tercio superior bajo el título de la compañía. Está representado sin perspectiva, de frente, con un estilo de dibujo lineal, en blanco y negro.
	Notas	El texto publicitario informa sobre el origen francés de la compañía, su capital y su constitución en España, tipos de pólizas que ofrece y las direcciones y nombres de sus delegados en diversas ciudades y pueblos de La Rioja y norte de España. Indica países europeos en los cuales se ha establecido y su dirección en París. La función del grabado es identificativa en relación a la creación de una marca comercial.

8.5.12. Anuncios de higiene y cosmética

	Nº de identificación	LR 19000103-1.
	Título	Polvos cosméticos de Franch.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	03/01/1900 Página 4, 1ª y 2ª columnas.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	15,5 x 4,5 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	71.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa dos cabezas femeninas con cabello ondulado, a medio recoger. La primera cabeza se ubica en el margen izquierdo y tiene pelo en barbilla, labio superior y sien. La segunda cabeza se ubica en el margen derecho y muestra el rostro lampiño. Ambas están representadas en perspectiva cónica, frontal, con blancos y negros, volúmenes y textura en cabello de rizos. Están ubicados al centro del anuncio.
	Notas	El texto publicitario informa sobre el producto depilatorio, sus ventajas, lugares de venta y coste. Notifica el lugar donde se encuentra la central de ventas y su dirección, así como el nombre de sus fundadores. La función del grabado es ilustrativa en relación al producto del anuncio.



Nº de identificación	LR 19000817-1.
Título	Depilatorio Venus.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	17/08/1900 Página 4, 3ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	10,5 x 7 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	62.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un frasco con cuatro figuras aladas infantiles desnudas, uno sentado sobre la botella, dos en los flancos y un cuarto de espaldas sosteniendo la parte inferior izquierda. En estilo Nouveau con figura de sol al fondo, ubicado en la mitad izquierda del anuncio. Representada en perspectiva cónica.
Notas	El texto publicitario indica creador del producto, fines para la eliminación del vello y ofrece envío gratuito de muestra. Informa del valor del producto y puntos de venta en farmacias señalando dos distribuidores. El grabado cumple una función ilustrativa.

Vigor del Cabello del Dr. Ayer

Es el mejor cosmético



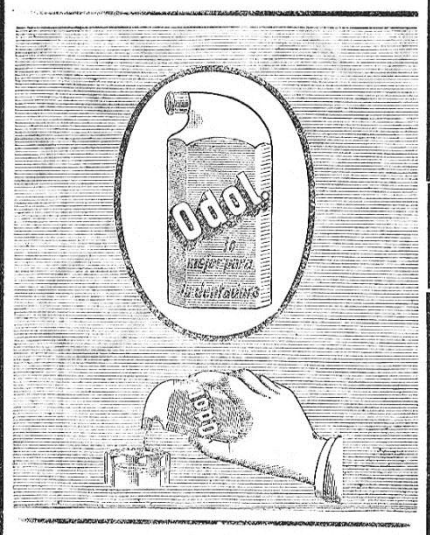
Hace crecer el cabello,
Destruye la Caspa,
Y con su uso el cabello gris
vuelve á tomar su color
primativo.

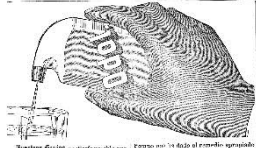
El Vigor del Cabello
del Dr. Ayer está
compuesto de los in-
gredientes más es-
cogidos. Impide
que el cabello se
ponga claro, gris,
marchito ó raso, con-
servando su
riqueza,
abundancia y
color hasta un
período avanzado de la vida. Cura
los humores y la comezón.

**Cuanto más se usa, más rápi-
dos son sus efectos.**

¡Póngase en guardia contra imitacio-
nes espúreas. El nombre de "Ayer"
figura en la envoltura, y está vaciado en el
cristal de cada una de nuestras botellas.


Nº de identificación	LR 19001002-1.
Título	Vigor del cabello del Dr. Ayer.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	02/10/1900 Página 3, 3ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	5,5 x 14 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	4.
Descripción	Grabado tipográfico que representa una botella de medicina de cuerpo aplanado con etiqueta al centro junto a un cepillo de forma oval y con mango para el cabello y una caja circular, ubicados en el margen izquierdo en la zona media del anuncio. El estilo de la ornamentación de la botella es de finales del XIX. Representados en perspectiva cónica, con profusión de detalles, línea de horizonte, luces y sombras, reflejos y superficie oscurecida.
Notas	El texto publicitario informa sobre los beneficios sobre el cabello del producto, su utilización y advierte como diferenciar el producto de imitaciones. La función del grabado es ilustrativa en relación al producto del anuncio.

	Nº de identificación	LR 19000307-2.
	Título	Odol 1.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	07/03/1900 Página 4, 4ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,3 x 8 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	12.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa un frasco de producto enmarcado en orla ovalada representado en perspectiva cónica, en estilo realista, lineal con indicaciones de nombre y eslogan de producto al centro del recipiente. En la parte inferior de la primera figura una mano masculina con traje y camisa, con el bote vertiendo líquido en un vaso octogonal con líquido hasta el borde, representados en estilo lineal, realista, con luces y sombras, volúmenes. Ambas figuras están sobre plancha tipográfica a rayas.
	Notas	No hay texto publicitario. La imagen mostraría el producto en primer plano y la mano vertiendo el producto en un vaso. La función del grabado es ilustrativa en relación al producto del anuncio.



Bacteriofita - germen que destruye las bacterias que causan la caries y el dolor de los dientes. Es un producto que se utiliza para el enjuague bucal y la limpieza de los dientes. El uso regular de Bacteriofita ayuda a prevenir la caries y a mantener los dientes sanos y blancos. Este producto es especialmente útil para quienes sufren de caries recurrentes o para quienes quieren prevenir la caries antes de que comience. Bacteriofita es un producto seguro y efectivo que puede ayudar a mantener su sonrisa saludable y libre de caries.

Nº de identificación	LR 19000311-1.
Título	Odol 2.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	11/03/1900 Página 3, 5ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	13,5 x 26 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	3.
Descripción	Grabado tipográfico que representa una mano vertiendo líquido de un recipiente con el nombre del producto anunciado en un vaso octogonal. Tanto la mano como el vaso están representados en perspectiva cónica, con luces y sombras, volúmenes y estilo realista. La mano está sombreada diferenciándose tanto en este aspecto como en la calidad de la representación de la mano del anuncio publicado el día siete de marzo. Ubicada en el margen superior del anuncio. En el margen inferior izquierdo, grabado tipográfico representando las bacterias enmarcadas en círculo con caja de texto inferior, en estilo lineal y de ilustración científica.
Notas	El texto publicitario está escrito en estilo periodístico casual, habla de experiencias en relación a la higiene dental, desarrollos científicos, hace un repaso a la historia de los enjuagues y productos de limpieza. Indica valor del producto, puntos de venta e importadores. La función de los grabados es ilustrativa en relación al producto del anuncio y su utilización.

 <p>La <i>Aerztliche Rundschau</i> (Revista médica), de Munich, dice en su número 17, del año IV:</p> <p>«El Odol obra conforme á un principio enteramente nuevo para los dentíficos. En efecto, al lavarse la boca queda sobre la mucosa una gran acumulación de anti-séptico; de manera que la acción antiséptica no se limita á los pocos instantes de dicha operación, sino que sigue ejerciéndose mucho tiempo después. Ninguno de los dentíficos ha desarrollado ni remotamente, en las experiencias anteriormente descritas, una acción antiséptica tan prolongada como el Odol.»</p> <p>El Odol se vende en todas partes á ptas. 3'50.</p>	Nº de identificación	LR 19000403-1.
	Título	Odol 3.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	03/04/1900 Página 3, 1ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,5 x 14 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	3.
	Descripción	Grabado tipográfico que muestra un frasco del producto representado en perspectiva cónica, con líneas, luces, sombras y volúmenes. Al centro del envase figura el nombre de la marca, forma del envase octogonal con distorsión de caras en estilo realista. En la parte trasera un círculo negro frontal, que llega a la mitad del frasco.
	Notas	El texto publicitario inserta un extracto de un artículo de revista, indicando el título, número y año publicada en Munich. Indica valor del producto y puntos de venta en farmacias. El grabado cumple una función ilustrativa del producto.



Nº de identificación	LR 19000415-1.
Título	Odol 4.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	15/04/1900 Página 3, 3ª, 4ª y 5ª columnas.
Autor	Anónimo.
Medidas	20 x 15,8 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	2.
Descripción	Grabado tipográfico que representa dos figuras humanas: una masculina, ubicada en la mitad superior izquierda del anuncio, y otra femenina ubicada en la mitad derecha del anuncio. La masculina está representada de busto, con bigote estilo imperio, con un pañuelo anudado a la mandíbula y las dos manos apoyadas en la mejilla izquierda con gesto dolorido. Viste camisa y chaqueta. La femenina, con pañuelo anudado a la mandíbula, cabello recogido, vestido y gesto de dolor con ambas manos en mejilla derecha, ambas en estilo realista, perspectiva cónica, con luces y sombras.
Notas	El texto publicitario explica cómo se producen las caries y como el consumo del producto según las instrucciones dadas evita su aparición. Indica valor del producto y puntos de venta en farmacias. La función del grabado es ilustrativa en relación al producto del anuncio.



Nº de identificación	LR 19001216-1.
Título	Odol 5.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	16/12/1900 Página 3, 3ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6,5 x 11,4 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un frasco del producto con el nombre en diagonal, enmarcado en orla ovalada de filetes negros en la mitad superior. El segundo plano del anuncio está cubierto por orlas serpentinas que crean efecto moiré. Bajo el frasco figura en diagonal y hacia el margen derecho una caja de texto con el slogan “lo mejor para la dentadura”. El frasco está representado en perspectiva cónica, con luces y sombras y en estilo realista.
Notas	El texto publicitario se reduce al eslogan “es lo mejor para la dentadura”. El anuncio presenta un alto grado de abstracción para la época en que fue publicado. La función del grabado es ilustrativa en relación al producto del anuncio.



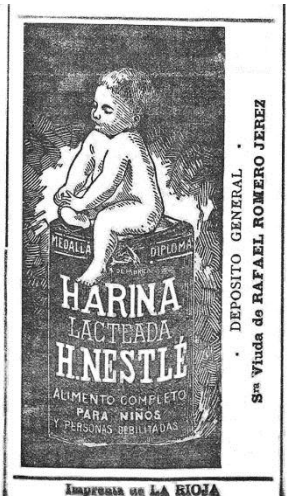
Para vivir largos años

es una de las condiciones imprescindibles el tener buenos dientes exentos de caries. Téngase en cuenta que los alimentos poco masticados se digieren mal, y sólo lo que digerimos y digerimos bien, nos alimenta, no lo que comemos. Con dientes malos es imposible digerir bien. Y, sin embargo, de una digestión depende la salud, y por consiguiente la duración de la vida. No se puede, por lo tanto, encarecer demasiado el deber de cuidar diariamente los dientes usando un antiséptico bucal líquido. El Odol es el que mejor cumple todos los requisitos deseados para este objeto, como lo han patentizado terminantemente numerosos trabajos e investigaciones científicas. El uso diario del Odol preserva seguramente los dientes de la putrefacción que destruye la dentadura. El Odol, como repetidas veces se ha probado científicamente, es muy superior á todos los demás dentífricos conocidos, porque, sin atacar en lo más mínimo los dientes, su acción continúa ejerciéndose en la boca aun mucho tiempo después de haberla enjuagado. Que todos, pues, principien á lavarse cuidadosamente la boca valiéndose del Odol. Y muchos nos agradecerán más tarde este consejo.


El Odol se vende en todas partes á Ptas. 3'50.

Nº de identificación	LR 19000408-1.
Título	Odol 6.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario La Rioja.
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	08/04/1900 Página 3 1ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6,5 x 17 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	4.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un retrato masculino en perspectiva cónica de medio cuerpo. El hombre viste traje y porta anteojos circulares sostenidos sobre la nariz. Lleva barba larga y pelo peinado a la izquierda. Está apoyado sobre una superficie con los brazos cruzados y mira hacia la derecha del anuncio. El retrato representa a un hombre de edad avanzada. De estilo realista, lineal, en blanco y negro, ubicado en la parte superior del anuncio centrado.
Notas	El texto publicitario hace referencia a cómo conseguir una vida más longeva. Apela a la buena digestión y a la necesidad de que los dientes estén en buenas condiciones. Por tanto, estaríamos ante un texto que si bien directamente es testimonial, sí que intentaría promover el consumo del producto para lograr la longevidad tal y como se muestra con el grabado tipográfico. La imagen sería un garante del texto publicitario, actuando como ejemplo de aquello que el producto oferta.

8.5.13. Anuncios de alimentación

	Nº de identificación	LR 19000104-1.
	Título	Harina Lacteada H. Nestlé.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	04/01/1900 Página 4, 2ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	7 x 11,5 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	48.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa un frasco del producto etiquetado y en el que figura el nombre del producto entre otro tipo de información. Sobre el frasco la figura de un niño de corta edad desnudo, sentado con la pierna derecha sostenida por ambos brazos. El niño está representado de tres cuartos de perfil y el bote en perspectiva cónica. El estilo es realista, lineal, con fondo con conjuntos de muescas ornamentales de líneas horizontes en diversos sentidos, fondo y suelo negro, línea del horizonte.
	Notas	El texto publicitario se encuentra dentro del frasco de producto. En él se anuncia que ha ganado medalla y diploma, indica su uso para niños y personas debilitadas y depósito general y nombre de distribuidora que es la viuda de Rafael Romero Jerez, sin indicar su nombre. La función del grabado es ilustrativa.

8.5.14. Anuncios de material de oficina

	Nº de identificación	LR 19000106-1.
	Título	Manuel Antoñana grabador.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	06/01/1900 Página 3, 5ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	7 x 5,7 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	87.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa un sello de caucho manual con mango, de pie y con su base, en estilo realista, luces y sombras y en perspectiva cónica. Se ubica en la mitad izquierda del anuncio.
	Notas	El texto publicitario indica nombre del propietario del comercio y a continuación incluye dos líneas de texto de sastrería de Carlos Cenzano. Continúa anunciando los diferentes tipos de sello de caucho que vende y otros servicios de grabado sobre metal. La función del grabado es ilustrativa.




B. LARRAMENDI
GRABADOR EN METALES
 Pte. de sellos en Caoutchouc
 Estacion, 2, VITORIA
Especialidad en sellos para los Ayuntamientos, Corporaciones y para el Comercio. Sellos automaticos, fechadores, timbres en seco, tenazas para precintar, tintas para sellar y para marcar ropa.

Se pueden hacer los encargos en casa los Sres. Sánchez y C.^{ta}, sucesores de D. F. Sánz. Estación, 2. Logroño.

Nº de identificación	LR 19000510-1.
Título	B. Larramendi grabador.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	10/05/1900 Página 3, 5ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	7 x 4,8 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	31.
Descripción	Grabado tipográfico de un grabado de sello en triple óvalo en negro, con texto de Alcaldía constitucional de Morentin en el primer óvalo y en el óvalo central escudo con corona real, cuerpo dividido en cuatro con escudos y leones rampantes, al centro óvalo con tres coronas de lis. Representado sin perspectiva, de frente, estilo del grabado lineal, se ubica en el tercio izquierdo del anuncio.
Notas	El texto publicitario indica nombre del propietario del comercio y describe la variedad de sellos en caucho que ofrece especializándose en institucionales. El fabricante es de Vitoria e indica señas de su representante en Logroño. La función del grabado es ilustrativa.

8.5.15. Anuncio de silla de montar

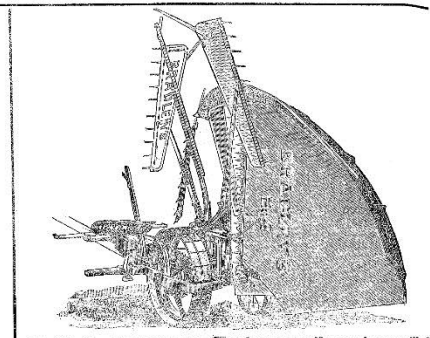
	Nº de identificación	LR 19000330-1.
	Título	Conrado Ortega Guarnicionero.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	30/03/1900 Página 3, 3ªcolumna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,8 x 2,7 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	60.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa un caballazo enjaezado, de tres cuartos de perfil, con la cabeza hacia la izquierda del anuncio. Está representado en blanco y negro y solo se distingue volúmenes dado el mal estado del papel. Dibujado en perspectiva cónica, se ubica en el margen superior derecho.
	Notas	El texto publicitario indica nombre del propietario y de su padre. Hace referencia a que su padre era de Logroño, pero que el actual taller se encuentra en la localidad de Viana. El grabado tipográfico fue utilizado en el anuncio de Impermeables ingleses publicado el día 31 de octubre y su función es ilustrativa.

