

El Eco de Cartagena.

AÑO XXX.—NUM. 8754

DIARIO DE LA NOCHE.

TELÉFONO NÚM. 58

PRECIOS DE NUMERACION.

Cartagena.—Un mes, 2 pesetas; tres meses, 6 id.—Provincias, tres meses, 7'50 id.—Extranjero, tres meses, 11'25 id.—La suscripción empezará a contarse desde 1.º y 15 de cada mes. Números sueltos 15 céntimos

El pago será siempre adelantado y en metálico ó letras de fácil cobro.—Corresponsales en París E. A. Lorente, rue Casimir, 6. Mr. J. Louis Faubourg Montmarire, 31, y en Londres, Fleet Street, Mr. G. 166.—Administrador, D. Emilio Garrido López.

LAS SUSCRIPCIONES Y ANUNCIOS SE RECIBEN EXCLUSIVAMENTE EN LA REDACCION Y ADMINISTRACION, MAYOR 24.

Miércoles 31 Diciembre 1890

En la imprenta de este periódico se necesitan oficiales y aprendices cajistas.

Avistarse con el dueño del establecimiento.

ANUNCIO.

En la Notaría de D. Rafael Blanes Serra, sita en el bajo de la casa números 29 y 31 de la calle de Jarade esta ciudad, se venderán en subasta pública el día 3 de Enero de 1891 á las 12 de su mañana como procedentes de la testamentaria de D. Pablo José Verger y Mir, las siguientes fincas rústicas.

1.ª Un trozo de 58 fanegas, 3 celemines contenido en una parcela para el labrador, con varias dependencias y otra para el dueño, ocupando lo edificado una superficie de 834 metros cuadrados, unas 250 higueras, 200 almendros, 70 algarrobos, 4 albaricoqueros, 4 carrasques, 2 perales, varios pinos y la mitad del derecho del agua del Pozo del Cura. Situadas en Diputación de Canteras, paraje del Pozo del Cura, y vale pesetas 13.125

2.ª Otro trozo contiguo al anterior de 80 fanegas, contenido en unas 507 higueras, 351 almendros y 47 algarrobos: su valor pesetas 9.375

3.ª Otro trozo de 220 fanegas, contenido en la casa de la hacienda de la Alquería, unas 870 higueras, 500 almendros, unos 60 algarrobos, 1 carrasca y un huerto cercado de tapia donde hay 3 limeros, 1 limonero antiguo, 19 agrinos, 6 perales, 41 naranjos, 8 jujiveros, 6 granados, 2 albaricoqueros, 2 almendros, 2 melocotoneros, 4 cítricos, 1 alpeoré, 1 membrillo, 2 jarameros y frente al huerto otra casa para el labrador. Hay además tres huertos donde se cría el agua de un arroyo. Situadas entre los ruzos anteriores, y vale pesetas 18.187'50

4.ª Otro trozo de 255 fanegas, 6 celemines inmediato al anterior, con un nacimiento de agua llamada del Loro, unas 758 higueras, 281 almendros, 91 algarrobos, un corral de encerrar ganado, clozza y cueva, su valor pesetas 17.850

5.ª Un terreno solar puesto de palas en Quitapaleros que mide 675 metros 27 decímetros cuadrados, su valor pesetas 825

6.ª Otro trozo de 22 fanegas, 11 y 1/2 celemines en Quitapaleros con 11 casas para inquilinos, un patio grande, pozo de agua dulce, huerto cercado, 159 árboles, 4 de matas de palas, 112 higueras, 139 almendros, 5 algarrobos, 11 oliveras, 1 algibe y un granado, su valor pesetas 7.375

7.ª Otro trozo contiguo al anterior comprendiendo de 16 fanegas con 93 almendros, 33 higueras y 1 olivera, su valor pesetas 3.625

La subasta será por pliegos cerrados con arreglo al pliego de condiciones que con los títulos de pertenencia estarán de manifiesto en dicha Notaría todos los días no feriados de 9 á 2.

INSIGNIAS MILITARES.

Los periódicos defensores de los intereses del Ejército se lamentan con razón del abuso que se hace por el elemento civil de las insignias militares, é indican un medio sencillo, económico, y que seguramente será recibido con aplauso.

El medio consiste en establecer en el Ejército el sistema adoptado en la Marina, ó sea que todos los Cuerpos é institutos militares usen el galón en vez de la serreta que, además de ser más cara, tiene el inconveniente de haberse generalizado entre los empleados de Consumos, penitenciarías, Compañías de vapores, de ferrocarril, carteros, jefes de rondas y de bandas municipales, dependientes de bazares y de otros mil que se pudieran citar, dando el furor de ostentar insignias

militares, los ejemplos no tendrían principio ni fin.

