



Una página del periódico local "El gazpacho", n.º 127, 2 de julio de 1893. HEX 399.

Un poco más adelante, en las páginas 79 y siguientes, nos habla del periódico local "El Gazpacho", dirigido y creado en 1891 por Felipe Uribarri, "inimitable poeta satírico". Encontramos aquí que las rimas desenfadadas no solo sirven para la crítica, sino también para la propaganda:

"De las manos le quitaban "El Gazpacho" a su vendedor, el popular Bonilla, para leerse hasta los anuncios, porque también en ellos había puesto algunas gotas de su ingenio el director. Para propaganda de la zapatería de Miguel Plaza, que por haberle hecho unos zapatos a don Alfonso XII fue nombrado zapatero del rey, publicaba estas líneas:

*Marcha al Portal Llano. Mira allí: ¿No ves una hermosa tienda de gran novedad? ¿Sí? ¡Pues esa es la zapatería de su Majestad!*

"El Exprés Continental", restaurante instalado en el número 12 de la calle de Pintores, se anunciaba así:

*Venga el público constante de este restaurante en pos, que aquí todo es abundante: hay cubierto desde dos pesetas en adelante.*

Los establecimientos cacereños desfilaban por aquellas páginas, en anuncios como los que, para muestra y recuerdo, copiamos a continuación:

Querido lector, si sueñas con un vino superior, toma en "La Gloria", lector, el vino de Valdepeñas.

El que quiera con esmero la barba y pelo arreglarse, al salón debe llegarse de don Salvador Pedrero.

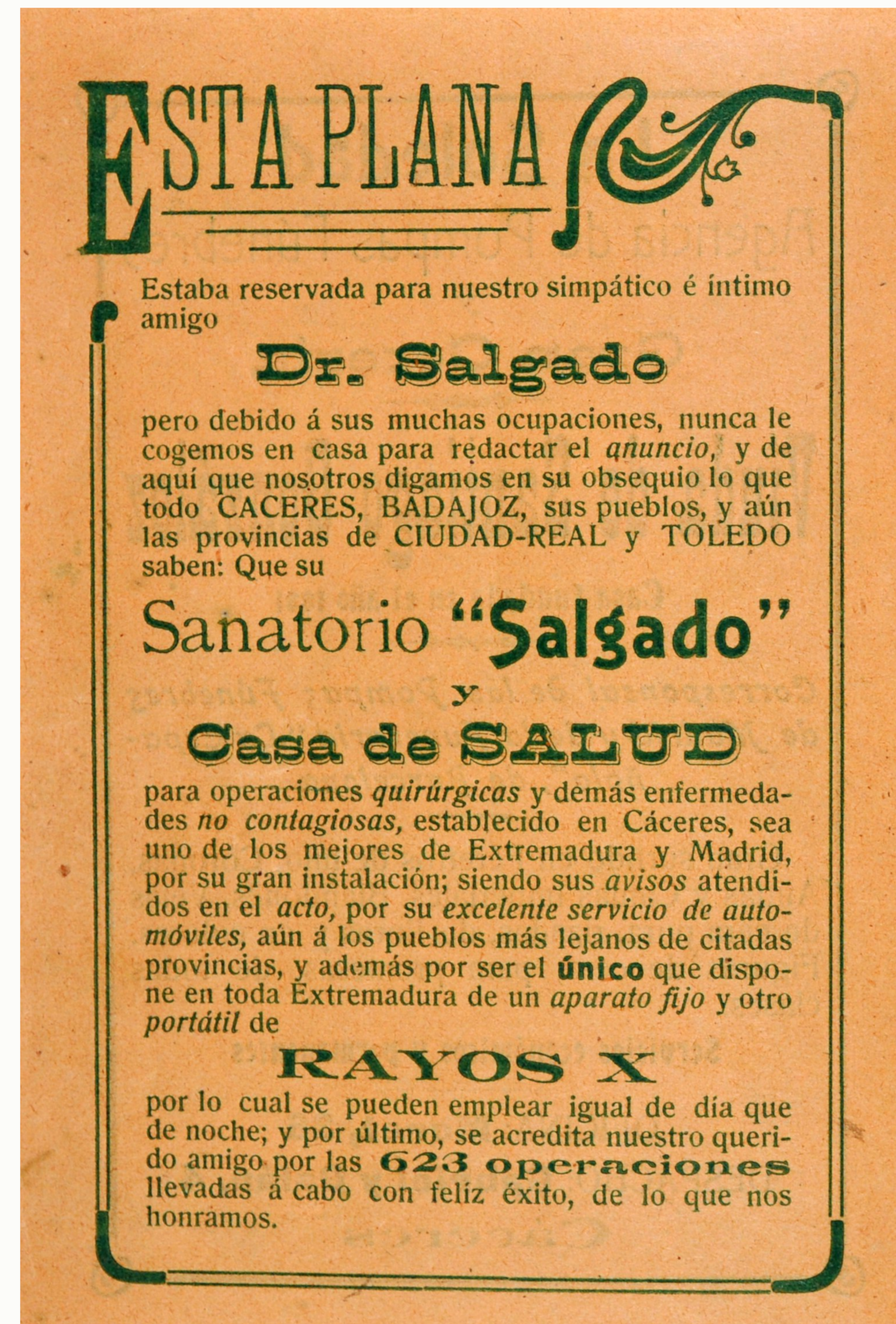
Las vírgenes soberanas que hay en el reino de Dios, toman todas las mañanas chocolate de Quirós.