8.5.16. Anuncios agrícolas

<p style="text-align: center;">Fundición de hierro y talleres de construcción de máquinas</p> <p style="text-align: center;">de SALUSTIANO MARRODAN</p> <p>Especialidad en prensas para uva y oliva, sistema VICTORIA</p> <p>de mi invención. Rulos todo hierro para moler oliva, Desgranadoras de maíz. Amasadoras mecánicas. Sobaderas para el pan. Norias y bombas para elevar agua. Baños, wagonetas, cabrestantes, malacates, etcétera, etc.</p> <p>Arados para la agricultura: Vitis, La Vid, Jaén, etc. y toda clase de plomas rectas para los arados.</p> <p style="text-align: center;">Calle de las Delicias, esquina á la del General Vara de Rey</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p style="text-align: center;">GRAN FABRICA DE CAMAS A JERGONES DE MUELLES MOVIDA A VAPOR</p> <p>Inmenso surtido en jergones y camas de hierro, sólidas, elegantes y á los precios más baratos que se conocen. Calderiferos y accesorios para los mismos. Cocinas económicas, etc., etc.</p>	Nº de identificación	LR 19000101-4.
	Título	Salustiano Marrodán fundición de hierros y talleres 1.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	01/01/1900 Página 3, 1ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	13,5 x 9,6 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	119.
Descripción	Grabado tipográfico que representa una prensa en forma cilíndrica, de acción manual, con base, representada en perspectiva cónica, vista frontal, con detalles mecánicos, luces y sombras. Ubicado al centro del anuncio entre dos cajas de texto, en estilo realista.	
Notas	El texto publicitario se divide en dos columnas. En la de la izquierda se presenta maquinaria agrícola y prensa de invención propia, y en la de la derecha se ofrecen camas y jergones de metal y mobiliario en general de estas características. Indica dirección de venta. La función del grabado es ilustrativa.	



Nº de identificación	LR 19000624-3.
Título	Salustiano Marrodán fundición de hierros y talleres 2.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	24/06/1900 Página 3, 2ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	20,5 x 10,7 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	19.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un trillo mecánico de cuatro ruedas con enganche frontal y lo que parece ser un escudo de fábrica en el frontal con volúmenes, luces y sombras, en estilo realista de ilustración científica y en perspectiva cónica. Ubicado en la mitad superior del anuncio en el margen derecho.
Notas	El texto publicitario informa de las características técnicas de los trillos mecánico, sus mejoras en construcción, hace alusión a la agilidad que se consigue con su utilización e informa de que los precios no han subido en dos años. Indica fabricante y el lugar donde se encuentra ubicado el comercio, además de ofrecer variedad de sierras para trillos. La función del grabado es ilustrativa.

 <p>OCASION Se vende una magnífica segadora-agavilladora, nueva, para dos caballerías, y otra usada para una caballería.</p> <p>Trillos de cilindros y maquinaria en general.</p> <p>JUAN MARRODÁN</p> <p>DUQUESA DE LA VICTORIA. LOGROÑO</p>	Nº de identificación	LR 19000621-1.
	Título	Juan Marrodán vende segadora-agavilladora.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	21/06/1900 Página 4, 3ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	13,5 x 14 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	23.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa una segadora-agavilladora Bradleys nº4, en perspectiva cónica, estilo realista y con vista frontal. Se ha dibujado con línea de horizonte, luces y sombras, detalles de textura del metal y volúmenes. En la hoja de la máquina se lee en diagonal en letras capitales BRADLEYS Nº4.
	Notas	El texto publicitario informa de la venta de dos gavilladoras segadoras detallando que una es para un caballo y otra para dos. Indica nombre del comercio, ubicación y otros productos relacionados a la venta. La función del grabado es ilustrativa.

Vacas holandesas




Se reciben directamente de Rotterdam. Siempre hay disponibles a la venta ejemplares superiores que dan de 40 á 50 cuartillos de leche cada 24 horas. Para informes, precios, etcétera, dirigirse á Olavarrieta y C.^{sa} - Bilbao.

Nº de identificación	LR 19000117-1.
Título	Vacas holandesas.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	17/01/1900 Página 3, 4ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6,8 x 3 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	27.
Descripción	Grabado tipográfico de una mujer de espalda sentada sobre un taburete ordeñando a una vaca que ha sido representada en lateral con la cabeza hacia la derecha, atada por una cuerda en el cuello a un cobertizo. La mujer lleva blusa, falda y pañuelo en la cabeza. El grabado muestra la línea de horizonte, luces y sombras, volúmenes y ha sido realizado en perspectiva cónica. Se ubica en el margen izquierdo del anuncio.
Notas	El texto publicitario informa del lugar de procedencia de las vacas y la producción diaria de leche. Indica dirección de contacto en Bilbao. La función del grabado es ilustrativa, aunque no muestra el tipo de vaca que oferta el anuncio.



Nº de identificación	LR 19000405-2.
Título	Relámpago y azufrados.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	05/04/1900 Página 3, 4ª y 5ª columnas.
Autor	Anónimo.
Medidas	13 x 5,7 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	22.
Descripción	Grabado tipográfico que representa a un hombre de medio cuerpo, de espaldas, con sombrero y fumigadora portátil con una varilla de fumigación sostenida con la mano izquierdo. La fumigadora es de metal, forma cilíndrica y lleva inscrito el nombre del fabricante en diagonal. Representado en perspectiva cónica, con luces y sombras, volúmenes, en estilo realista y ubicado en el margen izquierdo del anuncio.
Notas	El texto publicitario informa del producto en venta, fabricante y premios concedidos. Indica dirección de contacto en Tudela, Navarra. La función del grabado es ilustrativa en tanto que su composición formal enseña el uso de la fumigadora y su utilización.


<p style="text-align: center;">INVENTO ITALIANO superior a todos los conocidos</p>  <p style="text-align: center;">CONTRA EL MILDEW DE LA VID</p> <p style="text-align: center;">Pulverizador con privilegio exclusivo DEL SACERDOTE CANDEO ÚNICO IMPORTADOR PARA ESPAÑA FELIPE DE AZCÁRATE Calle de Astarloa, J.—Bilbao.</p> <p>PRECIOS: Pulverizador con 4 boquillas, 1 llave inglesa para el desarme de la máquina y 1'06 de manguera de caucho para la succión, 25 pesetas. Recipiente en madera, de cabida de 20 litros con sus correas, gancho, etc., para llevar al hombro, 9 pesetas.</p>	Nº de identificación	LR 19000428-1.
	Título	Pulverizados contra la Mildew de la vid.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	28/04/1900 Página 3, 4ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,8 x 10 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	29.
	Descripción	Grabado tipográfico de un hombre de cuerpo entero, de perfil, con sombrero y fumigadora portátil. Se ilustra la acción de fumigación del personaje entre árboles y vegetación. Representado en perspectiva cónica, con luces y sombras, volúmenes, línea de horizonte y en estilo realista. Está enmarcado entre filetes negros.
	Notas	El texto publicitario informa de que el origen del invento es italiano, del nombre de su inventor, el importador y su dirección comercial en Bilbao. Señala las características técnicas de los diversos modelos de fumigadoras y pulverizadores y sus correspondientes costes. La función del grabado es ilustrativa en tanto que su composición enseña el uso de la fumigadora.




Nº de identificación	LR 19000622-2.
Título	Tonelero Miguel Iriarte Tafalla.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	22/06/1900 Página 3, 4ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	13,8 x 5,9 cm. aprox.
Frecuencia de Publicación	33.
Técnica	Grabado tipográfico.
Descripción	Grabado tipográfico que representa un tonel de madera, con tres franjas por lado de metal y pies, ubicado en el margen izquierdo del anuncio, sobre suelo de baldosas. Está representado en estilo realista, perspectiva cónica, con luces y sombras, volúmenes y línea de horizonte. En el margen derecho se ubica una cuba de pie en estilo realista, perspectiva cónica, de forma cónica, con volúmenes, luces y sombras, sobre suelo de baldosas.
Notas	El texto publicitario ofrece variedad de cubas y tinas para almacenaje de vino, licores y aceite. Indica nombre de propietarios, características técnicas de fabricación e identifica su producción como ganadora en ferias de Valladolid y Logroño. El comercio se ubica en Tafalla, pero indica los datos de contacto de su representante en Logroño. La función del grabado es ilustrativa.

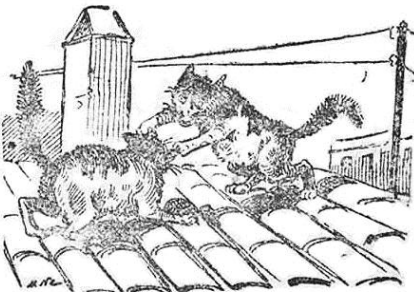
8.5.17. Viñetas cómicas


8.5.17.1. Temática de tercera edad

<p style="text-align: center;">NOTA COMICA</p>  <p>Cierta vieja que orefa en duendes y apariciones, fuese á mirar cierto día en el espejo sus dones. Se aproximó... y no hizo más la buena de doña Clara; luego exclamó:—¡Satanás huye!—y hablaba á su cara. <i>V. Martínez.</i></p>	Nº de identificación	LR 19000101-9.
	Título	Nota Cómica 1.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	01/01/1900 Página 3, 5ª columna.
	Autor	M.N.C
	Medidas	6,6 x 8,6 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa un anciana frente a un espejo de consola en interior de dormitorio con cama, cortinajes, silla de estilo isabelino y cuadro. La anciana se encuentra al centro de la composición. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo caricaturesco, con sombreados, luces, sombras y volúmenes.
	Notas	El texto está firmado por V. Martínez y está escrito en rima.


 <p style="text-align: center;">NOTA COMICA</p> <p>—Ay, amiga mía, soy más viejo que usted. La llevo diez años. —¡Caramba, qué lástima que no me lleve usted más! Si viera usted cuánto me pesan los que me quedan... <i>Fagoso.</i></p>	Nº de identificación	LR 19000409-1.
	Título	Nota Cómica 2.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	09/04/1900 Página 2, 5ª columna.
	Autor	M.N.G.
	Medidas	6,2 x 7,6 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa escena de interior doméstico en salón donde figuran dos personajes sentados sobre taburetes redondos con faldones. La figura de la derecha es un anciano con calvicie, bigote, viste traje y corbata. La figura de la izquierda es una anciana con cabello recogido y vestido largo con volantes en cuello, mangas y bajo. Ambos están representados en tres cuartos de perfil. En segundo plano se distingue consola con florero y flores en el margen izquierdo, al centro un cuadro y en el margen derecho cortinajes. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo caricaturesco, con sombreados, luces, sombras y volúmenes.	
Notas	El texto es un diálogo entre dos ancianos. La firma figura en el margen derecho y el texto está firmado por Fagoso.	


8.5.17.2. Temática de animales


<p style="text-align: center;">NOTA COMICA</p>  <p>Una gata sensible suspiraba por un hermoso gato á quien amaba, más, al ver su desvío, con enojos, de una <i>caricia</i> le sacó los ojos. «De ser galante trata, que en amor, la mujer es cual la gata.»</p>	Nº de identificación	LR 19000110-3.
	Título	Nota Cómica 3.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	10/01/1900 Página 2, 5ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,8 x 7,6 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
	Descripción	Grabado tipográfico de dos gatos sobre un tejado de tejas, fondo con poste de luz de dos cables, edificio, árbol y silo. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo realista, con sombreados, luces, sombras y volúmenes.
	Notas	El texto está escrito en rima y no hay autores.

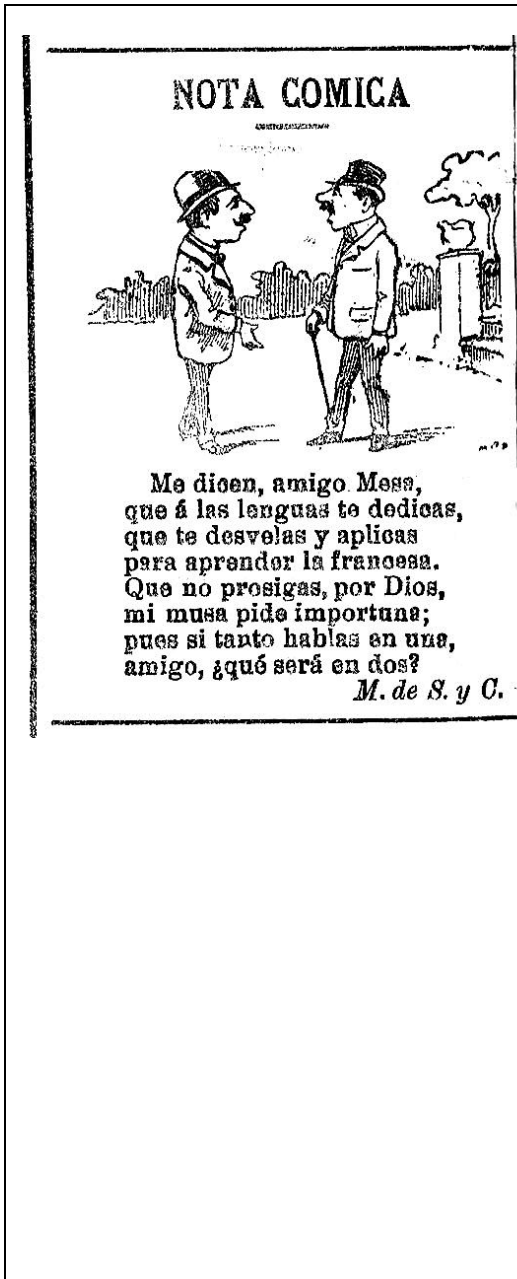
<p style="text-align: center;">NOTA COMICA</p>  <p>—Tome usted su barro y devuélvame el dinero. Me juró usted que leía y es mentira.</p> <p>—Azuche osté, compare. y no sea tan súpito; ese borrico sabe de letra; lo que es que... no prenuncia.</p>	Nº de identificación	LR 19000314-1.
	Título	Nota Cómica 4.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	14/03/1900 Página 3, 1ª columna.
	Autor	M.N.G.
	Medidas	6 x 7,5 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa escena de exterior con dos figuras masculinas: la primera a la izquierda de espaldas con tijeras en fajín, pantalones a cuadros, sombrero regional y chaqueta corta, el segundo lleva sombrero de ala ancha, pantalón corto, faja, en el brazo derecho una varilla y la izquierda sostiene a un burro representado de cuerpo entero con la cabeza hacia la derecha. El segundo plano, tras el horizonte, está sombreado con líneas paralelas. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo caricaturesco, con luces, sombras y volúmenes.
	Notas	El texto trata de la reclamación de uno de los hombres por el engaño del segundo. La firma figura en el margen izquierdo y el texto es anónimo.

8.5.17.3. Temática picaresca

<p style="text-align: center;">NOTA COMICA</p>  <p>—Pero hombre, hacerme el amor como á una ovencilla... ¿No ve V. que ya tengo el cabello blanco?</p> <p>—¡Ay amiga mía! Usted es una flor lozana cubierta de nieve.</p>	Nº de identificación	LR 19000118-2.
	Título	Nota Cómica 5.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	18/01/1900 Página 2, 5ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,7 x 6,8 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa interior de un salón con piano y cortinas, candelabro de tres velas. Al centro de la composición una mujer con cabello recogido sentada sobre un taburete redondo a la izquierda y a la derecha un hombre sentado en una silla con mano derecha levantada y bigotes. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo realista, con sombreados, luces, sombras y volúmenes.	
Notas	El texto es un diálogo de contenido amoroso.	

