

CARTELES EN LA COMUNICACIÓN VISUAL PARA LA EDUCACIÓN SANITARIA EN EL PERÍODO DE ENTREGUERRAS¹

Beatriz de las Heras Herrero⁽¹⁾, Jorge Fernandes Alves⁽²⁾

(1) Universidad Carlos III de Madrid, Madrid, España, bheras@hum.uc3m.es

(2) Universidade do Porto-CITCEM, Oporto, Portugal, jfalves@letras.up.pt

Resumen

El avance que se hizo en el campo de la investigación médica durante la IGM, sumado a la ola de humanismo propia del período post-bélico y la propagación en 1918 de algunas enfermedades venéreas y otras como la gripe, hizo que se desarrollaran políticas de educación pública con el fin de concienciar a la población de la importancia del cuidado profiláctico. En este contexto nació la Liga Portuguesa de Profilaxia Social, que surgió en Oporto en el año 1924 por iniciativa de tres jóvenes médicos que, desde la perspectiva de salud pública, animados por la preocupación de prevenir enfermedades derivadas del contacto con el entorno y prestando especial atención a accidentes domésticos, enfermedades contagiosas epidémicas y endémicas, desarrollaron un programa de acción -que hoy denominaríamos de educación para la salud- con el fin de sensibilizar a la población y así minimizar el riesgo de contagio, trabajando en el campo físico, psicológico y moral. Pero la Liga no discurrió por la discusión elitista sino que procuró enfrentarse directamente con estos problemas y, para llegar al mayor público posible, empleó distintos medios, entre ellos los carteles que, tras los resultados obtenidos en la Gran Guerra como concienciadores y motivadores, se convirtieron en una forma extensiva, barata y eficaz en el contexto de una ciudad, Oporto, con altas tasas de analfabetismo y en la que el acceso de los médicos al foco popular del problema era muy complicado. La comunicación que se presenta pretende estudiar esta producción visual con la intención de analizar el mensaje emitido en torno al tema de la educación para la salud en el período de entreguerras, analizando los carteles que se produjeron en la Liga y aquellos extranjeros que sirvieron de inspiradores.

Palabras Clave: Salud, Carteles, Comunicación.

THE ART OF POSTERS IN THE VISUAL COMMUNICATION FOR THE HEALTH EDUCATION DURING THE INTERWAR PERIOD

View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk

financiado pelo Repositório Aberto da Universidade do Porto

presented to you by COBE

Abstract

The progress made in the field of medical research during the I World War, the wave of humanism own post-war period in 1918 and the spread of some STDs and other flu-like, did that

¹ Este artículo se ha realizado en el marco del Proyecto de Investigación "Memória, Património e Construção de Identidades" (FCT:UID4059) del Centro de Investigação e Memória de la Faculdade de Letras de la Universidade do Porto, el Proyecto de Investigación (VI Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica) HAR2012-35514 del Instituto de Cultura y Tecnología de la Universidad Carlos III de Madrid y gracias a la estancia de investigación concedida a Beatriz de las Heras por el Programa Propio de Investigación (Ayudas a la movilidad / Modalidad A) de la Universidad Carlos III de Madrid.

develop education policies public in order to raise awareness of the importance of prophylactic care. In this context the Portuguese League for Social Prophylaxis was born, which emerged in Oporto in 1924 by initiative of three young doctors from the public health perspective, inspired by a concern to prevent illness from contact with the environment and with special attention to domestic accidents, epidemic and endemic infectious diseases, and developed a program of action which now call for health-education in order to raise awareness and minimize the risk of contagion, working on the physical, psychological and field moral. But the League was not a mere elitist discussion but sought directly confront these problems and to reach the widest possible audience used various means, including posters, after the results of the Great War as raise an awareness and motivating, became extensive, cheap and effective in the context of a city, Oporto, with high rates of illiteracy, and in which physicians access to popular focus of the problem was very complicated form. Communication presented aims to study this visual production with the intention of analyzing the message issued on the subject of health education in the interwar period, analyzing the posters that were produced in the League and those produced abroad that they were the inspiration.

Keywords: Health, Posters, Communication.

1. LA LIGA PORTUGUESA DE PROFILAXIA SOCIAL: OBJETIVOS Y PÚBLICO

El lema “En pro del bien común” presidió la creación y el desarrollo de la actividad de la Liga Portuguesa de Profilaxia Social, que nació en Oporto durante el año 1924 por iniciativa de tres jóvenes médicos - António Emídio Magalhães, Cândido Henrique Gil da Costa e Veiga Pires- desde la perspectiva higienista y de la medicina social, apelando a los valores humanitarios y patrióticos en un tiempo de grandes lagunas en el campo de la salud pública en Portugal.

La Liga seguía un programa basado en 16 objetivos que pasaban por la difusión de principios basados en la higiene individual y colectiva, la defensa de la educación física, la lucha por la divulgación de los problemas que relacionaban salud y sociedad (dolencias venéreas, tuberculosis, prostitución, pornografía, cáncer, cuidados durante el período de embarazo y lactancia, higiene en el trabajo, ceguera, lepra y paludismo, aborto provocado, reglas de alimentación, o el grave problema de “pé descalço”), además de preocupaciones eugenistas como “llamar la atención de los poderes políticos sobre la necesidad de regular el matrimonio desde la perspectiva de la profilaxia social” y liberar a la sociedad de sus enfermos mentales, alcohólicos y “desviados”. Es decir, el objetivo era conseguir que los poderes públicos legislaran sobre la higiene social a través de una gran campaña de asistencia pública.

