



ACADEMIA DE LAS CIENCIAS
Y LAS ARTES MILITARES

Comunicaciones académicas

Soldados, laxante y publicidad: la sorprendente conexión en una obra de José Cusachs

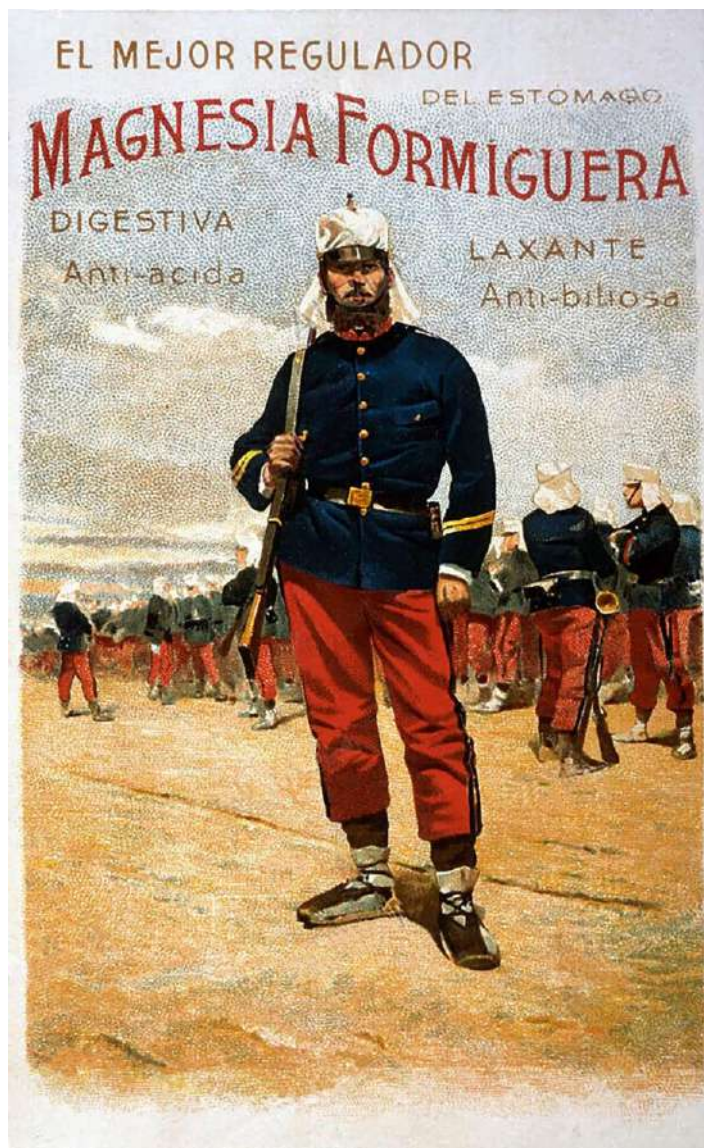
Francisco Santana Carbonell

Academia de las Ciencias y las Artes Militares
Sección de Patrimonio Cultural Militar

6 de mayo de 2024

Estudiando detenidamente la obra del gran maestro por excelencia de temas de carácter militar como es José Cusach Cusach (1851-1908) y envidiando su capacidad para capturar la atmósfera y el ambiente en sus pinturas, y cómo sus obras muestran una gran atención al detalle y una cuidadosa representación de la luz y el color, con pinceladas sueltas nacidas de una paleta rica y variada que crea increíbles efectos de luz y sombra. Deteniéndome frente a la profundidad y realismo de sus trabajos, con gran precisión técnica, y asombrándome por su composición cuidadosamente diseñada y su habilidad para crear la sensación de movimiento en las imágenes, especialmente en las escenas castrenses, me tropiezo con una tarjeta-cartel que anuncia un remedio para el estreñimiento: «Magnesia Formiguera».

La tarjeta representa a un sargento de artillería español de uniforme, mirando al frente, con una expresión seria y decidida. Detrás del sargento, aparece la tropa en un momento de descanso de una marcha. La escena está impregnada de un sentido de espontaneidad casi de instantánea fotográfica por el encuadre-composición. Cusachs empleando una técnica sólida captura hábilmente la atmósfera militar y el espíritu de liderazgo del sargento usando siempre detalles realistas. Impresiona su habilidad para capturar momentos cotidianos, que sin duda nos hablan de su pasado militar.



Tarjeta-cartel de José Cusachs

Dada la precisión y el detalle de la obra, en ocasiones pienso que es un artista que se inclina hacia el dibujo, sin embargo, si vuelvo a observar la pintura, le reconozco como un pintor consumado. Así que, en lugar de verlo como una dicotomía entre pintor y dibujante, me parece más apropiado considerarlo como un artista versátil que combinaba hábilmente dibujo y pintura. Mi impresión es que se utilizó esta obra ya creada y se le añadió un texto para darle una forma propia de anuncio-cartel.