No hay taller en la tierra civilizada como el que en casa encierra Julián Andrada. Julián Andrada se gasta una armería muy bien armada.

Hacia esta peluquería tienden su rápido vuelo los angelitos del cielo, y aquí Nicolás García les arregla el pelo ¡al pelo!"

(Op. cit., págs. 81-82).

HEX 311



Sobre estas líneas, graciosa propaganda que el interesado no se molestó en redactar, en el programa de ferias de Cáceres de 1913 (HEX 311). En la columna contigua, propaganda inserta en varios programas de festejos.

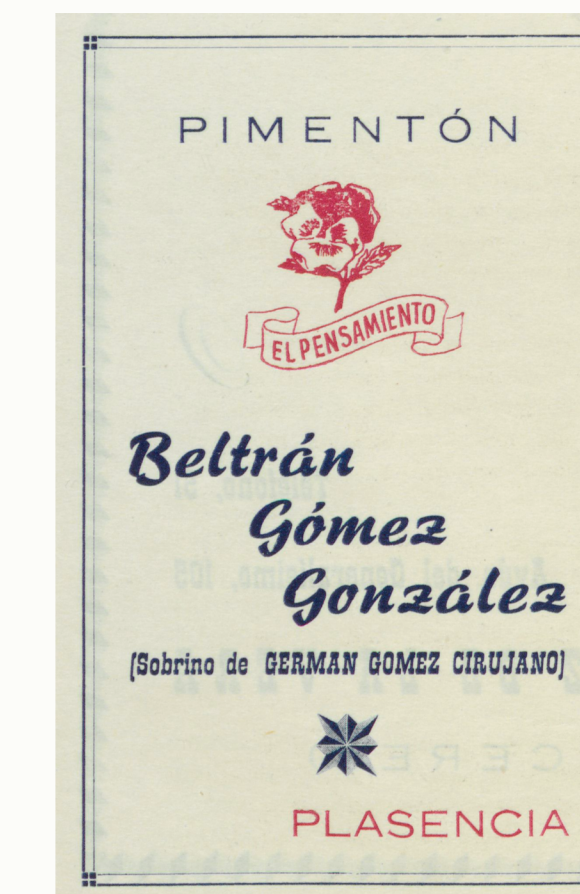
Los anuncios primerizos en periódicos locales estaban destinados a los vecinos de la misma ciudad; como vemos, les basta con el nombre del dueño del negocio y el tipo de producto que pone a la venta, como en las facturas. Carecen de logotipo y de eslogan, dos cosas que ya todas las marcas, hasta las más pequeñas, cuidan con detalle. Encontramos en algunos casos cierto esmero tipográfico, que parece más obra del impresor que intención del productor, y a veces alguna ilustración alusiva, que no llega a logotipo.

Además de anunciarse en los periódicos locales, la otra opción para las marcas son los programas de festejos, cuya difusión tampoco va más allá de la propia localidad.

Mediado el siglo, algunas marcas empiezan a trabajar un poco más la propaganda, añadiendo dibujos exclusivos. La mayor parte de estas marcas se dedicaban a la venta del pimentón de la Vera, uno de los pocos productos que se exportaban fuera de la provincia.



Cáceres, 1950. HEX 311.



Jaraíz de la Vera, 1955. HEX 310.



Jaraíz de la Vera, 1952. HEX 310.



Jaraíz de la Vera, 1954. HEX 310.

Jaraíz de la Vera, 1957. HEX 310.