<p style="text-align: center;">NOTA COMICA</p>  <p>—Margarita, bájate el vestido, que te pueden ver el pie. —¿Y eso qué tiene de particular? —Yo en ese punto soy muy mirada. Sobre todo cuando Mariquita tiene las botas rotas.</p>	Nº de identificación	LR 19000128-1.
	Título	Nota Cómica 6.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	28/01/1900 Página 2, 5ª columna.
	Autor	M.N.G.
	Medidas	6,5 x 7,4 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa escena de interior doméstico compuesta por tres personajes. A la derecha un hombre mayor de perfil con barba y traje sentado sobre una silla, al centro una mujer mayor con vestido y cabello recogido, de contextura gruesa sentada y a la izquierda una mujer joven, delgada, con vestido, sombrero y ambas manos sobre las piernas. En segundo plano se distinguen cortinajes que enmarcan a los personajes y dos cuadros de fondo. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo realista, con sombreados, luces, sombras y volúmenes.
	Notas	El texto es un diálogo anónimo sin firma. La firma del grabado está en el margen inferior izquierdo.


<p style="text-align: center;">NOTA COMICA</p>  <p>—¿Qué extraño es que la conciencia no tengas limpia. Pascuala, si hace más de cuatro meses que no te lavas la cara? <i>Alberto Casañal.</i></p>	Nº de identificación	LR 19000531-1.
	Título	Nota Cómica 7.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	31/05/1900 Página 2, 5ª columna.
	Autor	Firma ilegible.
	Medidas	6,5 x 7 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa escena de exterior con personaje masculino a la derecha apoyado sobre el tronco de un árbol, viste traje oscuro de pantalón corto, alpargatas, sombrero de ala plana y bastón en mano izquierda. A la derecha figura femenina, abotonándose blusa blanca con falda negra y pies descalzos. En segundo plano se distinguen paisaje campestre, árboles y edificaciones con árboles. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo caricaturesco, con sombreados, luces y volúmenes.
	Notas	El texto hace relación a la conciencia poco limpia de la mujer que se está abotonando la blusa. Lo firma Alberto Casañal.




Nº de identificación	LR 19000628-1.
Título	Nota Cómica 8.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	28/06/1900 Página 2, 5ª columna.
Autor	MNG.
Medidas	6,4 x 8,7 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa escena de exterior compuesta de dos personajes masculinos. El de la derecha viste traje con sombrero y pantalones oscuros, lleva bigote y en la mano derecha bastón. El de la izquierda lleva traje, pantalones oscuros, bigotes estilo emperador y sombrero. Ambos personajes están representados de perfil. En segundo plano se distingue una entrada con columna y escalones, árboles y en tercer plano vegetación en oscuro. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo caricaturesco, con sombreados, luces, sombras y volúmenes.
Notas	El texto es un diálogo entre ambos personajes y hace referencia al aprendizaje de lenguas de uno de ellos y su inclinación a hablar. La firma que figura son las iniciales M. de S. y C.




Nº de identificación	LR 19001122-1.
Título	Nota Cómica 9.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	22/11/1900 Página 3, 1ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	6 x 8,8 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa una escena de exterior urbana en la que figuran dos personajes, uno femenino y otro masculino. El personaje masculino viste traje estilo andaluz, está representado de perfil, lleva sombrero, chaquetilla corta y tiene ambas manos en los bolsillos. La figura femenina está ubicada en el margen izquierdo, lleva pañuelo en la cabeza, vestido largo y tiene gran volumen de pecho. En segundo plano se distinguen suelo de adoquines esbozado, puerta y muro. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo caricaturesco, con sombreados, luces, sombras y volúmenes.
Notas	El texto es confuso, hace referencia a la dentadura de la madre de la figura femenina. No guarda relación con la imagen. El texto es anónimo. Podría figurar la firma en el margen inferior derecho del grabador.

<p style="text-align: center;">NOTA COMICA</p>  <p>—Con la mantilla terciada estaba Juana Palomo, cuando el asistente Ponce en ella clavó los ojos. Después se acercó y la dijo, como quién dice un piropo: —Mi vida, ¿sirvo de algo? —Sí, señor: —¿De qué? —De estorbo.</p>	Nº de identificación	LR 19000609-1.
	Título	Nota Cómica 10.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	09/06/1900 Página 2, 5ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,5 x 9 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa escena de exterior urbana en la que figuran dos personajes uno femenino y otro masculino. El personaje masculino está ubicado a la derecha, viste uniforme de botones con pantalón claro chaqueta oscura y gorra de botones, está representado de perfil. La figura femenina está ubicada en el margen izquierdo, lleva el cabello recogido, vestido largo mantón de manila. Segundo plano sin ningún elemento decorativo. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo caricaturesco, con sombreados, luces y volúmenes.
Notas	El texto está escrito literalmente con la pronunciación andaluza y es irónico. El texto es anónimo.	

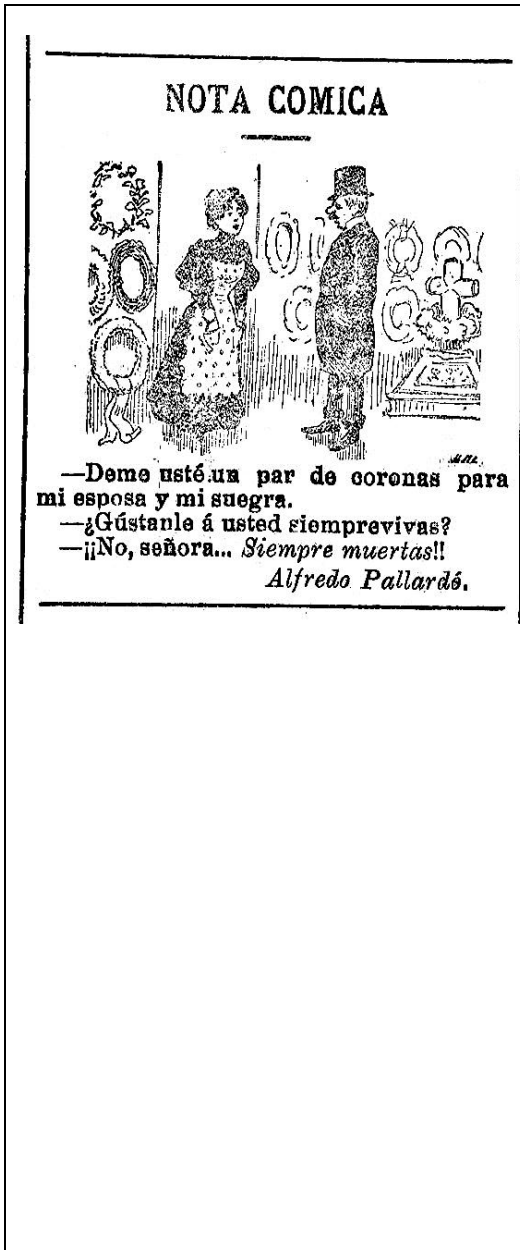
8.5.17.4. Temática familiar

<p style="text-align: center;">NOTA CÓMICA</p>  <p>—Un año más. —Hija, no; yo uno menos; tú uno más. —Contando así, llegarás á ser más joven que yo.</p>	Nº de identificación	LR 19000121-1.
	Título	Nota Cómica 11.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	21/01/1900 Página 2, 5ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,7 x 7,2 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa interior de salón con un segundo plano decorado con dos sillas de fondo y dos cuadros, cortinas. Al centro de la composición una mujer con cabello recogido sentada sobre un sillón a la derecha. Frente a ella una niña pequeña con pelo recogido y vestido corto, de pie. El conjunto está realizado en perspectiva cónica, estilo realista, con sombreados, luces, sombras y volúmenes. El segundo plano está esbozado.
	Notas	El texto es un diálogo entre madre e hija.

<p style="text-align: center;">NOTA COMICA</p>  <p> —¿Conque esa es tu mujer? Chico, es demasiado obesa; eso es un globo. —Sí, un globo al que no pueda dársele dirección. </p>	Nº de identificación	LR 19000125-3.
	Título	Nota Cómica 12.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	25/01/1900 Página 2, 5ª columna.
	Autor	M.N.G.
	Medidas	6,7 x 6,6 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	3.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa una escena interior de un salón donde se desarrolla una fiesta nocturna. Al centro de la composición una mujer gruesa, sentada, con vestido oscuro de gala y cabello recogido. Junto a ella en el margen derecho dos hombres de pie, pantalones a rayas y frac con bigotes. Al margen izquierdo, en segundo plano se distingue una figura femenina de frente y una masculina de perfil, cortinas y lámparas. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo realista, con sombreados, luces, sombras y volúmenes. El segundo plano está esbozado.
	Notas	El texto es una conversación entre los personajes masculinos que se burlan de la mujer sentada en primer plano, esposa de uno de los dos hombres representados.




Nº de identificación	LR 19000130-3.
Título	Nota Cómica 13.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	30/01/1900 Página 3, 1ª columna.
Autor	M.N.G.
Medidas	6,5 x 7,3 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa escena de interior de dos hombres en interior de café bebiendo licor sentados sobre sillas. Sobre la mesa dos copas y una botella triangular en mesa redonda. En segundo plano, un camarero de pie, mesas, lámparas y sofá. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo realista, con sombreados, luces, sombras y volúmenes.
Notas	El texto está escrito en verso rimado y firmado por R. Sepúlveda.



Nº de identificación	LR 19000219-1.
Título	Nota Cómica 14.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	19/02/1900 Página 3, 4ª columna.
Autor	M.N.G.
Medidas	6,9 x 7,5 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa escena de interior de comercio de flores funerario. A la izquierda figura un hombre con traje oscuro y sombrero de copa, de perfil y bigotes. A la derecha una mujer joven, con el cabello recogido, vestido oscuro y delantal con motivos ornamentales. De fondo se distinguen coronas funerarias colgadas en las paredes y un arreglo floral en forma de cruz con jarrón. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo realista, con sombreados, luces, sombras y volúmenes.
Notas	El texto es un diálogo entre un hombre y una vendedora de flores y coronas funerarias y trata sobre chistes de suegras y esposas. La firma del autor del grabado figura en el margen derecho, el texto está firmado por Alfredo Pallardé.


NOTA COMICA




—Vamos, usted quiere mucho á su hija y la dotará con cien mil duros.
 —Imposible; no me quedaría nada para vivir. La doy cincuenta mil.
 —Vaya, alárguese un poco...
 Bueno, espere usted. Accedo á los cien mil, pero con la condición de que, al llevarse á mi hija, se lleve también á mi esposa.


Nº de identificación	LR 19000510-2.
Título	Nota Cómica 15.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	10/05/1900 Página 3, 1ª columna.
Autor	M.N.G.
Medidas	6,3 x 8,7 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa escena de interior doméstico en salón donde figuran dos personajes masculinos. El de la derecha es un joven que viste traje y tiene las manos a la espalda. El de la izquierda es un hombre mayor vestido con pantalón y bata de ribetes oscuros que señala con el brazo derecho, lleva barba. Ambos están representados de perfil. En segundo plano se distingue cortinas en el margen izquierdo, silla victoriana al centro y sofá estampado en el margen izquierdo. Sobre el sofá, un cuadro. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo caricaturesco, con sombreados, luces, sombras y volúmenes.
Notas	El texto es un diálogo entre el padre de la novia y su prometido que discuten por la cuantía de la dote. El texto es anónimo.

8.5.17.5. Temática delictiva

<p style="text-align: center;">NOTA CÓMICA</p>  <p>Casado con tres mozas en Granada al mismo tiempo un picarón vivía: la justicia mandó que castigada fuese en un burro tal polígama; por las calles, la plebe lastimada, preguntaba el delito; y él decía: —Señores, me han sacado á dar doscientos... —¿Por qué? —Por frecuentar los sacramentos. <i>T. Iriarte.</i></p>	Nº de identificación	LR 19000123-3.
	Título	Nota Cómica 16.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	23/01/1900 Página 2, 5ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,7 x 9,3 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa un hombre vestido de época con espada leyendo junto a un niño. En segundo plano, imagen de un hombre desnudo y atado sobre un burro junto a su vigilante y en tercer plano, gentío esbozado. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo caricaturesco, con sombreados, luces, sombras y volúmenes.
	Notas	El texto está escrito en rima, hace referencia al castigo de la poligamia y lo firma T. Iriarte.

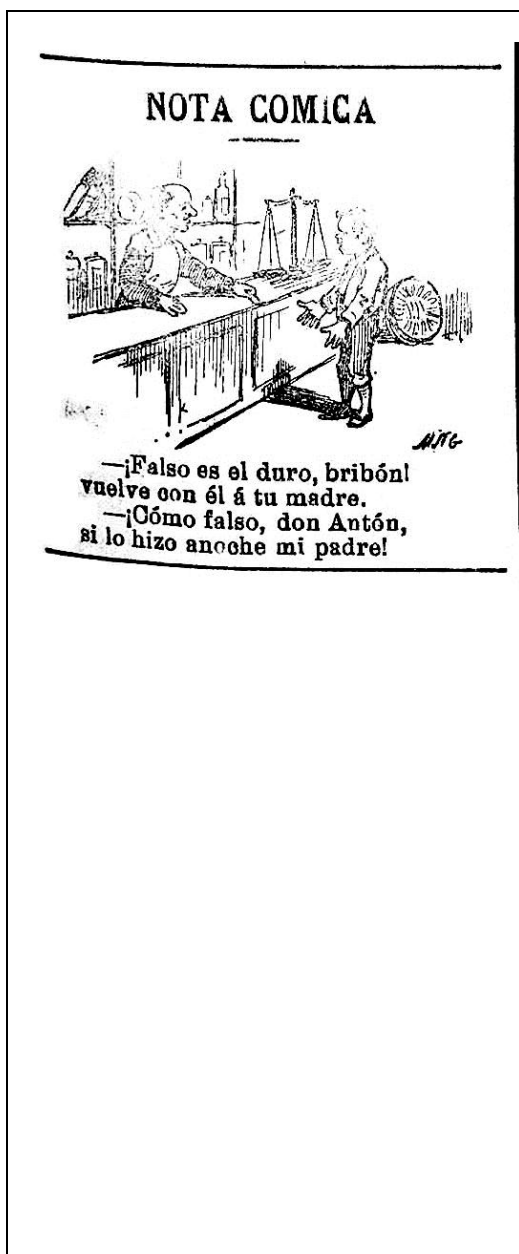
<p style="text-align: center;">NOTA COMICA</p>  <p>Sacando á Pedro á ahorcar, dije que animoso fuera, y él respondió:—«Yo lo hiciera, si me fuera yo á matar: pero en tan bajo sufrir, de que á mí jamás me plugo, ponga el ánimo el verdugo; basta poner yo el morir.</p> <p style="text-align: right;"><i>M. Moreno</i></p>	Nº de identificación	LR 19000126-2.
	Título	Nota Cómica 17.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	26/01/1900 Página 2, 5ª columna.
	Autor	M.N.G.
	Medidas	6,4 x 8,5 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa una escena de un ahorcamiento público con un hombre vestido con ropa oscura, con cuerda alrededor del cuello y verdugo vestido de claro sobre el cadalso. En segundo plano se esboza muchedumbre y edificio. El conjunto está realizado en perspectiva cónica, estilo realista, con sombreados, luces, sombras y volúmenes.
	Notas	El texto está escrito en verso y lo firma M. Moreno.

NOTA COMICA





De un robo considerable
se quejaba un andaluz,
y el juez dijo:—No me es dable
tropezar con el culpable,
si no me da alguna luz.
Mas él, con risa inocente
exclamó:—¡cosa sencilla!
¿Con una luz solamente?...—
le daré muy prontamente...—
Y le alargó una cerilla,

Nº de identificación	LR 19000202-1.
Título	Nota Cómica 18.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	02/02/1900 Página 3, 1ª columna.
Autor	M.N.G.
Medidas	6,5 x 9,4 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa escena de interior de despacho con dos figuras masculinas. El hombre de la derecha está vestido con traje regional: chaqueta, pantalones y sombrero regional andaluz, en su brazo derecho lleva una cerilla con luz. A la izquierda, sentado sobre silla la segunda figura masculina. Viste traje, lleva barba y tiene el brazo izquierdo extendido sobre el escritorio. Sobre el escritorio un crucifijo. En segundo plano se distingue un cuadro con una balanza y una silla cortada a la mitad en el margen derecho. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo realista, con sombreados, luces, sombras y volúmenes.
Notas	El texto es un diálogo un hombre y un juez. No está firmado. Está escrito en verso y es un texto humorístico.



