



Propaganda “médica” (y no tanto). Una óptica retrospectiva de más de un siglo...con una visión desde el humor¹

**Medical (and not so medical) propaganda.
A retrospective view of more than a century...with a humorous twist**

**Propaganda médica (e não tão médica).
Uma retrospectiva de mais de um século... com um toque de humor**

Augusto J. Müller Gras²

Resumen

Se presenta una compilación de anuncios publicitarios españoles, de entre el último tercio del siglo XIX y el primero del XX. Se realiza una comparación con la publicidad equivalente actual y se plantea la duda respecto a lo que podría ocurrir en el futuro.

Palabras clave: propaganda médica, publicidad médica, historia de los tratamientos médicos.

Abstract

This article presents a compilation of Spanish advertisements from the last third of the 19th century to the first third of the 20th. A comparison is made with equivalent advertising today, and questions are raised about what might happen in the future.

Keywords: medical propaganda, medical advertising, history of medical treatments.

Resumo

Este artigo apresenta uma compilação de anúncios publicitários espanhóis do último terço do século XIX ao primeiro terço do século XX. É feita uma comparação com a publicidade equivalente da atualidade e são levantadas questões sobre o que poderá acontecer no futuro.

Palavras-chave: propaganda médica, publicidade médica, história dos tratamentos médicos.

¹ Trabajo presentado en la Sesión Científica de la SUHM del 2 de junio de 2026.

² Médico Cirujano. Emergentólogo. Integrante Miembro titular de la Academia de Medicina. Montevideo. Uruguay. Contacto: amullergras@yahoo.com.ar

¹ *Sesiones de la Sociedad Uruguaya de Historia de la Medicina*, vol. 45, n.º 1, 2026.

eISSN: 3046-4056. Obra bajo la licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0



La obra

El rabioso dolor y otros bienes de consumo. Editorial Fundamentos, 1971.

Se trata, al decir de su autor, de una antología de la “*prehistoria de la publicidad* [gráfica] *española*”. Llegó a manos de quien suscribe esta presentación, de una forma que se pierde en el tiempo. De cualquier modo, resultó motivante en un doble sentido. Por un lado, reflexionar sobre una forma, ya vieja, de mercantilización de la vida y, en particular, de la “medicina”. En segundo término, hacerlo sobre cómo el consumo, la propaganda engañosa y la posverdad no son cosa nueva. Se podría decir que muy poco ha cambiado, y se desmitifica el prejuicio -personal- acerca de la pretendida veracidad de la publicidad de aquella época frente a la inducción al engaño de la actual. La gran diferencia podría ser que antes, la falta de veracidad surgía del escaso desarrollo del conocimiento de la época. Esto exime al pasado, en parte, frente al presente, donde no hay excusa ética para la desinformación. Se puede comprobar la existencia de anuncios muy similares en publicaciones de la misma época en nuestro medio.

El autor

José María González Castrillo (San Sebastián, 8 de mayo de 1927 - Madrid, 10 de abril de 2003), conocido por el seudónimo de "Chumy Chúmez", fue un humorista gráfico, escritor y director de cine español¹

Del prólogo

Se trata de un libro con muy poco texto -apenas los encabezados de capítulos-, basado en numerosas imágenes de publicidad de época, entre fines del siglo XIX y principios del XX, que hablan por sí solas. Su carátula permita ya anticipar sus contenidos.

El autor lo describe de la siguiente forma, que resulta muy explícita:

“Este libro pretende ser científico, o al menos ayudar, en su modestia, a las ciencias sociológicas.

Los anuncios pertenecen a la prehistoria de la publicidad española. Todos fueron publicados en semanarios de gran difusión ... del último tercio del siglo XIX y el primero del XX.

Esta antología es una colección de humor. La ingenuidad de los anuncios de aquella época provocan siempre la sonrisa.

Todavía no habían hecho su aparición los superfluos objetos de consumo. Lo único superfluo era el vello femenino.

¹ 2 Sesiones de la Sociedad Uruguaya de Historia de la Medicina, vol. 45, n.º 1, 2026.



... remedios para toda clase de enfermedades que se ofrecían con irresponsabilidad de curandero de feria.

La mayoría de los productos ofrecidos son extranjeros (franceses, ingleses o alemanes). Los norteamericanos inician tímidamente su aparición.

Hacia el final ... empiezan a anunciarse los primeros objetos no imprescindibles, para ser bellos, para estar sanos o para conocer el camino para triunfar en la vida.

Los anunciantes han descubierto que se compra más lo que se cree necesitar que lo que realmente se necesita, y por ello utilizan la diabólica estratagema de crearnos necesidades.

La publicidad de entonces ya llevaba en su vientre el germen del monstruo que nacería años más tarde en la época esplendorosa y consumidora.”

En cada caso, esta presentación muestra, también a través de imágenes, la actualidad de la publicidad en los mismos tópicos tratados en el libro, ilustrando así lo poco que, en esencia, en realidad se ha cambiado. Se propone, asimismo, un ejercicio prospectivo: ¿Qué será de todo esto dentro de 150 años, en 2175, tiempo similar al transcurrido desde la más vieja publicidad que se muestra en el libro?²

Los capítulos tienen los siguientes encabezados:

Calvos

“Entre la calva de Julio César³ y las barbas de Valle-Inclán⁴...” Como ahora, se trataba de ... ¡Más pelo! ... ¡y bien peinadito! ... y también menos, pero solo en algunas áreas de la delicada piel de las damas. ¿Qué será de todo esto dentro de 150 años, en 2175?