El caso de «Magnesia Formiguera» puede parecer inusual a primera vista en una mentalidad del siglo XXI. Sin embargo, en el contexto de la época y el estilo publicitario de entonces, este tipo de enfoque no era necesariamente raro. Es un claro testimonio -chocante para nuestra mentalidad- de cómo los artistas y empresarios de aquellos tiempos contribuían al mundo de la publicidad. En el siglo XIX y principios del XX, los anuncios utilizaban imágenes llamativas, incluso

dramáticas para captar la atención del espectador y destacar los beneficios del producto anunciado. Es ciertamente para nuestro tiempo, una elección inusual, y puede resultar curioso a primera vista la conexión entre una escena militar y un laxante. Sin embargo, en el contexto de la publicidad de aquella época, era normal esa forma de captar la atención del público.

La elección de una escena militar es probablemente una forma de asociar la eficacia y la fuerza del medicamento con la imagen del soldado, transmitiendo la idea de que «Magnesia Formiguera» era lo suficientemente poderosa como para resolver incluso problemas de salud en el ámbito castrense. Además, la imagen del sargento también se podría entender como una forma de apelar al orgullo nacional y a la identidad española, ya que el reclamo de ser un remedio utilizado por el Ejército podría resonar más, recurriendo al patriotismo de la época.

No olvidemos que la Batalla de Tetuán tuvo lugar en 1860, enfrentamiento crucial durante la Guerra de África, en las que las tropas españolas, lideradas por el general Leopoldo O'Donnell y el general Juan Prim, lograron una importante victoria en Tetuán. Esta batalla fue significativa tanto en términos militares como políticos, ya que consolidó la posición de España en la región y contribuyó al prestigio de figuras como Prim y O'Donnell en la sociedad española. Ese hecho propició el que viviéramos momentos de euforia patriótica que impactó significativamente también en Cataluña, de donde era natural la empresa anunciadora. Es la tierra de este artista y la originaria de los legendarios «voluntarios catalanes», voluntarios que lucharon junto a Prim, impulsando un sentimiento de orgullo y solidaridad con el resto de España.

La propia Diputación de Barcelona le encargó un cuadro a Mariano Fortuny, también catalán, que plasmara esa victoria. La pintura de eventos históricos importantes como este, era una forma muy común de conmemorar y celebrar los logros militares, así como de fortalecer el sentimiento de unidad y orgullo nacional. El propio Cusach realizó uno de sus mejores retratos pintando a Prim, donde plasmó la fuerza y la determinación del retratado a través de su técnica magistral y su habilidad para transmitir la esencia del personaje.

En el caso de la tarjeta-cartel de «Magnesia Formiguera» realizado por José Cusachs, siguiendo los parámetros publicitarios de la época, usando la imagen de un soldado español podría haberse elegido por varias razones posibles, además del sentimiento patriótico.

Los soldados históricamente han sido vistos como símbolos de vigor físico, y representantes de una vida sana y activa, lo cual es una preocupación fundamental para cualquier producto relacionado con la salud. De esta manera se produce un énfasis en lo saludable y en el bienestar que conlleva. Al asociar el producto con

una figura militar, busca el transmitir la idea de que el remedio anunciado era lo suficientemente poderoso como para abordar problemas de una manera efectiva, como si fuera una «fuerza» para resolverlos. En el contexto español, la imagen del soldado tenía una connotación adicional de patriotismo y orgullo nacional, lo cual podía haber resonado en los consumidores y reforzado la confianza en el producto.

La publicidad histórica, como es el caso, solía adoptar enfoques a menudo inusuales de promoción, y el hecho de utilizar escenas militares para anunciar ese tipo de remedios contrasta muchísimo con la publicidad actual sobre medicamentos, que es mucho más estricta y se centra en la divulgación de información precisa y transparente sobre sus principios activos o sus beneficios, así como sobre posibles efectos secundarios y contraindicaciones. Utilizando como parámetros fundamentales la claridad en el mensaje, precisión y transparencia, relevancia para el público, siempre marcando un claro énfasis en la seguridad y la eficacia.

En los tiempos de Cusach y de «Magnesia Formiguera» mediante escenas militares refleja una época en la que los estándares publicitarios eran muy diferentes. La ironía de asociar un producto destinado a aliviar problemas digestivos con una imagen de fuerza y vigor militar seguramente resultaría atractiva a las personas que veían el anuncio. Lo innegable es que, para las personas de nuestro tiempo, tiene su encanto y puede ser una curiosidad interesante para reflexionar sobre cómo han cambiado las estrategias publicitarias a lo largo de la historia y de la visión que tenían y que tenemos actualmente de nuestro Ejército. ■

Nota: Las ideas y opiniones contenidas en este documento son de responsabilidad del autor, sin que reflejen, necesariamente, el pensamiento de la Academia de las Ciencias y las Artes Militares.

© Academia de las Ciencias y las Artes Militares - 2024