

HACE CIEN AÑOS

Guerra contra el beso en América

Nos han hecho mucha gracia las recomendaciones que, en otoño de 1909, se hicieron a los americanos para evitar el contagio de enfermedades ¿les suena esto de no besarse?

“La Ilustración Española y Americana” publicaba en su edición del 22 de septiembre de 1909 dos curiosas fotografías: una de ellas presentaba a una pequeña “ricitos de oro” con un barbero que decía, en inglés, “no me bese usted”. La otra imagen recogía el ósculo entre dos hermanos que “al despedirse, se besan a través de una especie de bozal de encaje, saturado de una sustancia desinfectante”. “Mucho más sencillo —decía el semanario—e, indudablemente más higiénico, sería no besarse”.

Pero... ¿hablamos de hace cien años, o de ayer por la tarde? Se lo preguntaremos a la Ministra de Sanidad.

N. de R.



Barbero con la leyenda “No me bese usted”. A la derecha, dos hermanos, al despedirse se besan a través de una especie de bozal, saturado de una sustancia desinfectante.

Lo bueno, si breve...

Eso debieron pensar en el París de 1909 los comerciantes y empresarios, que comenzaron con la moda de atraer a sus clientes con mensajes breves y directos: “hombre bien vestido, vale por dos”, “poned vuestros pies en nuestras manos”, “engordar es envejecer”...

Así lo contaba el semanario “Blanco y Negro”: “Los anuncios largos, como los artículos largos, nadie los lee... La gente tiene muchas cosas que hacer y poco tiempo para perder, y en este siglo del automóvil y el aeroplano hay que ir deprisa. Los anunciantes han inaugurado de poco tiempo a esta parte un sistema de anunciar muy cómodo y muy barato, pues se reduce a hacer el reclamos con las menos palabras posibles”.

El cronista, señalaba que la moda de los mensajes cortos y directos se había llevado también a los teatros, que, en vez de señalar las excelencias de la obra, o el currículum de los actores, se limitaba a hablar de la gran recaudación obtenida: “Veinte mil francos en dos días”, decían

en la Ópera. Lo malo, es que las cifras no eran siempre reales, como relata el autor del artículo: “El público va al teatro que más dinero dice que recauda, y su decepción es grande cuando entra en la sala y se encuentra con que no hay más que veinte personas (...). Al día siguiente su asombro es mayor aún, porque coge un periódico y lee: 16.000 francos ingresaron anoche en la taquilla del teatro Tal”. Siempre ha habido pícaros...

Nada que objetar. Si acaso añadir el dicho tan actual de que, en ocasiones, una imagen vale más que mil palabras.

Santana Fuentes