Obesidad

“Las carnes juveniles toleran bien la abundancia ...”, pero, como en el caso del pelo, ahora se trata de ... ¡Menos peso! ... ¡pero también más!⁵ ... El “engorde” también era considerado un signo de buena salud. El culto del físico y del músculo no se veía tanto en aquellos tiempos. También se propone pensar en qué ocurrirá con estas inquietudes en 2175.

Pechos

... “constante imagen del paraíso perdido”... También, como ahora, ... ¡Más, más! ... ¡y más hermoso! ... ¡pero también más firmeza! Como ahora, pero sin prótesis, siliconas, ni cirugía estética⁶. ¿Qué pasará en 2175?

³ Sesiones de la Sociedad Uruguaya de Historia de la Medicina, vol. 45, n.º 1, 2026.

eISSN: 3046-4056. Obra bajo la licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0



El rabioso dolor

“... *de ser vulnerable* ...” El dolor también ha acompañado siempre a la humanidad ... ¡también “allí”!, el dolor “simbólico” de la impotencia ... Dolor, pero también “otras yerbas”, debilidad, enfermedad, blenorragia, morfinomanía, flujos, todos entreverados objetivos de las numerosas panaceas.

... y útiles también en otros ámbitos, como el alcoholismo y el nerviosismo ... y ... ¿por qué continuar sufriendo de los pies? Para todo servían aquellos maravillosos remedios. ¡Ni qué hablar, los procesos digestivos!: dispepsias, hiperclorhídria, todo se curaba, hasta con un “estómago artificial” ¿Y en 2175⁷?

La mujer hermosa jamás es abandonada

Una visión patriarcal, se diría hoy. También para ellos ... y para los niños, ofrecía soluciones estéticas la publicidad.

Los institutos de belleza, hoy, ofrecen cada vez más apoyo al hedonismo ¿Qué pasará en 2175?

Otras enfermedades y panaceas

Los sustitutos de la cirugía, para várices, hernias y hemorroides, así como para los temas estéticos de narices y orejas. Tónicos y analgésicos de todo tipo. La enfermedad del siglo no es ni el cáncer ni otra... “*la constituye la fosfaturia, o sea, la perdida de la fosfoleína, principio vital del cerebro y de la médula.*”

¡Los malditos riñones! El talismán de la felicidad ...

La explotación de las creencias es manifiesta. ¿Y cómo será en 2175? Las creencias, hoy como antes, integran el cerno de un estilo de promoción no controlada, cargado de “información” de dudosa credibilidad, engañosa, sin datos técnicos ni científicos formales, promocionando métodos absolutamente ineficaces, respaldándose en personajes inexistentes, con nombres ficticios, mezclando aspectos médicos de la época con creencias, mitos, etc., y apelando a la emoción, la ignorancia y la ingenuidad.

Se muestran, finalmente, algunas propagandas “médicas” similares de nuestro medio, pero de un período posterior. Se incluyen aquí algunos avisos de cigarrillos recomendados por médicos.

4 Sesiones de la Sociedad Uruguaya de Historia de la Medicina, vol. 45, n.º 1, 2026.



Conclusiones

El mundo ha cambiado mucho en más de un siglo; nosotros, los humanos, ... ¡no tanto!

No parece que todo tiempo pasado haya sido mejor... ¡pero seguramente fue más pintoresco!

Referencias

- 1 https://www.abc.es/cultura/cultural/abci-chumy-chumez-principe-humoristas-201901150204_noticia.html
- 2 <https://www.mediquo.com/blog/medicinaestetica/implante-capilar-fue-fuss/>
<https://www.skincare.com.uy/prevencion-de-la-caida-del-cabello/>
<https://www.instagram.com/p/DJucd3mz2PE/>
<https://www.instagram.com/p/DKpqQRGzhBS/>
<https://clnicasacher.com/cirugia-esteticacapilar/>
https://elpais.com/elpais/2018/12/03/escaparate/1543819573_897246.html
- 3 Cayo Julio César (100 a.C.- 44 a.C.)
- 4 Ramón María del Valle-Inclán (1866-1936)
- 5 <https://www.cinib.es/blog/134-sobrepeso-y-obesidad/484-4-farmacos-para-la-obesidad>
<https://www.facebook.com/Dr.HosheJoo/posts/Cirugiabariatrica>
https://www.youtube.com/watch?v=6a_oNZ6rhU
<https://www.lifepronutrition.com/blog/proteinas/5suplementos-para-aumentar-la-masa-muscular/>
- 6 https://www.youtube.com/watch?v=Uu_fbviDOyQ
<https://www.youtube.com/watch?v=ata8Xzq7FU4>
<https://www.centroceme.com/cirugia/aumento-de-pecho/>
- 7 <https://www.facebook.com/suplementosolimpicos/posts/suplementos-para-aumentar-nuestra-masa-muscular-y-ganar-fuerza-por-suplementos-o/2223153677905129/>
<https://www.instagram.com/p/CWGUUearZ1S/>
<https://www.youtube.com/watch?v=p4V70F97Wc&pp=0gcJCfwAo7VqN5tD>
<https://www.youtube.com/watch?v=bgxIjHD7rHU&pp=0gcJCfwAo7VqN5tD>