Nº de identificación	LR 19000209-1.
Título	Nota Cómica 19.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	09/02/1900 Página 3, 1ª columna.
Autor	M.N.G.
Medidas	6,5 x 6,7 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa escena de interior de comercio de alimentación. A la derecha una figura masculina que representa un niño con cabeza y extremidades desproporcionadas. Tiene el cabello corto, pantalones a rayas cortos y camisa clara. Dividiendo la imagen en diagonal, un mesón con una balanza de pesos y un hombre mayor al otro lado con mandil y camisa oscura. En segundo plano se distinguen una estantería con botellas, frascos y recipientes. El conjunto está realizado en perspectiva cónica, estilo caricaturesco, con sombreados, luces, sombras y volúmenes.
Notas	El texto es un diálogo entre el dueño del comercio y un niño que lleva dinero falso. La firma del autor del grabado figura en el margen derecho.

<p style="text-align: center;">NOTA COMICA</p>  <p> <i>¿Pero que jase osté, cristiano? ¿No sabe que yo también soy del ofi rio?</i> <i>—Dispense osté camará, que con esta neblina no sabe uno lo que se jase y yo le había tomao á osté por una caballería mayor.—Fogoso.</i> </p>	Nº de identificación	LR 19000213-1.
	Título	Nota Cómica 20.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	13/02/1900 Página 3, 1ª columna.
	Autor	M.N.G.
	Medidas	6,5 x 7,5 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa escena exterior. Al centro del grabado dos hombres, el de la derecha porta sombrero, látigo, faja, chaqueta con parches, pañuelo al cuello y pantalones a rayas. Está representado de espaldas al espectador. El segundo está representado de frente, con sombrero oscuro volando hacia atrás, lo que remarca la actitud de impresión, lleva chaqueta clara, faja y pantalones claros. En segundo plano se distinguen caballos. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo realista, con sombreados, luces, sombras y volúmenes.
	Notas	El texto es un diálogo entre dos hombres. La firma del autor del grabado figura en el margen izquierdo y firma el texto: Fogoso.

<p style="text-align: center;">NOTA CÓMICA</p>  <p>—Muñacho, ¿has visto pasar por aquí una perra de caz??</p> <p>—Como no sea una que ha robao mi padre y que llevaba atada con un cordelico...</p> <p style="text-align: right;"><i>Fogoso.</i></p>	Nº de identificación	LR 19000214-1.
	Título	Nota Cómica 21.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	14/02/1900 Página 3, 1ª columna.
	Autor	M.N.G.
	Medidas	6,5 x 7,3 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa escena exterior de cacería. La compone a la derecha una figura masculina de hombre mayor con barba y traje de cazados, botas oscuras, bolso cruzado y cinturón de tiros con escopeta en mano izquierda y sombrero de cazador estilo panamá. Está representado de frente. A la izquierda un niño vestido con traje regional pantalón corto oscuro, camisa blanca, chaleco sin mangas de rayas y pañuelo en el cabeza con alpargatas. Según la desinencia del texto sería aragonés. Está representado de espalda. El conjunto está realizado en perspectiva cónica, estilo realista, con sombreados, luces, sombras y volúmenes.
	Notas	El texto es un diálogo entre un niño y un cazador. La firma del autor del grabado figura en el margen derecho y firma el texto Fogoso.

NOTA COMICA

LOS POSADEROS HONRADOS

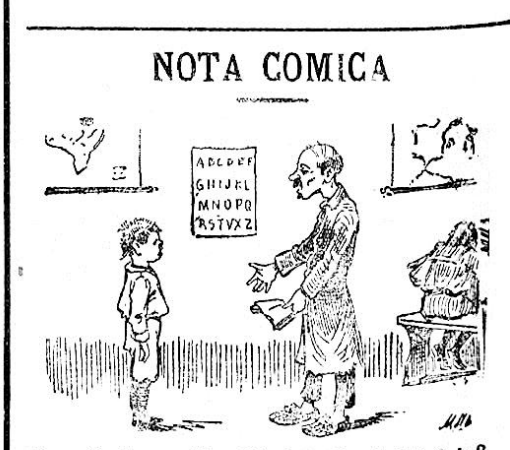
—Oye, Cañuta, ¿has mermaa el pienso de las caballerías?

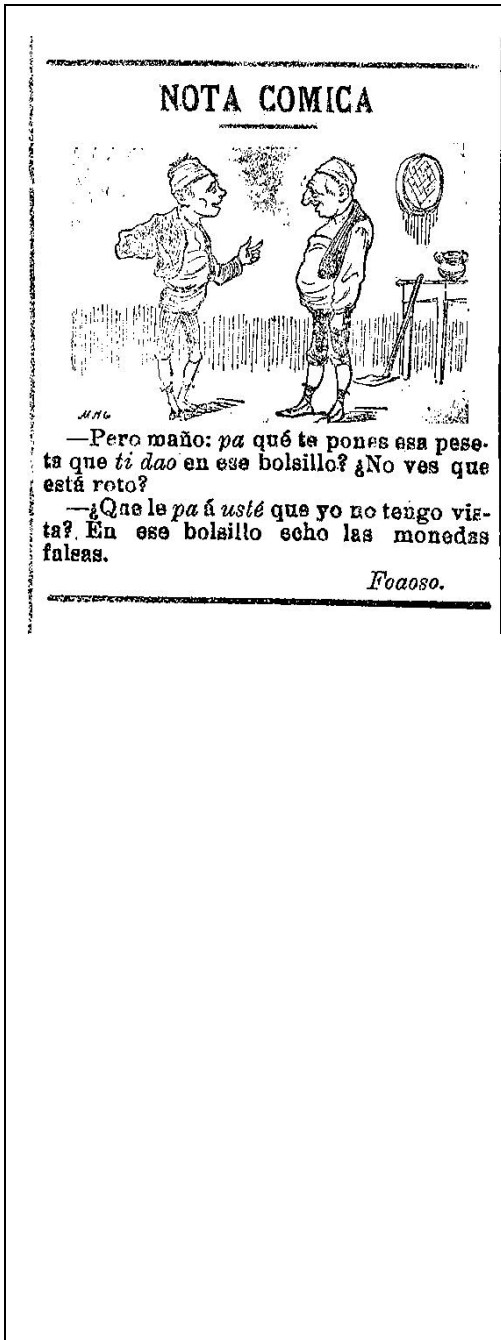
—Sí. ¿Y tú has aguaao bien el vino?

—¡Vaya! Y la he dicho al chico que esconda los dineros que se dejó olvidass aquel traginante.


—Pus entonoes ya podemos ir á misa tranquilos.— *Fogoso.*

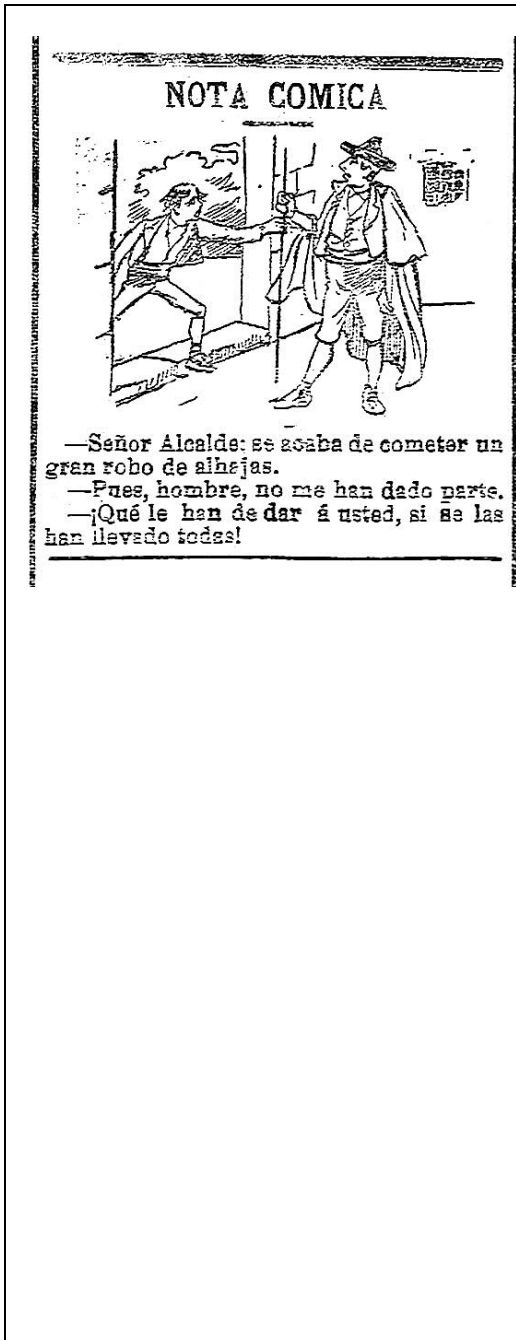
Nº de identificación	LR 19000217-1.
Título	Nota Cómica 22.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	17/02/1900 Página 3, 4ª columna.
Autor	M.N.G.
Medidas	6,3 x 9 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa escena interior. A la derecha se encuentra una mujer con tocado blanco y listón en la cabeza, mandil con motivos ornamentales de líneas oscuras como el tocado y vestido oscuro. A la izquierda se ha representado a un hombre calvo, con bigotes y que viste capa. De fondo se distingue un cuadro, una silla castellana, un baúl, barrica en el suelo y una ventana con barrotes. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo realista, con sombreados, luces, sombras y volúmenes.
Notas	El texto es un diálogo entre un hombre y una mujer y trata del cinismo religioso. La firma del autor del grabado figura en el margen derecho, el texto está firmado por Fogoso.

<p style="text-align: center;">NOTA COMICA</p>  <p>—¿Qué me dice V. del día del juicio? —Que es hoy, á las once. —¿Está V. loco? —No, señor. Yo lo sé porque mi papá ha recibido un volante del juez citándole al juicio á esa hora.</p> <p style="text-align: right;"><i>Fogoso</i></p>	Nº de identificación	LR 19000222-1.
	Título	Nota Cómica 23.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	22/02/1900 Página 2, 5ª columna.
	Autor	M.N.G.
	Medidas	6,5 x 8 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa escena de interior de escuela con maestro y niño. El maestro está a la derecha, viste camisa, mandil y pantalones, es calvo y lleva bigote. En la mano izquierda porta un libro. El niño viste pantalones cortos y camisa, están representados ambos de perfil. En segundo plano se distinguen láminas, dos de ellas son mapas y al centro un abecedario. También hay un banco con un niño sentado. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo caricaturesco, con sombreados, luces, sombras y volúmenes.
	Notas	El texto es un diálogo entre el maestro y el niño y trata sobre malos entendidos lingüísticos. La firma del autor del grabado figura en el margen derecho, el texto está firmado por Fogoso.




Nº de identificación	LR 19000331-1.
Título	Nota Cómica 24.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	29/03/1900 Página 3, 2ª columna.
Autor	M.N.G.
Medidas	6,8 x 7,5 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa escena de interior con dos figuras masculinas: la primera a la derecha es mayor, lleva bonete, chaleco corto sin mangas, pantalones cortos oscuros, camisa con faja y alpargatas. La segunda lleva bonete, chaqueta corta, pantalón corto oscuro, faja y viste alpargatas. Ambas están vestidas con traje campesino aragonés. En segundo plano se distingue una pala apoyada sobre una mesa con cuenco y sobre la pared un objeto circular con rejilla y flecos. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo caricaturesco, con sombreados, luces, sombras y volúmenes.
Notas	El texto es un diálogo con giros aragoneses entre dos sujetos, uno intenta estafar al otro dándole una moneda falsa. La firma figura en el margen derecho y el texto está firmado por Fogoso aunque con errata "Foaoso".

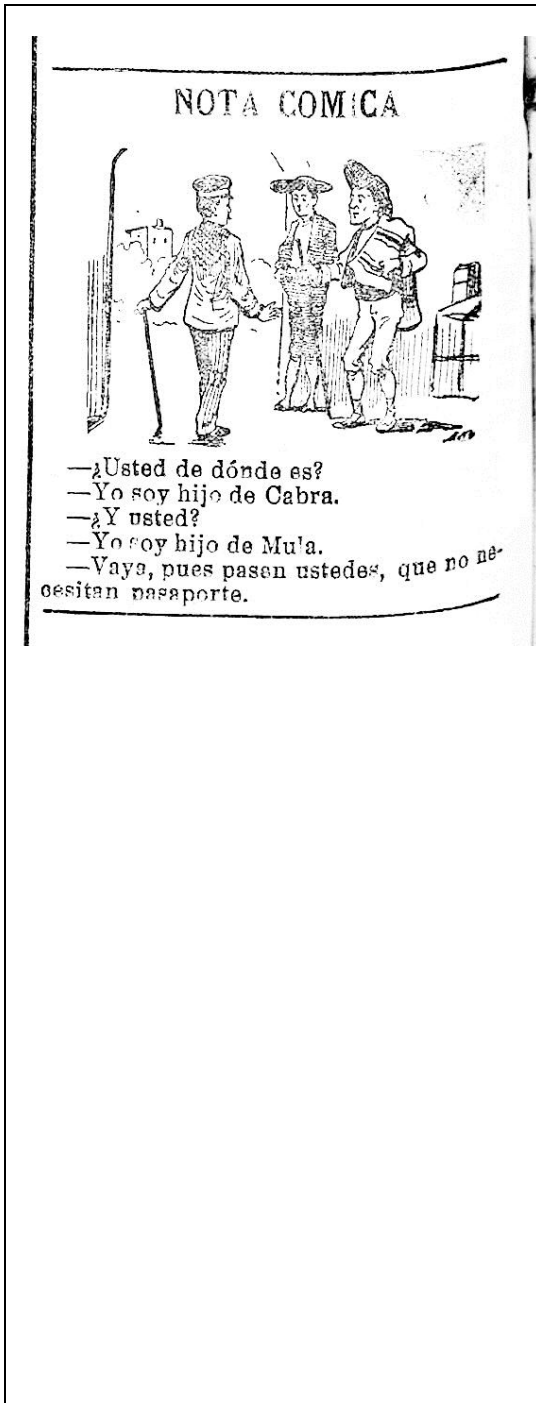
 <p style="text-align: center;">NOTA COMICA</p> <p>—Sí, señó; sí, pare, lo robé. Yo, pecador de mí, robé aquer borriquito, y, pensando en él, me ajoja la pena...</p> <p>—Vamos, hombre, consuélate.</p> <p>—¿Y cómo quisté que me aconsuele, si me lo han robao á mí también?</p>	Nº de identificación	LR 19000708-1.
	Título	Nota Cómica 25.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	08/07/1900 Página 2, 5ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,5 x 7,8 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa escena de interior de una iglesia. En primer plano a la derecha figura un confesionario con sacerdote de medio cuerpo asomando. Junto a él a la izquierda un hombre de rodillas, mayor, calvo con barba, con chaqueta corta y codera, pantalón largo y zapatos. El suelo tiene dibujos de grandes lozas. En segundo plano se distingue la de la iglesia con sus capillas enrejadas y dos figuras femeninas, una de pie y la segunda reclinada. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo caricaturesco, con sombreados, luces y volúmenes.	
Notas	El texto es un diálogo entre el sacerdote y el hombre que confiesa el robo de un animal que a su vez se lo han robado a él. Tiene inflexiones que intentan transmitir un nivel de habla popular. El texto es anónimo.	




Nº de identificación	LR 19000723-2.
Título	Nota Cómica 26.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	23/07/1900 Página 2, 5ª columna.
Autor	Anónimo.
Medidas	7 x 7,2 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa escena de interior. En primer plano figuran dos figuras masculinas. El de la derecha viste traje regional, con sombrero, pantalones cortos, alpargatas y capa. Sostiene en la mano derecha una vara que el personaje de la izquierda coge con su mano izquierda. El personaje de la izquierda está representado entrando al recinto y viste chaqueta, pantalones cortos, alpargatas y faja. Se ha dibujado de menor tamaño que el personaje de la derecha que es el alcalde. En segundo plano se distinguen muro, puerta y ventana y tras el dintel vegetación esbozada. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo caricaturesco, con sombreados, luces y volúmenes.
Notas	El texto es un diálogo entre el personaje que avisa de un robo y el alcalde, y hace énfasis en mal entendido del sentido del diálogo. El texto es anónimo.

