

ISSN: 2215-6879

GS56

Guiños de 1856 - 1857

En defensa de la patria y la
industria nacional.

Museo Histórico Cultural Juan Santamaría

Enero 2024

Número 14



1956

En defensa de la patria y la industria nacional.

El uso de las imágenes de los monumentos a la Campaña Nacional y a Juan Santamaría en la publicidad costarricense en 1933.

Leoncio Jiménez Morales

Hay que entender que toda imagen ampliamente conocida, puede servir para muchos propósitos, más allá de aquellos para los que fuera originalmente creada. Considerando lo anterior, las imágenes de los monumentos a la Campaña Nacional y a Juan Santamaría no son la excepción. Durante el año de 1933, los medios de prensa tuvieron un importante crecimiento de las campañas publicitarias de productos alimenticios, de higiene y salud, en el que cualquier recurso utilizado parecía ser válido.



El Monumento Nacional

erigido en la capital de nuestro país, es para nosotros, los costarricenses, motivo de satisfacción merecida. Nos recuerda que en los años 1856 y 1857, mediante un heroico esfuerzo de nuestro pueblo digno y valiente, logramos expulsar de nuestro suelo a los filibusteros que trataban de hacernos sus esclavos.

Motivo de orgullo es también, para los hijos del país, el remedio casero llamado PASTILLAS ORIENTALES. Porque se fabrica en Costa Rica y porque alivia, como con la mano, los dolores de cabeza o de muelas, combate los resfriados y la influenza, la postración alcohólica, los dolores reumáticos y muchas otras pequeñas dolencias que con frecuencia ocurren en los hogares.

La Tribuna. Pastillas Orientales. 11 de junio de 1933, p8.

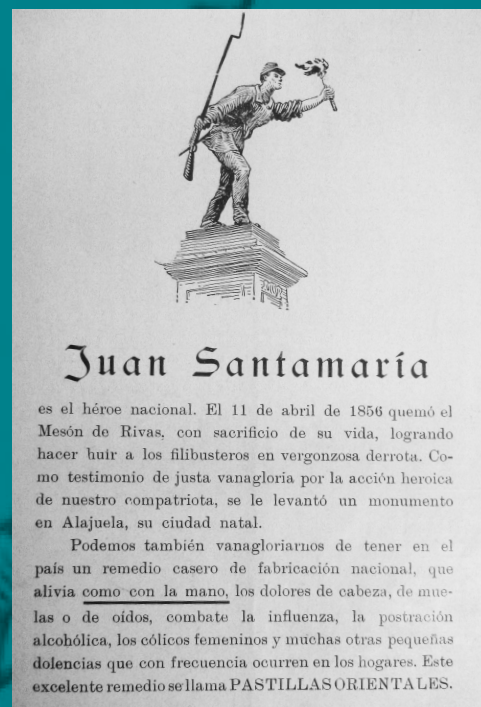
De esta manera, por ejemplo, se observa cómo en el Diario La Tribuna del 10 de junio, la publicidad era más osada o creativa, pues mediante un grabado se muestra el resultado de no usar el pulgicida Mantholatum, los dibujos de unos bebés “gorditos” anunciaban los resultados de la Harina lacteada Nestlé y la imagen del monumento de Juan Santamaría promocionaba las Pastillas Orientales. Al día siguiente, La Tribuna, en su página ocho, mostraba otro anuncio de las Pastillas Orientales donde su publicidad utilizaba la imagen del Monumento Nacional.

Esta publicidad distaba mucho de la usada por el mismo anunciante en otros diarios nacionales durante esos mismos días (Diario de Costa Rica y La República); aunque no era nueva para ese momento. Desde enero de 1933 y durante todo un año, en el Semanario Eco Católico se publicitaron de esa forma las Pastillas Orientales, con diseños a colores y de página entera. En todos los casos, en La Tribuna, el anunciante se valió de reproducciones de frutos de café y banano (8 y 9 de junio), así como de las esculturas de los monumentos a la Campaña Nacional y Juan Santamaría, para promocionar su producto.

Lo particular de esta campaña publicitaria era la mezcla de dos elementos presentes ya en la publicidad de la época: la reivindicación del producto nacional y la creación de relatos visuales y textuales complejos. De esta forma, la campaña publicitaria de Pastillas Orientales establecía una relación entre la imagen y un párrafo que generaba la vinculación entre esta y el producto publicitado. Después, se presentaba un segundo párrafo que exaltaba las virtudes de las pastillas y su frase publicitaria básica: “quita el dolor como con la mano”. La relación que establecía el anunciante, remarcaba que dichas imágenes representan, no solo símbolos costarricenses, sino que eran demostración de la valentía y esfuerzo nacionales, a nivel histórico o productivo, así como para ellos, lo eran las Pastillas Orientales. En los textos se detallaban los hechos históricos o productivos a resaltar, y estos se igualaban con los logros (según el anunciante) que el medicamento tenía.

Además, se detallaba la cantidad de males que aliviaba, su eficacia y su origen nacional, lo que la hacía una opción frente a otros productos médicos extranjeros disponibles en el mercado. De esta manera, en el caso puntual de la comparación de los monumentos referidos, se presenta la defensa y orgullo de los nacionales frente a los adversarios extranjeros, representados en el contexto publicitario, por la cantidad de productos importados que se vendían en el país que competían con el nacional.

Por tanto, parece que en la década de los 1930, los Monumentos a la Campaña Nacional y a Juan Santamaría no solo fueron símbolos de la lucha contra los filibusteros, sino también imágenes que evocaban la defensa de la industria costarricense.



Eco Católico. Pastillas Orientales.
17 de diciembre de 1933, p5.



La Tribuna. Pastillas Orientales.
10 de junio de 1933, p2.

REFERENCIAS

Diario de Costa Rica. Pastillas Orientales. 10 de junio de 1933, p3.

Diario de Costa Rica. Pastillas Orientales. 11 de junio de 1933, p11.

Eco Católico. PASTILLAS ORIENTALES. 1 de enero de 1933, p303.

Eco Católico. PASTILLAS ORIENTALES. 17 de diciembre de 1933, p5.

Eco Católico. PASTILLAS ORIENTALES. 19 de noviembre de 1933, p5.

Eco Católico. PASTILLAS ORIENTALES. 3 de diciembre de 1933, p5.

La Republica. Pastillas Orientales, 10 de junio de 1933, p3.

La Republica. Pastillas Orientales, 11 de junio de 1933, p6.

La Tribuna. Harina lacteada Nestle. 10 de junio de 1933, p5.

La Tribuna. Mantholatum. 10 de junio de 1933, p2.

La Tribuna. Pastillas Orientales. 08 de junio de 1933, p3.

La Tribuna. Pastillas Orientales. 09 de junio de 1933, p2.

La Tribuna. Pastillas Orientales. 10 de junio de 1933, p2.

La Tribuna. Pastillas Orientales. 11 de junio de 1933, p8.

IMÁGENES

La Tribuna. Pastillas Orientales. 11 de junio de 1933, p8.

Eco Católico. Pastillas Orientales. 17 de diciembre de 1933, p5.

La Tribuna. Pastillas Orientales. 10 de junio de 1933, p2.