Por el medio indicado, la Marina no se ha visto nunca en el caso de recordar á las autoridades civiles que refrenen el abuso que se viene cometiendo desde tiempo inmemorial; en cambio no hay ministro de la Guerra que no sea vea obligado á recordarlo, no una sino cien veces.

En más, en la Marina todos los galones son dorados, y sin embargo, los cuerpos auxiliares se distinguen perfectamente, porque el tejido de oro es sobre seda blanca, azul ó encarnada. Podrían en el Ejército llevarse en la misma forma, y si continuasen los galones de plata podrían bordarse sobre seda de color azul y encarnado para los cuerpos de Administración y Sanidad militar, respectivamente, sustituyendo también el galón del Cuerpo jurídico que ya tiene por el reglamentario del Ejército; y entonces, prohibiéndose esta insignia en el elemento civil, ya podían usarse á su antojo las serretas anchas ó estrechas, sin temor á que los que las ostentasen se vieran revestidos de empleos, para los que se necesitan muchos estudios y muchos años de servicios.

Suprimidos los galones en todo el Ejército y los empleos personales en los cuerpos que disfrutaban del privilegio, quedados los

vigentes y por el decreto de ascensos en tiempo de paz, se tendría que adoptar las insignias que marquen el empleo de cada cual sean también las mismas, pudiéndose distinguir los Cuerpos auxiliares todos en la forma dicha que exponemos á la consideración del general Azarraga, para que resuelva de una vez la unidad armónica que debe presidir en las insignias, con absoluta prohibición de su uso por los elementos extraños á la milicia, único modo de acabar las quejas justificadas á que nos hacemos eco.

TRAVESURAS DEL ANUNCIO.

Con motivo de una exposición internacional que se acaba de abrir en Viena, en honor del anuncio, de la «declame» se han vuelto á citar curiosas anecdotas de anunciantes, tipos originales de este siglo nuestro.

Un fabricante de jabón, gasta anualmente en anuncios variados unos tres millones de pesetas.

Ha tenido mucho tiempo alquilada una columna del «Times» y toda una página en determinadas épocas del año, donde ponía una inscripción: «Siempre la misma.» «¿Buenos días! ¿Se han lavado ustedes con el jabón tal...?»

Un competidor replicó luego, tomando una columna del «Standard» en que ponía en gruesas letras y en sentido vertical, estas palabras: «Si, nos hemos lavado con el jabón tal... pero el jabón cual... le es muy superior. Adiós.»

Un fabricante berlinés de cordelería ha puesto en un anuncio lo siguiente:

«Aquel que quiera soñar con la misera existencia terrenal, puede hacerlo agradable y seguro comprando en mi casa «corbatas» especiales para ese objeto.»

Una casa inglesa hace publicar repetidamente una carta de un cliente agradecido, y al cabo de muchos días aparece otra carta, con la misma firma, quejándose de la persecución de que es víctima el cliente por los representantes de otras casas, que le piden

públicamente elogios tan entusiastas como los que hace de la casa X. (Nombre y señas bien de- tallas por supuesto.)

El «Punch» uno de los periódicos humorísticos mejores del mundo, encarga á sus redactores y dibujantes determinados anuncios.

No hace mucho, publicaba el «Punch» un grabado con esta leyenda:

«Esena de Macbeth: En primer término lady Macbeth, desolada, que intenta en vano horrar de sus manos las manchas de sangre. Detrás están un médico y una dama de la corte.»

«Lady Macbeth.—¿Y Dios!... ¿Qué hacer?... ¡Sangre! ¡Sangre en todo!... ¡Estigmas malditas!... No se pueden borrar, ¡oh, no ni con todos los perfumes de la Arabia.»

«El médico.—Si se sirviese del jabón X... desaparecieron en seguida las manchas.»

Por las calles de Nueva-York se repartía un prospecto que en una de sus caras, decía solamente: «Avergonzados» y en la otra se leía: «¡Puedes este prospecto cerrar de un quinqué.» La llama permitía leer á través del papel lo siguiente: «Avergonzados de llevar un sombrero deslucido; comprad los famosos polvos en el almacén de... y el sombrero quedará brillante.»

Hay ejemplos de «declame» por despecho, como uno arrojado en Berlín, cuyos periódicos anunciaron un día profusamente la llegada de seis hermosas vacas del Tyrol, que podían suministrar en una casa de que se estaban soñando.

En las corridas, los aficionados y los negociantes quedaron con un pájaro de narices cuando se encontraron con que el anuncio les llevaba á admirar seis robustas señoritas de provincias que habían llegado á la capital con objeto de pasar las Pascuas con unos parientes.