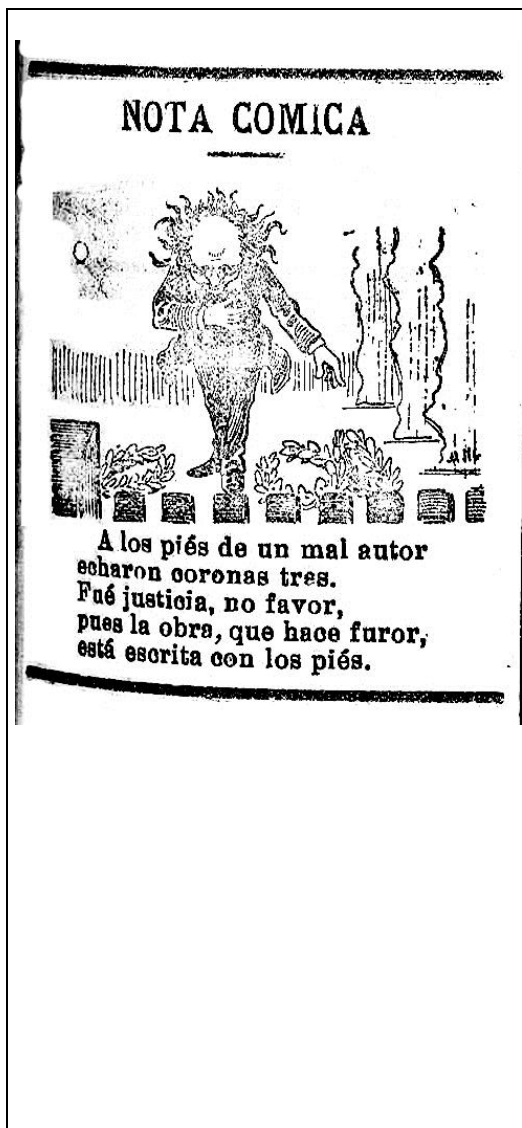
8.5.17.6. Temática inocente

<p style="text-align: center;">NOTA CÓMICA</p>  <p>—¿Conque ciego? —Sí, señor. Ciego del todo, —¿Y es V. soltero? —Sí, señor. Soltero, también del todo. —¡Caramba! Es lástima. Es tan dulce tener cuando una muere una mujer que le cierre los ojos...</p>	Nº de identificación	LR 19000127-1.
	Título	Nota Cómica 27.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	27/01/1900 Página 2, 5ª columna.
	Autor	M.N.G.
	Medidas	6,7 x 8,1 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
	Descripción	Grabado tipográfico de una escena de interior de despacho, con dos hombres: el de la izquierda porta un sombrero en la mano, americana clara, pantalones oscuros y bigote. El de derecha es de mayor edad, lleva traje, monóculos americana clara, pantalones oscuros y se identifica como doctor. En segundo plano figuran cortinajes, silla, escritorio y cuadro. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo realista, con sombreados, luces, sombras y volúmenes. El segundo plano está esbozado.
	Notas	El texto es un diálogo anónimo sin firma. La firma del grabado está en el margen inferior izquierdo.

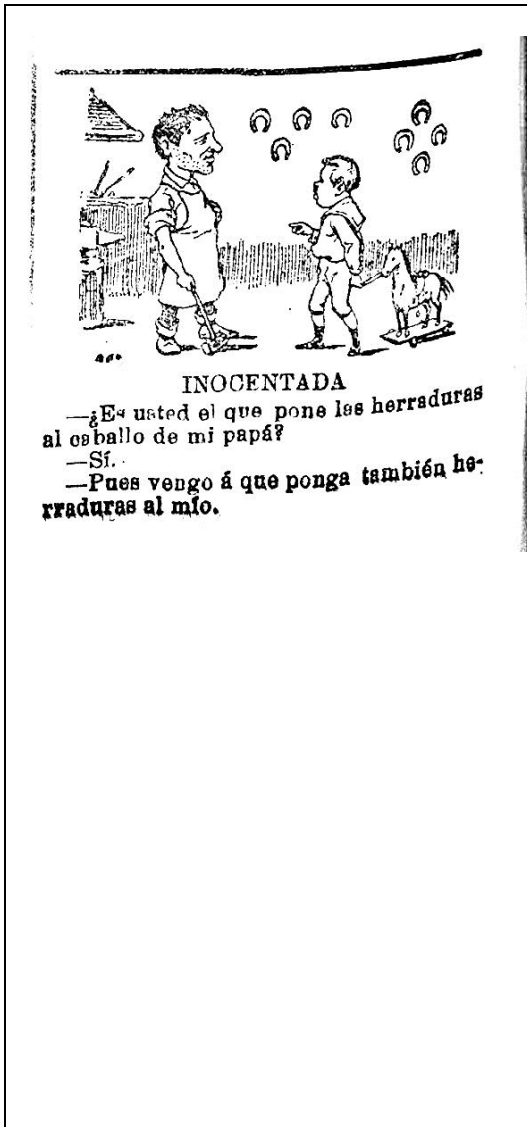


Nº de identificación	LR 19000216-1.
Título	Nota Cómica 28.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	16/02/1900 Página 2, 5ª columna.
Autor	M.N.G.
Medidas	6,4 x 7,4 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa escena interior con tres hombres. Dos se ubican a la derecha y uno a la izquierda de espaldas y con uniforme. El primero está ubicado a la derecha, lleva sombrero andaluz, manta en hombro izquierdo, pantalones cortos claros, chaleco sin mangas oscuro, camisa y alpargatas. El de la izquierda lleva sombrero ancho, pantalones cortos, sombreros y objeto entre sus manos. El hombre de uniforme lleva un bastón, está de espaldas y viste traje de pantalón y chaqueta con gorra. Según el texto podría tratarse de un agente de aduanas. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo realista, con sombreados, luces, sombras y volúmenes.
Notas	El texto es un diálogo entre los tres hombres y hace referencias a los apodos con que se conocen a los habitantes de los pueblos. La firma del autor del grabado figura en el margen derecho, el texto es anónimo.


<p style="text-align: center;">NOTA COMICA</p>  <p>—No sé qué demontre tengo en ese pié, que me hace ver las estrellas. —Hombre, las estrellas... Pues tendrá un telescopio.</p>	Nº de identificación	LR 19000225-1.
	Título	Nota Cómica 29.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	25/02/1900 Página 3, 1ª columna.
	Autor	M.N.G.
	Medidas	6,5 x 6,7 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa escena de exterior de dos hombres paseando al aire libre. El de la izquierda lleva sombrero tipo hongo, traje con pajarita y chaleco sin mangas, y paraguas en brazo izquierdo. El de la derecha lleva sombrero de ala, traje con pajarita oscura y chaleco sin mangas. En segundo plano se esbozan plantas y parterres. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo caricaturesco, con sombreados, luces y volúmenes.
	Notas	El texto es un diálogo entre dos hombres que pasean y trata de juegos de palabras. La firma del autor del grabado figura en el margen izquierdo, el texto es anónimo.




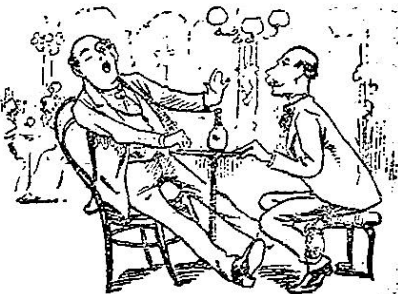
Nº de identificación	LR 19000301-1.
Título	Nota Cómica 30.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	01/03/1900 Página 3, 1ª columna.
Autor	M.N.G.
Medidas	6 x 7,5 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa escena de interior de un teatro, con figura masculina al centro —el director— calvo, con los cabellos desordenados, inclinándose para saludar al público. Viste traje oscuro y zapatos y a su alrededor tres coronas de laurel. En segundo plano se distinguen cortinas y cierre de escenario de teatro y al frente focos y caja de dirección. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo caricaturesco, con sombreados, luces, sombras y volúmenes.
Notas	El texto es un verso y trata del mal trabajo del autor. La firma del autor del grabado figura en el margen izquierdo, el texto es anónimo.





Nº de identificación	LR 19000528-2.
Título	Nota Cómica 31.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	28/05/1900 Página 2, 5ª columna.
Autor	MNG.
Medidas	6,4 x 6,6 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa escena de interior que a pie de caja tiene escrito en letras mayúsculas la palabra INOCENTADA. Se compone de una figura masculina infantil a la derecha, vestida con pantalón corto y traje de marinero, arrastra con la mano izquierda un caballo de juguete y a la derecha un herrero con delantal y martillo. En segundo plano se distinguen sobre la pared herraduras, yunque y mobiliario de trabajo. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo caricaturesco, con sombreados, luces, sombras y volúmenes.
Notas	El texto es un diálogo entre el niño y el herrero. No figura firma de autor de texto.

<p style="text-align: center;">NOTA COMICA</p>  <p>—¿Me hace usted el favor de una cajetilla de á cuarenta y cinco? —Tome usted. —Muchas gracias. —¿Y el dinero? —Hombre, pues entonces, vaya un modo de hacer favores.</p>	Nº de identificación	LR 19000601-1.
	Título	Nota Cómica 32.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	01/06/1900 Página 2, 5ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,5 x 8 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa escena de interior de comercio con personaje masculino con una mano sobre el mostrador, viste traje oscuro y sombrero, lleva bigotes y perilla. A la derecha figura femenina tras el mostrador, la dependienta, representada de medio cuerpo con mano derecha sobre mostrador. El mostrador lleva inscrito EXPENDEURIA Nº 43 y sobre él hay un objeto que contiene tabaco. En segundo plano se distinguen alacena con productos y una caja junto al margen izquierdo. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo caricaturesco, con sombreados, luces, sombras y volúmenes.
	Notas	El texto es un juego de palabras que apela al favor y la gratuidad del producto solicitado. No hay firma de autor de texto.


<p style="text-align: center;">NOTA COMICA</p>  <p style="text-align: center;">Después que en el tocador pasó la mañana Pura, —¿Tengo—dijo—buen color?— Y respondí con humor: —Yo no entiendo de pintura.</p>	Nº de identificación	LR 19000612-2.
	Título	Nota Cómica 33.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	12/06/1900 Página 2, 5ª columna.
	Autor	MNG.
	Medidas	6,4 x 7,4 cm. aprox
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa una escena de interior doméstico compuesta de dos personajes uno femenino y otro masculino. El personaje masculino se encuentra ubicado en la mitad derecha del anuncio, está vestido con abrigo, pantalones oscuros. El personaje femenino se ubica a la izquierda, lleva el cabello recogido, vestido con volantes en cuello y puño y tiene remarcado el volumen del pecho. En segundo plano se distinguen dos sillas, un cuadro y cortinas en el margen izquierdo. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo caricaturesco, con sombreados, luces, sombras y volúmenes.	
Notas	El texto es un juego de palabras rimado que hace referencia a los cuidados femeninos y la ignorancia masculina en estos temas. No hay firma de autor.	

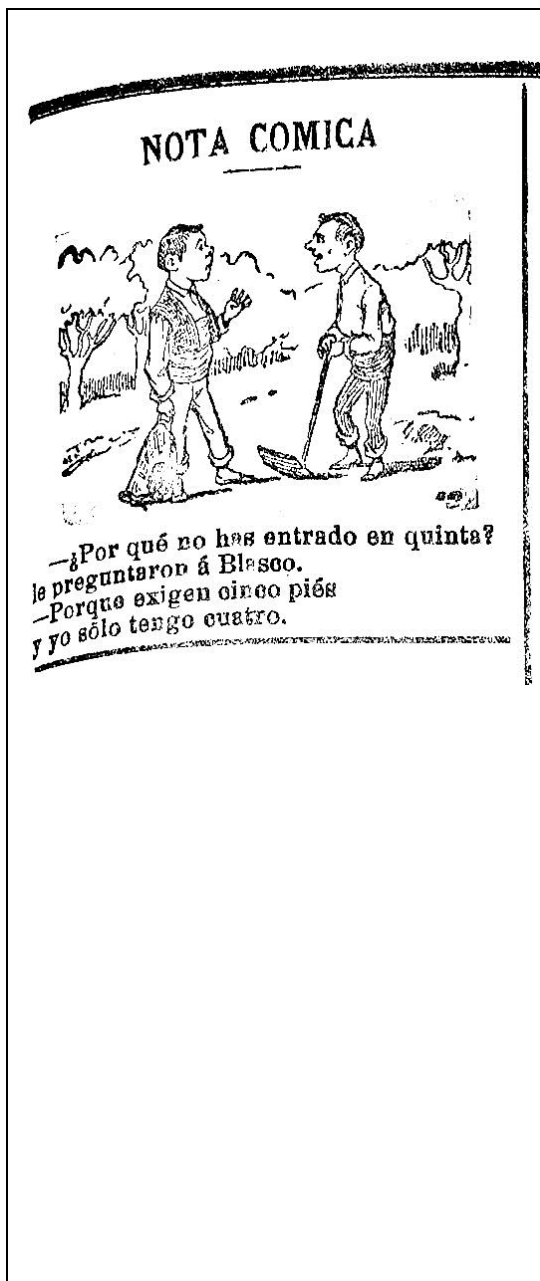
<p style="text-align: center;">NOTA COMICA</p>  <p>A la China y á la Persia, Luis, por Dios, no me las mientes; me dejó una china, tonto, y una persiana sin dientes.</p>	Nº de identificación	LR 19000707-1.
	Título	Nota Cómica 34.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	07/07/1900 Página 3, 5ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,5 x 7,3 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa una escena de exterior de café, con dos hombres sentados sobre silla y taburete. Sobre la mesa una botella redonda. El hombre de la izquierda está estirado sobre una silla, viste traje y chaqueta. El de la derecha es calvo con bigotes, está sentado sobre un taburete y viste traje y chaqueta. En segundo plano hay mesas, lámparas y vegetación. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo realista, con sombreados, luces y volúmenes.	
Notas	Tanto la viñeta como el texto son anónimos.	

<p style="text-align: center;">NOTA COMICA</p>  <p>—Yo no convido. —Ni yo. —Bueno, ¿qui el uno ni el otro? ¿Entonces pagaremos á escote? —Hombre, á Escote no le conozco. Y para pagarle á él, mejor te pagaría á tí.</p>	Nº de identificación	LR 19000725-1.
	Título	Nota Cómica 35.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	25/07/1900 Página 2, 5ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	7 x 7,5 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa una escena de exterior de calle, con dos hombres de pie en primer plano. El hombre de la izquierda viste traje y chaqueta de levita con sombrero y bigote al estilo imperio. El de la derecha lleva sombrero tipo hongo, viste traje y chaqueta con bastón en su mano derecha. En segundo plano y abocetados gente en la calle. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo realista, con sombreados, luces y volúmenes.	
Notas	Tanto la viñeta como el texto son anónimos. El texto hace referencia a un juego de palabras introducido en el diálogo entre ambos sobre el pago de consumiciones.	

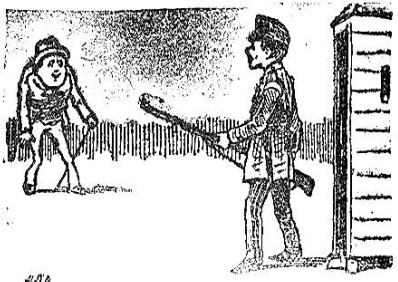
<p style="text-align: center;">NOTA COMICA</p>  <p>—Verdad, caballero, que no fué usted quien inventó la pólvora? —No, señor, no. ¿Pero verdad que sí fué usted el que usó la manteca?</p>	Nº de identificación	LR 19000713-1.
	Título	Nota Cómica 36.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	13/07/1900 Página 2, 5ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,5 x 7 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa una escena de exterior en la calle, con dos hombres de pie en primer plano. El hombre de la izquierda viste traje y chaqueta con sombrero y corbatín. En la mano izquierda lleva un bastón. El de la derecha lleva sombrero tipo hongo, viste traje y chaqueta y tiene pronunciada barriga. Ambos hombre están junto a un muro y en segundo plano abocetado se distingue un carruaje con caballo y cochero, una figura portando un gran bulto con los brazos elevados, edificios y gentío. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo realista, con sombreados, luces y volúmenes.
Notas	Tanto la viñeta como el texto son anónimos. El diálogo son preguntas que aluden a la obesidad de una de las figuras representadas.	

8.5.17.7. Temática militar


<p style="text-align: center;">NOTA COMICA</p>  <p>—¿Que nosotros nos parecemos? —Sí, hija mía. <i>Planchaoras y militares</i> <i>siempre tenemos el hierro en la mano.</i></p>	Nº de identificación	LR 19000203-1.
	Título	Nota Cómica 37.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	03/02/1900 Página 3, 4ª columna.
	Autor	M.N.G.
	Medidas	6,5 x 6,8 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa escena de interior de cocina con dos figuras: una mujer y un militar. La mujer está representada con delantal, plancha en la mano derecha de hierro, junto a una mesa de planchar a la izquierda y el militar con uniforme y gorra a la izquierda. De fondo se distingue una estufa y una percha con ropa colgando en forma de barra. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo realista, con sombreados, luces, sombras y volúmenes.
	Notas	El texto es un diálogo entre un padre y su hija. No está firmado. La firma del autor del grabado figura en el margen izquierdo.




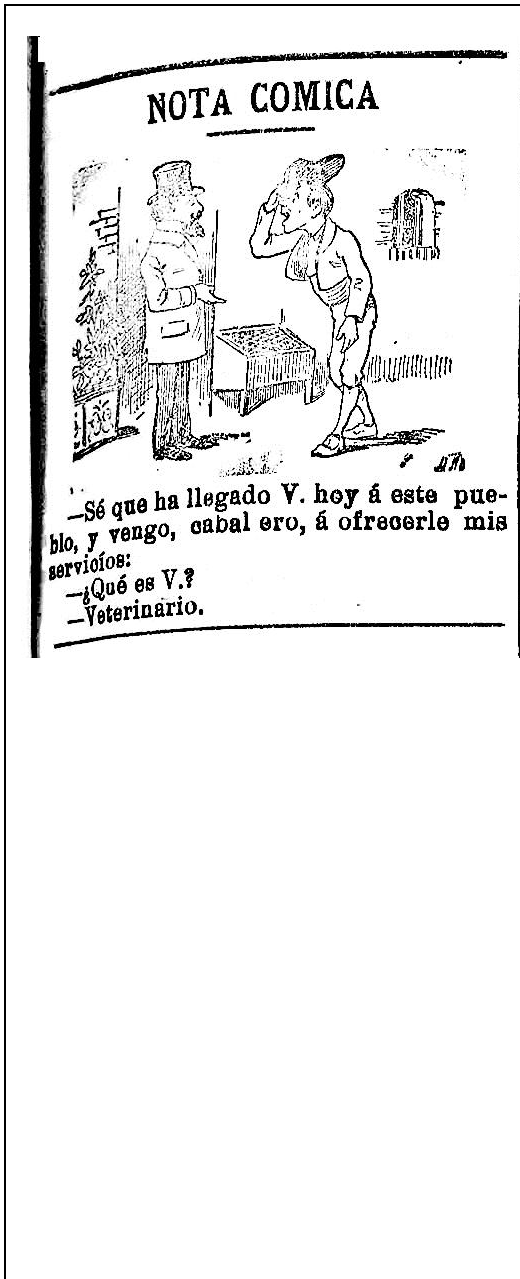
Nº de identificación	LR 19000517-1.
Título	Nota Cómica 38.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	17/05/1900 Página 3, 1ª columna.
Autor	M.N.G.
Medidas	6,5 x 7 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa escena de exterior en medio de un bosque con dos personajes masculinos. El de la derecha viste camisa y pantalones a rayas, sostiene una pala en la mano. El de la izquierda es un hombre vestido con pantalón y chaleco oscuro, lleva un objeto con asa en la mano derecha que no se logra identificar dado el estado del papel, la mano derecha señala cuatro dedos. Ambos están representados en tres cuartos de perfil. En segundo plano se representaron árboles generando la maza de un bosque. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo caricaturesco, con sombreados, luces, sombras y volúmenes.
Notas	El texto es un diálogo entre dos campesinos. La firma figura en el margen derecho. No hay firma de autor de texto.

<p style="text-align: center;">NOTA COMICA</p>  <p>—¡Alto, alto!—con empeño un centinela gritó á un jorobado riojeño, que, por fin, le contestó: —No soy alto, soy pequeño.</p>	Nº de identificación	LR 19000605-1.
	Título	Nota Cómica 39.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	05/06/1900 Página 2, 5ª columna.
	Autor	MNG.
	Medidas	6,6 x 7,2 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa escena de exterior compuesto de dos personajes masculinos. A la derecha y en primer plano figura un guardia con trabuco en sus manos, vestido de uniforme militar y gorra. Está representado de tres cuartos de perfil. En el margen derecho hay una garita con líneas horizontales que simula tablonés de madera. En segundo plano un hombre encorvado, con bastón en mano izquierda, lleva sombrero. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo caricaturesco, con sombreados, luces y volúmenes.
	Notas	El texto es un juego de palabras rimado que hace referencia a la condición de jorobado del segundo personaje. No hay firma de autor de texto.


8.5.17.8. Temática laboral


<p style="text-align: center;">NOTA COMICA</p>  <p>—Imposible, mi amo no puede visitar á su señor hasta mañana. Tiene esta noche que asistir á varios olientes y ha de efectuar una operación.</p> <p>—Pero si mi amo no desea verle como médico, sino para jugar con él al ajedrez...</p> <p>—¡Ah! Pues entonces dígame V. que irá inmediatamente.</p>	Nº de identificación	LR 19000206-2.
	Título	Nota Cómica 40.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	06/02/1900 Página 3, 1ª columna.
	Autor	M.N.G.
	Medidas	6,7 x 8 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa escena de interior de recibir con personajes masculinos vestidos de uniforme de servicio doméstico al centro. El primero está situado la derecha con gorra en la mano derecha, pantalones a rayas, chaqueta de botones dobles clara, representado en tres cuartos de perfil. El segundo está de lado, viste pantalones a rayas y chaqueta clara. En segundo plano se distinguen un sofá y dos cuadros. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo realista, con sombreados, luces, sombras y volúmenes.	
Notas	El texto es un diálogo dos empleados domésticos. La firma del autor del grabado figura en el margen izquierdo.	

<p style="text-align: center;">NOTA COMICA</p>  <p> Quando de diotarma toma la tarea, Blas, pregunto: —¿Qué pongo?—Y él dice:—Punto. Jamás me dice que coma. La risa en mi labio asoma, y él, entónces, enfadado, me dice:—¡Desvergonzado! ¡Yo pondré á tu lengua freno!— Y yo le digo:—Eso es bueno; así probaré bocado. </p>	Nº de identificación	LR 19000223-1.
	Título	Nota Cómica 41.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	23/02/1900 Página 3, 1ª columna.
	Autor	M.N.G.
	Medidas	6,1 x 9 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa escena de interior de oficina. A la izquierda figura un escritorio con lámpara de gas y pantalla de vidrio, al centro una figura masculina de un hombre con bigote estilo imperio, calvo, con chaqué y pantalones a rayas. A la izquierda un escribano sentado en un taburete tomando notas sobre un libro de gran tamaño sobre una mesa. El escribano lleva traje, chaqueta y tiene las piernas flexionadas en el taburete. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo caricaturesco, con sombreados, luces, sombras y volúmenes.
	Notas	El texto es un diálogo entre el jefe del escribano y el escribano y trata de la burla del escribano al jefe. La firma del autor del grabado figura en el margen derecho, el texto es anónimo.




Nº de identificación	LR 19000310-2.
Título	Nota Cómica 42.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	10/03/1900 Página 3, 1ª columna.
Autor	M.N.G.
Medidas	6 x 7,4 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico de una escena de exterior que representa a dos figuras masculinas presentándose. El de la izquierda lleva traje típico andaluz de sombrero que se levanta con la mano derecha, chaquetilla corta, camisa, faja y pantalones a media pierna. El de la izquierda viste sombrero de copa alta, barba y perilla, chaqueta y pantalones oscuros. En segundo plano se distingue un cajón de cuatro patas altas con contenido que no se puede identificar, un muro con macetas y plantas, un dintel de una puerta y una ventana de arco de medio punto. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo caricaturesco, con sombreados, luces, sombras y volúmenes.
Notas	El texto trata de la presentación entre ambos personajes. La firma figura en el margen derecho y el texto es anónimo.


<p style="text-align: center;">NOTA COMICA</p>  <p>Viendo sembrar á José pregunté: —¿Qué es lo que se ocha? —¡Cuernos!—dijo.—Y me alejé diciendo:—Me alegraré que tenga buena cosecha.</p>	Nº de identificación	LR 19000329-1.
	Título	Nota Cómica 43.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	29/03/1900 Página 3, 2ª columna.
	Autor	M.N.G.
	Medidas	6,8 x 7,5 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa escena de exterior en medio de sembradío, en la que figuran dos figuras masculinas: la primera a la derecha sostiene un pico en la mano y está trabajando un surco de sembrado, lleva pantalón corto, faja y camisa, es calvo. El segundo personaje a la izquierda viste traje con sombrero hongo, chaqueta, pantalones largos a rayas, bigotes y zapatos. Tiene la mano derecha en un bolsillo y con la izquierda saluda al campesino. En segundo plano se distinguen maleza, tierra de cultivo, montes bajos y en el margen derecho una casa con árbol. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo caricaturesco, con sombreados, luces, sombras y volúmenes.
	Notas	El texto es un diálogo entre un campesino y un hombre de ciudad. La firma figura en el margen derecho y el texto es anónimo.

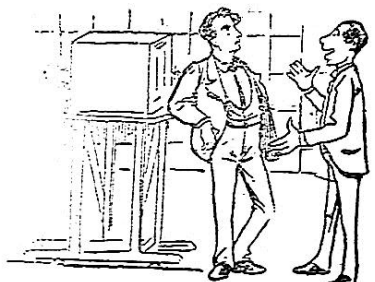
<p style="text-align: center;">NOTA CÒMICA</p>  <p>—Señora, aunque me d-be desde que la sirvo, todo el mundo dice que usted me da muchas propinas, y eso no me gusta. —No hagas caso, tonta, no lo creas.</p>	Nº de identificación	LR 19000530-1.
	Título	Nota Cómica 44.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	30/05/1900 Página 3, 5ª columna.
	Autor	MNG.
	Medidas	6,5 x 6,9 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa escena de interior doméstico con dos personajes femeninos. La de la izquierda es una sirvienta que viste blusa blanca, mantón, falda oscura y mandil blanco, tiene la mano derecha levantada. La de la derecha viste traje con volantes en cuello, pelo recogido y es la dueña de la casa. De fondo se distinguen dos sillas, dos cuadros y al margen derecho cortinas. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo caricaturesco, con sombreados, luces y volúmenes.
	Notas	El texto es un diálogo entre una sirvienta reclamando su paga y la dueña de la casa. No figura firma de autor del texto.




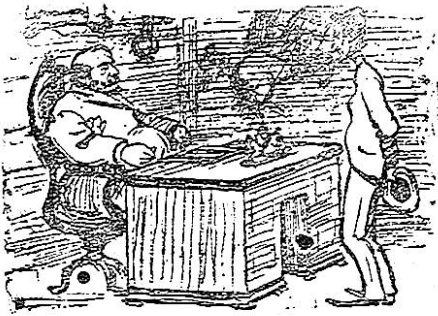
Nº de identificación	LR 19000702-1.
Título	Nota Cómica 45.
Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
Fecha de primera publicación	02/07/1900 Página 2, 4ª columna.
Autor	M.N.G.
Medidas	7 x 7,1 cm. aprox.
Técnica	Grabado tipográfico.
Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa escena de exterior marina compuesta de dos personajes masculinos. En primer plano hay un hombre vestido de traje regional, con faja, chaquetilla corta, pantalones cortos, alpargatas y sombrero de ala plana estilo andaluz. El segundo viste traje, con chaqueta, pajarita, pantalones oscuros, sombrero tipo hongo, bigotes estilo imperio y en su mano derecha sostiene un bastón apoyado en el suelo. En segundo plano se distingue el mar con tres barcos y vela en línea de horizonte. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo caricaturesco, con sombreados, luces y volúmenes.
Notas	El texto es un diálogo entre el hombre de profesión tabernero y el de ciudad, y hace referencia a la ignorancia del tabernero. El texto es anónimo.

<p style="text-align: center;">NOTA COMICA</p>  <p>—El día que yo me la corte va á ser <i>más</i> sonao..... —Hombre, yo creo que son más sonados los días que te presentas en la plaza. —¿Pues y eso? —Porque se oyen los pitos hasta en el sol.</p>	Nº de identificación	LR 19000711-1.
	Título	Nota Cómica 46.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	11/07/1900 Página 2, 5ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,8 x 8,1 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa una escena de interior de un bar. En primer plano hay dos figuras masculinas, sentadas en sillas y mesa redonda. El de la derecha viste traje, con chaqueta, pañuelo, es calvo y lleva bigotes estilo imperio. Por su indumentaria se trata de un personaje de estrato económico alto. El segundo personaje es un torero vestido con traje y sombrero estilo andaluz. En segundo plano se han abocetado mesas y clientes. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo caricaturesco, con sombreados, luces y volúmenes.
	Notas	El texto es un diálogo entre ambos hombres que trata sobre lo mal torero que es uno de ellos. Reproduce inflexiones lingüísticas regionales. El texto es anónimo.


<p style="text-align: center;">NOTA COMICA</p>  <p>—Bueno; pero tú estarías toda la tarde fresco y ceñido. —Ceñido, no; pero fresco, sí; porque lo primero que hizo al segundo al salir al redondei, fué desnudarme mismamente.</p>	Nº de identificación	LR 19000712-1.
	Título	Nota Cómica 47.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	12/07/1900 Página 2, 5ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,7 x 7,3 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa escena de exterior. En primer plano figuran dos figuras masculinas. El de la derecha viste traje regional, con chaquetilla corta, pantalones largos y sombrero de ala. Ambas manos las apoya en la solapa de la chaquetilla. El segundo personaje ubicado a la izquierda es un hombre mayor, que lleva sombrero de media copa oscuro, viste pantalones oscuros y abrigo claro. En su mano derecha lleva bastón en alto. De fondo se distinguen figuras masculinas y femeninas esbozadas. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo caricaturesco, con sombreados, luces, sombras y volúmenes.
	Notas	El texto es un diálogo entre ambos hombres y tiene relación con el mundo taurino. El texto es anónimo.

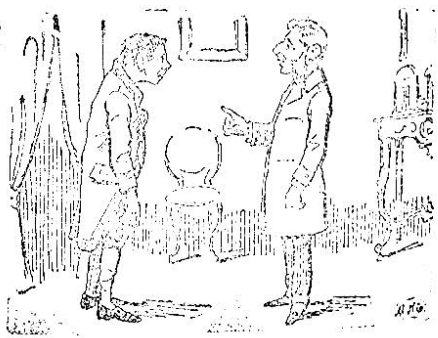
<p style="text-align: center;">NOTA COMICA</p>  <p>Un fotógrafo decía á un su amigo esta mañana: —Cada día más el arte de retratar adelanta. Ya ¡hasta las feas consiguen imprestar á las placas!</p>	Nº de identificación	LR 19000829-1.
	Título	Nota Cómica 48.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	18/08/1900 Página 2, 4ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	7 x 8,1 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa escena de interior de laboratorio fotográfico. En primer plano se distinguen dos figuras masculinas. El de la derecha está dibujado de perfil y viste traje. El de la izquierda está representado de tres cuartos de perfil, viste traje y está apoyado sobre una cámara oscura que ha sido representada en esbozo. Está compuesta de atril con mesa y caja. En segundo plano vemos la pared cubierta de cuadrados. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo esbozado, con sombreados, luces, sombras y volúmenes.	
Notas	El texto es un diálogo entre un fotógrafo y su amigo y hace alusión a los avances técnicos. Está escrito en rima. El texto es anónimo.	


<p style="text-align: center;">NOTA COMICA</p>  <p>—¡Mozo! Tráigame usted algo para hacer boca. —¿Todavía la quiere más grande, el señor,</p>	Nº de identificación	LR 19000905-1.
	Título	Nota Cómica 49.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	05/09/1900 Página 2, 4ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	7 x 7 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa una escena de interior de una cafetería. En primer plano se distingue a la derecha un hombre sentado sobre silla y apoyado con el brazo derecho sobre la superficie de una mesa redonda. Viste traje, corbata y tiene representada con notoria sobredimensión la boca. A la izquierda un hombre de pie, el camarero, calvo, con traje y mandil claro hasta los zapatos. En segundo plano y esbozados se distinguen personajes sentados en mesas y lámparas de apliqué en el margen derecho. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo caricaturesco, con luces, sombras y volúmenes.
	Notas	El texto es un diálogo entre el camarero y el personaje sentado y hace alusión a la sobredimensión de la boca del segundo. El texto es anónimo.