En materia de anuncios, se ha concedido últimamente el premio á un periodiquillo de Catlidge, capital del Montenegro, que publicó una serie de artículos de fondo destinados exclusivamente á demostrar la excelencia de una pasta alimenticia que fabricaba uno de los vovodes montañeses, y que parece gusta mucho á Su Alteza el príncipe D. Nicolás I.

El anuncio de colores, que ha nacido en América, goza allí de un gran favor; 350.000 libras inglesas de colores en tinta, al óleo, etc., se gastan anualmente para vestir con pompa «la declame».

Las pirámides de Egipto, además de los nombres ingleses que los imbéciles graban en los molenorios pedruscos, muestran también anuncios, algunos de ellos muy ridiculos.

Ahora está en boga el anuncio plástico. Un industrial de Birmingham ha espuesto al público las figuras corpóreas de Gladstone y Salisbury tendiéndose las manos, y en el zócalo esta inscripción: «Los dos adversarios irreconciliables no están de acuerdo más que en una sola cosa. Ambos están igualmente persuadidos de que el mejor remedio contra la jaqueca es el...»

En este género, los americanos se sirven del anuncio boda. Modistas y costureros organizan bodas teatrales, con música y refrescos, y visitan gratuitamente á los novios que son anuncios vivos.

El anuncio tiene también sus fanáticos, como el fabricante vienés de «paprica» (pimentón), que propuso al observatorio pagar un telescopio con tal de que al primer planeta ó astro que se descubriese se le diese el nombre de «Paprica de D. Fulano de Tal.»

Este molinero hizo repartir cien mil ramos cuando la entrada del emperador alemán en

Viena, que tenían pimentón, lo cual hizo derramar lágrimas á toda la ciudad.

Parece que Guillermo II se rió mucho de esa «declame» colosal.

Variedades. EL SMOKING

El año 1881, en Biarritz, se presentó por primera vez en la high life española una prenda de vestir, especie de corse que le encucias, para uso de caballeros, marca *vococo* (cursi) parisienne, que había de tomar, andando el tiempo, carta de naturaleza en los dominios españoles, en que el frac es obligatorio y de buen llevar.

La prenda en cuestión nada de particular tenía en el primer periodo de su existencia.

Una americana ó cazadora de pañeta negro, con solapa y cuello corridos en redondo y forrados de rayo ó de seda cruda.

Y así confeccionada la cosa, autorizaba al portador á usarla en lugar del frac en todas aquellas reuniones ó asambleas en que los señores eran de rigor.

«Le nom ne fait rien á la chose», dicen los franceses, pero el hombre de la nueva vestimenta era inglés, y solo por esto el uso y el abuso habían de prosperar entre nuestros elegantes de entonces, para aclimatarse luego en toda la parroquia de los roperos más refinados á las modas que importaron.

El *smoking* ha llegado á ser hoy, al concluir el año epidémico y melancólico de 1890, un artículo de primera necesidad en nuestras costumbres masculinas.

Smoking no quiera decir nada, pero se ha convenido en aceptar qué significa en inglés *batin, coin du feu, vareuse, chaquetón*, prenda para estar en casa, para fumar muy particularmente.

Del verbo inglés *to smoke*, humear, fumar, arder, oler, viene sin duda la convenida etimología, y como en sentido figurado *to smoke* significa ridiculizar, vayan los sastres ahora á romperse las narices buscando cuál de los dos conceptos puede apropiarse mejor al *smoking*, si el de prenda para fumar, para arder, para humear ó para oler, ó el de prenda ridícula para cualquier uso á que se la destine dentro y fuera de casa.

Smock, que en el sonido se parece algo á *smoke*, es el nombre que tiene en inglés la camisa de mujer, y á todo tirar, *smoking* podría expresar la vestidura corta que usan los personajes de regia estirpe para andar de trapillo discurrendo por sus habitaciones.

Nada, que por más vueltas que se le dé el *smoking* no es más que una americana con cuello y solapas de otra tela que brilla, y que economiza la postura del frac ó suple la carencia de éste.

Pero con el *smoking* no se va á ninguna parte y con el frac se va á todas, y sin embargo los *smoking fashionables* españoles lo quieren imponer hasta en el teatro Real, después de haberlo llenado de lamparones en el de la Zarzuela en una noche de baile.

El *smoking* puede y debe tolerarse á los sistemerosos muy tleacos, por gusto de variar de traje á cada momento; á los oficinistas remilgados que despañan con el jefe, y que sentados en sus sillones dan la castaña al público, que los cría vestidos de etiqueta; pero que los hombres hechos y derechos, gordos ó flacos, altos ó bajos, se autoricen el uso á destajo del *smoking*, eso en verdad resulta tanto mala para sus familias.

A esto me dirán muchos que cada uno se viste como se le antoja.

¡Bien, muy bien! Pero yo también digo