	Nº de identificación	LR 19001004-1.
	Título	Nota Cómica 50.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	04/10/1900 Página 2, 4ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	7 x 7 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
<p style="text-align: center;">NOTA COMICA</p>  <p>Al buen cesante Osorio que va y que torna, dijo un día el ministro con mucha sorna: —Veo, ¡canario! que más bien que un Osorio, sois un osario. Y el cesante replica, con reverencia: —¡Bah! No se asombra de eso vuestra excelencia. Porque hay anjambres que, aunque parecen hombres, sólo son hambres.</p> <p style="text-align: right;"><i>Villabrille.</i></p>	Descripción	Grabado tipográfico que representa escena de interior de un despacho. En primer plano se distingue a la derecha un hombre de contextura delgada, de pie, con traje y gorra en las manos que están cruzadas en la espalda. En medio un escritorio con papeles y elementos que no pueden identificarse dado el estado del cliché tipográfico. A la izquierda un hombre voluminoso, calvo, vestido con traje y sentado en un ampuloso sillón. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo caricaturesco, con luces, sombras y volúmenes.
	Notas	El texto es un diálogo entre el cesante Osorio y el ministro, está escrito en rima y hace juego de alusiones a los cargos. El texto está firmado por Villabrille.


8.5.17.9. Temática de borrachos

 <p>—¡Las tres... y... sereno! —¡Demonio! ¿Pues si á eso le llama <i>usted</i> estar sereno, qué será cuando esté <i>usted</i> nublao?</p>	Nº de identificación	LR 19000215-1.
	Título	Nota Cómica 51.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	15/02/1900 Página 3, 1ª columna.
	Autor	M.N.G.
	Medidas	6,8 x 7 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa escena exterior nocturna. En ella figura un hombre a la derecha, con linterna en mano izquierda, sombrero, chaqueta, pantalones y zapatos. A la izquierda figura un hombre con gorra bufanda que le tapa la cara, jersey y pantalones con las manos en los bolsillos. En segundo plano se distinguen dos huecos a modo de puertas y acera delimitada en líneas horizontales y verticales. Está representado de espalda. El conjunto está realizado en perspectiva cónica, estilo realista, con sombreados, luces, sombras y volúmenes.
	Notas	El texto es un diálogo entre dos hombres, uno de ellos es un sereno, profesión hoy en día desaparecida que consistía en vigilar las calles. La firma del autor del grabado figura en el margen derecho, el texto es anónimo.


<p style="text-align: center;">NOTA CÓMICA</p>  <p>Vivís con un jergés un erido muy zopenco, y oien turcas el mestrenco solía coger al mes. Llamó un día su amo á Andrés, cuando en su juicio le vió, y esta es la orden que le dió: —Si quieres emborracharte, dame la víspera para para no embriagarme yo.</p> <p style="text-align: right;"><i>José de Urculla.</i></p>	Nº de identificación	LR 19000315-1.
	Título	Nota Cómica 52.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	15/03/1900 Página 2, 5ª columna.
	Autor	M.N.G.
	Medidas	6,5 x 9 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa escena de salón en el que figuran dos hombres. El de la derecha está vestido con traje y pantalones, tiene la mano derecha levantada regañando al segundo hombre que es el empleado y viste traje de librea con pantalones cortos. En segundo plano se distinguen cortinaje, consola con reloj y espejo, silla isabelina y cuadro. Está sombreado con líneas paralelas. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo caricaturesco, con luces, sombras y volúmenes.
	Notas	El texto está escrito en rima y trata de la reclamación del patrón al empleado por que se presenta borracho. La firma figura en el margen izquierdo y el texto lo firma José de Urculla.

<p style="text-align: center;">NOTA COMICA</p>  <p> <i>—Quiero reñir con usted. —Pus sarga usted á la caye, valiente. —Aquí mesmo. ¿Pa qué ha de salí á la caye? —Hombre, pa enserrarme yo en esta habitación.</i> </p>	Nº de identificación	LR 19000818-1.
	Título	Nota Cómica 53.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	18/08/1900 Página 2, 5ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,8 x 7,8 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa escena de interior de bar con representación de dos figuras masculinas. El de la derecha está de pie, viste camisa y gorra, tiene el brazo derecho levantado. El de la izquierda está sentado un taburete, apoya el brazo derecho sobre una mesa, viste gorra, chaleco sin mangas, pañuelo al cuello, camisa y pantalones. En segundo plano se distingue la barra de un bar con botellas y sobre la mesa en que se apoya el hombre de la izquierda una botella con un vaso. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo esbozado, con sombreados, luces y volúmenes.
Notas	El texto es un diálogo entre borrachos y reproduce el acento del sur. El texto es anónimo.	

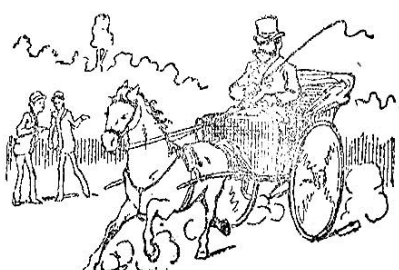
8.5.17.10. Temática de emigración


<div style="border: 1px solid black; padding: 10px;"> <p style="text-align: center;">NOTA COMICA</p>  <p>—Ayá en América como terrible para haserno servi. Yo sólo para el cabayito, tengo cinco criados. El primero cuida del pienso; el segundo se lo dá el tersero lo limpia y el cuarto le enjaesa. —¿Y el quinto? —El quinto... lo monta. Yo no he sabido nunca montar á cabayo.</p> </div>	Nº de identificación	LR 19000618-1.
	Título	Nota Cómica 54.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	18/06/1900 Página 2, 4ª columna.
	Autor	M.N.G.
	Medidas	6,8 x 8,5 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa escena de exterior compuesta de dos personajes masculinos. El de la derecha es un militar vestido de uniforme con gorra, barba y apoyado con ambas manos sobre su sable. El segundo personaje es un civil, ubicado a la izquierda, vestido con traje y sombrero, lleva bastón en la mano derecha. En segundo plano se distinguen parterres con árboles, plantas y sombreado de fondo. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo caricaturesco, con sombreados, luces y volúmenes.
	Notas	El texto imita el acento argentino y trata sobre el estilo de vida de los inmigrantes que han partido a América y han conseguido fortuna. No se registra firma de autor.


8.5.17.11. Temática religiosa

<p style="text-align: center;">NOTA COMICA</p>  <p>La hermandad de San Teodoro, en un sermón agraviada, dió al fraile en un plato de oro un celemín de cebada. Dijo el fraile:—Me es muy grato, mas peoa el precio en inmenso; sólo, pues, me quedo el plato, porque os hace falta el pienso.</p>	Nº de identificación	LR 19000629-1.
	Título	Nota Cómica 55.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	29/06/1900 Página 3, 1ª columna.
	Autor	M.N.G.
	Medidas	6 x 8,7 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa escena de interior compuesta de tres personajes masculinos. El de la izquierda es un fraile franciscano representado de perfil, el personaje de en medio está representado de perfil y viste jubón, medias y golilla, quien entrega al fraile un plato que se identifica en el texto como un celemín de cebada. El tercer personaje a la derecha esta representado de frente y de pie. Viste jubón, medias, golilla y un colgante. Lleva barba y con la mano derecha sostiene un sombrero de plumas. En segundo plano se distingue en el margen izquierdo una ventana. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo caricaturesco, con sombreados, luces, sombras y volúmenes.
	Notas	El texto es un diálogo entre el fraile y el hombre que porta el plato, hace referencia a la intención del fraile de quedarse con el plato que es de oro y devolver la comida.

8.5.17.12. Temática económica

<p style="text-align: center;">NOTA CÓMICA</p>  <p>—¿A dónde va el marqués en su berlina con tal lujo y corriendo? —A su ruina. <i>Antonio de Gironella</i></p>	Nº de identificación	LR 19000520-1.
	Título	Nota Cómica 56.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	20/05/1900 Página 2, 5ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,5 x 7 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa escena de exterior dividida en un primer plano de berlina con caballo y hombre con látigo, bigotes y sombrero de copa. Bajo las patas del caballo y las ruedas se ha dibujado tierra para transmitir sensación de velocidad. En segundo plano se han dibujado árboles y dos personajes masculinos hablando, que son los que realizan el diálogo. Esbozados figuran siluetas de arboles. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo caricaturesco, con sombreados, luces, sombras y volúmenes.
	Notas	El texto es un diálogo entre las dos figuras del segundo plano. El texto está firmado por Antonio de Gironella.

<p style="text-align: center;">NOTA COMICA</p>  <p>Fué del degüello á sacar el permiso Juan Camacho, pues iba un cerdo á matar; y dentro ya del despacho, sin intención manifiesta dijo, uniendo sus recuerdos: —Digan ustedes: ¿es esta la oficina de los cerdos?</p> <p style="text-align: right;"><i>José Robles.</i></p>	Nº de identificación	LR 19000619-1.
	Título	Nota Cómica 57.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	09/06/1900 Página 2, 5ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,5 x 8,5 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
Descripción	Grabado tipográfico que representa una escena de interior de despacho. En el margen derecho primer plano de la composición un hombre de tres cuartos de perfil con pantalón corto, zapatos, faja, chaqueta corta estilo andaluz y sombrero. Frente al hombre y en segundo y tercer plano sucesivamente se han dibujado dos escritorios con cajones y arco para silla con dos hombres sentados. El primero calvo con traje y el segundo con traje y barba. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo caricaturesco, con sombreados, luces y volúmenes.	
Notas	El texto hace un juego de palabras entre la burocracia y los permisos que el personaje va a solicitar. El texto está firmado por José Robles.	

<p style="text-align: center;">NOTA COMICA</p>  <p>— Yo he perdido diez millones. — Yo á mis padres, á mis hijos, á mi mujer... — Yo he perdido más que ustés. He perdido la vida. — ¿Pues cómo se halla usted aquí? — Bueno; gracias.</p>	Nº de identificación	LR 19000714-1.
	Título	Nota Cómica 58.
	Colección	Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Madrid.
	Otros fondos disponibles	Colección del IER y Colección del diario <i>La Rioja</i> .
	Lugar de publicación	Logroño, La Rioja, España.
	Fecha de primera publicación	14/07/1900 Página 2, 5ª columna.
	Autor	Anónimo.
	Medidas	6,4 x 7,4 cm. aprox.
	Técnica	Grabado tipográfico.
	Frecuencia de Publicación	1.
	Descripción	Grabado tipográfico que representa escena de exterior. En primer plano hay tres figuras masculinas. El de la derecha viste traje con sombrero plano, el del centro lleva traje oscuro y sombrero de media copa y el de la izquierda está representado de perfil, lleva traje de chaqueta y sombrero tipo hongo. De fondo se distinguen árboles y parterres. El conjunto está representado en perspectiva cónica, estilo caricaturesco, con sombreados, luces, sombras y volúmenes.
	Notas	El texto es un diálogo entre los tres hombres sobre pérdidas económicas, familiares y de vida, sin tener gran coherencia. El texto es anónimo.

9. Índices temáticos

9.1. Índice de imágenes

Imagen 1. Selección de <i>La Rioja</i> , nº 3.374, 13 de enero de 1900, p. 4.	16
Imagen 2. Selección de <i>La Rioja</i> , nº 3.374, 13 de enero de 1900, p. 4.	16
Imagen 3. Selección de <i>La Rioja</i> , nº 3.374, 13 de enero de 1900, p. 4.	17
Imagen 4. Selección de <i>La Rioja</i> , nº 3.374, 13 de enero de 1900, p. 4.	17
Imagen 5. Selección de <i>La Rioja</i> , nº 3.374, 13 de enero de 1900, p. 4.	18
Imagen 6. Selección de <i>La Rioja</i> , nº 3.374, 13 de enero de 1900, p. 4.	18
Imagen 7. Selección de <i>La Rioja</i> , nº 3.374, 13 de enero de 1900, p. 4.	19
Imagen 8. Selección de <i>La Rioja</i> , nº 3.374, 13 de enero de 1900, p. 4.	19
Imagen 9. Selección de <i>La Rioja</i> , nº 3.374, 13 de enero de 1900, p. 4.	20
Imagen 10. Selección de <i>La Rioja</i> , nº 3.374, 13 de enero de 1900, p. 4.	20
Imagen 11. Selección de <i>La Rioja</i> , nº 3.374, 13 de enero de 1900, p. 4.	21
Imagen 12.1. Antes. Selección de <i>La Rioja</i> , nº 3.374, 13 de enero de 1900, p. 4.	21
Imagen 12.2. Después. Selección de <i>La Rioja</i> , nº 3.374, 13 de enero de 1900, p. 4.	22
Imagen 13. Selección de <i>La Rioja</i> , nº 3.374, 13 de enero de 1900, p. 4.	22
Imagen 14. Elixir, Polvo y Pasta dentífricos de los RR. PP. Benedictinos de la Abadía de Soulac.	91
Imagen 15. Bálsamo Fernoline. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1889.	92
Imagen 16. Elixir de hígado bacalao Morruhol Quesada. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1889.	94
Imagen 17. Aceite de hígado bacalao de Jensen. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1889.	95
Imagen 18. Emplastes perforados americanos del doctor Winter. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1889.	96
Imagen 19. Anuncio de prensa. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1889.	98
Imagen 20. Esquela de adulto. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1889.	99
Imagen 21. Esquela infantil. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1889.	100
Imagen 21. Camisería del Andorrano. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1889.	101
Imagen 22. ¡PUM! 1. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1889.	102
Imagen 23. PUM!! 2. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1889.	104
Imagen 24. Viajes D. Rufino Mateo. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1889.	106
Imagen 25. Agencia general de pasajes. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1889.	107
Imagen 26. La Gran Compañía de vapores. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1889.	108
Imagen 27. Pomada prodigiosa Vega de Ferrando y Martínez. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1889.	109
Imagen 28. Calloesline. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1889.	110
Imagen 29. Harina Lacteada Nestlé. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1889.	112
Imagen 30. Juan Marrodán. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1889.	113
Imagen 31. Trillos mecánicos para mies. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1889.	114

Imagen 32. ¡¡Caballos!!.. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1889.....	115
Imagen 33. Venta de vacas. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1889.....	116
Imagen 34. Linimento Resolutivo, Saiz Martínez. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1889.....	117
Imagen 35. Viuda de Conrado García e hijo 1. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1889.	118
Imagen 36. Viuda de Conrado García e hijo 2. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1889.	119
Imagen 37. Viuda de Conrado García e hijo 3. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1889.	120
Imagen 38. Ruiz Cirujano-dentista. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	131
Imagen 39. González Cirujano-dentista. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	132
Imagen 40. D. Juan Garaitia. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	133
Imagen 41. Aznar, Ortopédico. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	134
Imagen 42. Sordos. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	136
Imagen 42. Vino Nourry. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	137
Imagen 43. Jarabe Olis Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	138
Imagen 44. Pectoral de Cereza del Dr. Ayer. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	139
Imagen 45. El Vichy Español. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	140
Imagen 46. Elixir de San Vicente de Paul. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	141
Imagen 47. Emulsión Forcada. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	142
Imagen 48. Bálsamo Neuralgine. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	144
Imagen 49. Gota Licor del Dr. Laville. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	145
Imagen 50. Gotas concentradas de Hierro Bravais. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	146
Imagen 51. Tónico Koch. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	147
Imagen 52. Milagrosos Confites Costanzi. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	152
Imagen 53. Confites Carpa. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	153
Imagen 54. Cocinas sistema Estefanía. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	160
Imagen 55. La Industrial 1. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	161
Imagen 56. La Industrial 2. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	162
Imagen 57. La Económica. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	163
Imagen 58. Elías Espiga. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	164
Imagen 59. La Avispa. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	166
Imagen 60. El Almanaque Bailly-Bailliere. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	167
Imagen 61. Ángel Barruso relojería, óptica y electricidad. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900. ...	169
Imagen 62. Tomás Teresa García. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	170
Imagen 63. Relojes J. Girol. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	171
Imagen 64. Toros en Calahorra. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	172
Imagen 65. Gabriela Garrido corsetera. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	174
Imagen 66. Teresa Elías corsetera. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	175
Imagen 67. Lola Pérez. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	177

Imagen 68. Leonor Barnedo 1. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	177
Imagen 69. Leonor Barnedo 2. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	178
Imagen 70. Dulín. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	179
Imagen 71. La Parisienne. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	180
Imagen 72. Palentino 1. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	182
Imagen 73. Palentino 2. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	183
Imagen 74. La 25.000. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	184
Imagen 75. El Capricho. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	185
Imagen 76. Máquinas tricotosas Edouard Dubied C ^a . Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	186
Imagen 77. Impermeables ingleses 1. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	188
Imagen 78. Impermeables ingleses 2. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	188
Imagen 79. Zapatería del comercio de Jacinto García. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	190
Imagen 80. Esquela adulto 1. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	191
Imagen 81. Esquela adulto 2. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	192
Imagen 82. Esquela Infantil 1. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	194
Imagen 83. Esquela Infantil 2. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	194
Imagen 84. Esquela Infantil 3. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	195
Imagen 85. Ocasión. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	196
Imagen 86. Se vende bicicleta de ocasión. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	197
Imagen 87. La velocidad. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	198
Imagen 88. Braulio Ibarra. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	199
Imagen 89. La Magdalena. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	200
Imagen 90. Línea de vapores Serra y La Flecha. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	202
Imagen 91. Servicios de la Compañía Trasatlántica de Barcelona. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	203
Imagen 92. Servicio de Vapores. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	204
Imagen 93. Compañía Hamburguesa Sud-Americana. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	205
Imagen 94. L'Unión Compañía francesa de seguros contra incendios. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	206
Imagen 95. La Unión y el Fénix español. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	207
Imagen 96. La Gresham, Compañía inglesa de seguros sobre la vid. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	208
Imagen 97. La Palatine. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	209
Imagen 98. La Paternal. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	210
Imagen 99. La Catalana. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	211
Imagen 100. Polvos cosméticos de Franch. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	212
Imagen 101. Depilatorio Venus. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	213
Imagen 102. Vigor del cabello del Dr. Ayer. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	214

Imagen 103. Odol 1. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	215
Imagen 104. Odol 2. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	216
Imagen 105. Odol 3. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	217
Imagen 106. Odol 4. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	218
Imagen 107. Odol 5. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	219
Imagen 108. Odol 6. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	220
Imagen 109. Harina lacteada Nestlé. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	222
Imagen 110. Manuel Antoñana. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	223
Imagen 111. B. Larramendi Grabador en Metales. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	224
Imagen 112. Conrado Ortega Guarnicionero. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	225
Imagen 113. Salustiano Marrodán 1. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	226
Imagen 114. Salustiano Marrodán 2. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	227
Imagen 115. Juan Marrodán. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	228
Imagen 116. Vacas holandesas. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	229
Imagen 117. Relámpago y Azufradora. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	230
Imagen 118. Pulverizados contra la Mildew de la vid. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	231
Imagen 119. Tonelero Miguel Iriarte Tafalla. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	232
Imagen 120. Nota Cómica 1. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	238
Imagen 121. Nota Cómica 2. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	239
Imagen 122. Nota Cómica 3. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	241
Imagen 123. Nota Cómica 4. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	242
Imagen 124. Nota Cómica 5. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	243
Imagen 125. Nota Cómica 6. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	243
Imagen 126. Nota Cómica 7. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	245
Imagen 127. Nota Cómica 8. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	245
Imagen 128. Nota Cómica 9. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	246
Imagen 129. Nota Cómica 10. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	247
Imagen 130. Nota Cómica 11. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	248
Imagen 131. Nota Cómica 12. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	249
Imagen 132. Nota Cómica 13. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	250
Imagen 133. Nota Cómica 14. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	251
Imagen 134. Nota Cómica 15. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	252
Imagen 135. Nota Cómica 16. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	253
Imagen 136. Nota Cómica 17. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	255
Imagen 137. Nota Cómica 18. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	256
Imagen 139. Nota Cómica 20. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	258
Imagen 140. Nota Cómica 21. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.	258

Imagen 141. Nota Cómica 22. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	259
Imagen 142. Nota Cómica 23. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	260
Imagen 143. Nota Cómica 24. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	261
Imagen 144. Nota Cómica 25. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	262
Imagen 145. Nota Cómica 26. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	263
Imagen 146. Nota Cómica 27. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	264
Imagen 147. Nota Cómica 28. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	265
Imagen 148. Nota Cómica 29. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	265
Imagen 149. Nota Cómica 30. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	266
Imagen 150. Nota Cómica 31. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	267
Imagen 151. Nota Cómica 32. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	267
Imagen 152. Nota Cómica 33. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	268
Imagen 153. Nota Cómica 34. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	269
Imagen 155. Nota Cómica 36. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	270
Imagen 156. Nota Cómica 37. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	272
Imagen 157. Nota Cómica 38. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	272
Imagen 158. Nota Cómica 39. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	273
Imagen 159. Nota Cómica 40. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	274
Imagen 160. Nota Cómica 41. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	275
Imagen 161. Nota Cómica 42. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	276
Imagen 162. Nota Cómica 43. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	277
Imagen 163. Nota Cómica 44. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	277
Imagen 164. Nota Cómica 45. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	278
Imagen 165. Nota Cómica 46. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	279
Imagen 166. Nota Cómica 47. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	279
Imagen 167. Nota Cómica 48. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	280
Imagen 168. Nota Cómica 49. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	281
Imagen 169. Nota Cómica 50. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	282
Imagen 170. Nota Cómica 51. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	284
Imagen 171. Nota Cómica 52. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	285
Imagen 172. Nota Cómica 53. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	286
Imagen 173. Nota Cómica 54. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	287
Imagen 174. Nota Cómica 55. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	288
Imagen 175. Nota Cómica 56. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	290
Imagen 176. Nota Cómica 57. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	291
Imagen 177. Nota Cómica 58. Fuente: <i>La Rioja</i> , 1900.....	292

9.2. Índice de cuadros

Cuadro nº 1. Total de reproducciones de anuncios que utilizan grabados tipográficos divididos por meses en 1889	88
Cuadro nº 2. Frecuencia de publicación de anuncios con grabados tipográficos durante 1889	89
Cuadro nº 3. Frecuencia de publicación de LR 18891304-1	91
Cuadro nº 4. Frecuencia de publicación de LR 18892610-1	93
Cuadro nº 5. Frecuencia de publicación de LR 18890312-1	94
Cuadro nº 6. Frecuencia de publicación de LR 18890712-1	95
Cuadro nº 7. Frecuencia de publicación de LR 18891012-1	97
Cuadro nº 8. Frecuencia de publicación de LR 18891601-2	98
Cuadro nº 9. Frecuencia de publicación de LR 18891702-1	99
Cuadro nº 10. Frecuencia de publicación de LR 18891910-2	100
Cuadro nº 11. Frecuencia de publicación de LR 18892003-1	101
Cuadro nº 12. Frecuencia de publicación de LR 18890903-1	102
Cuadro nº 13. Frecuencia de publicación de LR 18890712-2	104
Cuadro nº 14. Frecuencia de publicación de anuncios de compañías navieras	106
Cuadro nº 15. Frecuencia de publicación de LR 18893103-1	107
Cuadro nº 16. Frecuencia de publicación de LR 18890704-1	108
Cuadro nº 17. Frecuencia de publicación de LR 18890408-1	109
Cuadro nº 18. Frecuencia de publicación de LR 18891012-2	110
Cuadro nº 19. Frecuencia de publicación de LR 18892901-1	112
Cuadro nº 20. Frecuencia de publicación de LR 18891601-1	113
Cuadro nº 21. Frecuencia de publicación de LR 18892805-1	114
Cuadro nº 22. Frecuencia de publicación de LR 18891009-1	116
Cuadro nº 23. Frecuencia de publicación de LR 18891910-1	116
Cuadro nº 24. Frecuencia de publicación de LR 18892711-1	117
Cuadro nº 25. Frecuencia de publicación de LR 18892302-1	118
Cuadro nº 26. Frecuencia de publicación de LR 18891405-1	119
Cuadro nº 27. Frecuencia de publicación de LR 18891209-1	120
Cuadro nº 28.1. Total de reproducciones de anuncios que utilizan grabados tipográficos divididos por meses en 1900	126
Cuadro nº 28.2. Total de reproducciones de anuncios que utilizan grabados tipográficos divididos por meses en 1900	127
Cuadro nº 29. Frecuencia de publicación de anuncios con grabados tipográficos durante 1900	128
Cuadro nº 30. Frecuencia de publicación de LR 19000105-1	131

Cuadro nº 31. Frecuencia de publicación de LR 19000118-1	132
Cuadro nº 32. Frecuencia de publicación de LR 19000320-2	133
Cuadro nº 33. Frecuencia de publicación de LR 19000822-1	134
Cuadro nº 34. Frecuencia de publicación de LR 19000101-1	136
Cuadro nº 35. Frecuencia de publicación de LR 19000101-2	137
Cuadro nº 36. Frecuencia de publicación de LR 19000113-2	138
Cuadro nº 37. Frecuencia de publicación de LR 19001004-1	139
Cuadro nº 38. Frecuencia de publicación de LR 19000807-1	140
Cuadro nº 39. Frecuencia de publicación de LR 19000723-1	142
Cuadro nº 40. Frecuencia de publicación de LR 19000116-1	143
Cuadro nº 41. Frecuencia de publicación de LR 19000110-1	143
Cuadro nº 42. Frecuencia de publicación de LR 19000103-3	145
Cuadro nº 43. Frecuencia de publicación de LR 19000126-1	146
Cuadro nº 44. Frecuencia de publicación de LR 19001184-1	147
Cuadro nº 45. Frecuencia de publicación de Emulsión Scott.....	148
Cuadro nº 46. Frecuencia de publicación de Emulsión Scott con figuras masculinas .	149
Cuadro nº 47. Frecuencia de publicación de Emulsión Scott con figuras femeninas...	150
Cuadro nº 48. Frecuencia de publicación de grabados de Emulsión Scott representando niños	151
Cuadro nº 49. Frecuencia de publicación de LR 19000104-2	152
Cuadro nº 50. Frecuencia de publicación de LR 1901202-1	153
Cuadro nº 51. Frecuencia de publicación de grabados de Píldoras Pink del Doctor Williams que representan figuras masculinas	155
Cuadro nº 52. Frecuencia de publicación de grabados de Píldoras Pink del Doctor Williams que representan figuras femeninas.....	157
Cuadro nº 53. Frecuencia de publicación de grabados de Píldoras Pink del Doctor Williams que representan figuras infantiles	158
Cuadro nº 54. Frecuencia de publicación de LR 1900010-1	159
Cuadro nº 55. Frecuencia de publicación de LR 19000101-3	160
Cuadro nº 56. Frecuencia de publicación de LR 19000103-4.....	161
Cuadro nº 57. Frecuencia de publicación de LR 19000101-1	162
Cuadro nº 58. Frecuencia de publicación de LR 19000809-1	163
Cuadro nº 59. Frecuencia de publicación de LR 19001129-1	164
Cuadro nº 60. Frecuencia de publicación de LR 19000108-2	166
Cuadro nº 61. Frecuencia de publicación de LR 19001205-1	168
Cuadro nº 62. Frecuencia de publicación de LR 19000112-1	169
Cuadro nº 63. Frecuencia de publicación de LR 19000123-2	170
Cuadro nº 64. Frecuencia de publicación de LR 19000607-1	171

Cuadro nº 65. Frecuencia de publicación de LR 19008281-1	172
Cuadro nº 66. Frecuencia de publicación de LR 19000101-5	175
Cuadro nº 67. Frecuencia de publicación de LR 19000118-3	176
Cuadro nº 68. Frecuencia de publicación de LR 19000101-6	177
Cuadro nº 69. Frecuencia de publicación de LR 19000421-1	178
Cuadro nº 70. Frecuencia de publicación de LR 19000918-2	178
Cuadro nº 71. Frecuencia de publicación de LR 19000516-1	180
Cuadro nº 72. Frecuencia de publicación de LR 19001017-1	181
Cuadro nº 73. Frecuencia de publicación de LR 19000318-1	182
Cuadro nº 74. Frecuencia de publicación de LR 19000909-1	183
Cuadro nº 75. Frecuencia de publicación de LR 1900920-1	184
Cuadro nº 76. Frecuencia de publicación de LR 19001028-1	185
Cuadro nº 77. Frecuencia de publicación de LR 19001115-1	187
Cuadro nº 78. Frecuencia de publicación de LR 19001031-1	188
Cuadro nº 79. Frecuencia de publicación de LR 19001118-1	189
Cuadro nº 80. Frecuencia de publicación de LR 19000918-1	190
Cuadro nº 82. Frecuencia de publicación de LR 19000101-10	192
Cuadro nº 83. Frecuencia de publicación de LR 19000116-2	193
d.	193
Cuadro nº 84. Frecuencia de publicación de LR 19000401-1	195
Cuadro nº 85. Frecuencia de publicación de LR 19001004-1	195
Cuadro nº 87. Frecuencia de publicación de LR 19000130-1	197
Cuadro nº 88. Frecuencia de publicación de LR 19000804-1	198
Cuadro nº 89. Frecuencia de publicación de LR 19000906-1	199
Cuadro nº 90. Frecuencia de publicación de LR 19000220-1	200
Cuadro nº 91. Frecuencia de publicación de LR 19000101-8	202
Cuadro nº 92. Frecuencia de publicación de LR 19000101-7	203
Cuadro nº 93. Frecuencia de publicación de LR 19000109-1	204
Cuadro nº 94. Frecuencia de publicación de LR 19000401-4	205
Cuadro nº 95. Frecuencia de publicación de LR 19000104-3	206
Cuadro nº 96. Frecuencia de publicación de LR 19000105-2	207
Cuadro nº 97. Frecuencia de publicación de LR 19000110-2	208
Cuadro nº 98. Frecuencia de publicación de LR 19000125-2	209
Cuadro nº 99. Frecuencia de publicación de LR 19000201-1	210
Cuadro nº 100. Frecuencia de publicación de LR 19000909-1	211
Cuadro nº 101. Frecuencia de publicación de LR 19000103-1	212
Cuadro nº 102. Frecuencia de publicación de LR 19000817-1	213

Cuadro nº 103. Frecuencia de publicación de LR 19001002-1	214
Cuadro nº 104. Frecuencia de publicación de LR 19000107-1	215
Cuadro nº 105. Frecuencia de publicación de LR 19000311-1	217
Cuadro nº 106. Frecuencia de publicación de LR 19000403-1	217
Cuadro nº 107. Frecuencia de publicación de LR 19000415-1	218
Cuadro nº 108. Frecuencia de publicación de LR 19001216-1	219
Cuadro nº 109. Frecuencia de publicación de LR 19000408-1	220
Cuadro nº 110. Frecuencia de publicación de LR 19000104-1	222
Cuadro nº 111. Frecuencia de publicación de LR 19000106-1	223
Cuadro nº 112. Frecuencia de publicación de LR 19000510-1	224
Cuadro nº 113. Frecuencia de publicación de LR 19000330-1	225
Cuadro nº 114. Frecuencia de publicación de LR 19000101-4.....	226
Cuadro nº 115. Frecuencia de publicación de LR 19000624-3	227
Cuadro nº 116. Frecuencia de publicación de LR 19000621-1	228
Cuadro nº 117. Frecuencia de publicación de LR 19000117-1	229
Cuadro nº 118. Frecuencia de publicación de LR 19000405-2	230
Cuadro nº 119. Frecuencia de publicación de LR 19000428-1	231
Cuadro nº 120. Frecuencia de publicación de LR 19000622-2.....	232
Cuadro nº 121. Frecuencia de publicación de viñetas cómicas	236
Cuadro nº 122. Frecuencia de publicación de temática de tercera edad.....	237
Cuadro nº 123. Frecuencia de publicación en temática de animales.....	239
Cuadro nº 124. Frecuencia de publicación de temática picaresca	242
Cuadro nº 125. Frecuencia de publicación de temática familiar	247
Cuadro nº 126. Frecuencia de publicación de temática delictiva	252
Cuadro nº 127. Frecuencia de publicación de temática inocente	263
Cuadro nº 128. Frecuencia de publicación de temática militar	271
Cuadro nº 129. Frecuencia de publicación de temática laboral.....	273
Cuadro nº 130. Frecuencia de publicación de temática de borrachos	283
Cuadro nº 131. Frecuencia de publicación de temática de emigración	287
Cuadro nº 132. Frecuencia de publicación de temática religiosa	288
Cuadro nº 133. Frecuencia de publicación de temática económica	288