Para ello, la Liga desarrolló una campaña propagandística sobre buenas normas higiénicas, de sanidad y de profilaxia, mediante la redacción de artículos. Promovía, además, conferencias doctrinales sobre los problemas nacionales, reunía comisiones de estudio, realizada grandes campañas intentando sensibilizar a la sociedad y a los poderes públicos, cooperaba con instituciones oficiales, felicitaba y animaba a las buenas iniciativas de la sociedad como la creación de guarderías, maternidades, comedores infantiles y sociales, cooperativas y puestos de asistencia médica.

Fueron muchas las iniciativas que desarrolló (y sigue desarrollando) la Liga en el campo de la prevención de los problemas de la salud en un momento de grandes dificultades sociales y de peligro de contagio, en el contexto de un régimen dictatorial, con sus consiguientes valores, principalmente en la fase totalitaria del Estado Novo. De ese interés resultará la edición de muchas publicaciones que sirven como testimonio del ideario práctico de la Liga. Sobre todo durante la fase totalitaria del Estado Novo.

En esta preocupación asumida por los jóvenes médicos, acompañado de las típicas preocupaciones higienistas e sanitarias de su tiempo, contribuyó el hecho de que uno de ellos, António Emídio Magalhães, realizó servicios clínicos en barcos mercantes que, en la década de los años 20, recorrían los mares, contactando con las campañas sanitarias que se desarrollaban en otros países. Algo que ayudó al joven doctor a interactuar con nuevas ideas y recopilar un interesante material sobre el tema.

Desde el punto de vista del público objetivo de la Liga, siendo básicamente una plataforma médica y de otros especialistas de cuestiones sociales, se relacionaban con los poderes políticos y el mundo de la prensa para el tratamiento de las cuestiones patológicas desde el punto de vista biológico y/o social, afrontaban la forma de combatir estos problemas y sensibilizaban ante la difusión de sus ideas y propuestas. Pero la Liga no discurrió por la discusión elitista y procuró atender al mayor público posible en esas preocupaciones basadas en la dupla educación/sensibilización. En los primeros tiempos, en la medida en que los medios de comunicación audiovisual (cine, radio y televisión) todavía no se habían convertido en medios masivos, fueron otros soportes los encargados de distribuir sus ideas a través de las referencias impresas y, sobre todo, a través de carteles y panfletos.

El cartel era, en ese momento, un medio de comunicación muy empleado para llegar a la población y la Liga también lo utilizó, produciendo materiales e importando modelos. Como muestra de esa preocupación, la Liga mantiene hoy un listado con un número considerable de carteles sobre educación sanitaria, originarios de los distintos países visitados por los médicos creadores de la institución², al margen de la producción propia. Este trabajo pretende analizar e interpretar las posibilidades y el significado de esos carteles históricos, producidos en las décadas de 1920 a 1950.

2. LOS CARTELES COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

A lo largo de la historia, la autoridad ha empleado distintos recursos para enviar mensajes a la sociedad y el cartel es uno de ellos. Aunque se empleó desde la Antigüedad, evolucionó en el siglo XV y se desarrolló en el París de Napoleón III, fue empleado como medio masivo de comunicación política en el primer tercio del siglo XX. Se convirtió, entonces, en uno de los soportes más adecuados para esta labor propagandística gracias a sus posibilidades de reproducción (opera en un gran radio de acción llegando a todas partes), por lo económico que resulta su impresión y dada su capacidad para comunicar (fija el mensaje a través de la síntesis de ideas), independientemente del nivel socio-cultural del lector, algo fundamental en períodos de un alto analfabetismo.

De este modo, palabras y, sobre todo, imágenes (“puede existir un cartel sin palabras pero nunca sin imágenes”³) se combinan con técnicas y herramientas para conseguir lo que Naief Yehya denomina “propaganda total”, invadiendo el entorno del receptor de un mensaje que se convierte en un “grito en la pared”: una llamada de atención al lector en su entorno medioambiental cotidiano. Y ese grito pretende persuadirle, no a través de la reflexión sino de la acción inmediata, ya que se dirige más a los sentidos y contribuye a sustituir los contenidos nocionales por los sugestivos. De ahí su eficiencia.

² Son cientos los carteles que la Liga Portuguesa de Profilaxia Social ha conservado tras distintas acciones recopilatorias llevadas a cabo gracias a la interacción con otras instituciones similares. Entre los fondos, se encuentran muestras de Argentina, como la que hemos presentando, Austria, Bélgica, Brasil, España, Francia, Italia (como las de la Croce Rossa Italiana), Japón, Luxemburgo, México y Polonia, muchas de ellas datadas en la década de los años 20 y 30. Estos afiches tienen como objetivo advertir e informar, sobre todo, de siete cuestiones: recomendaciones laborales, educación sexual, estilo de vida cívico, salud, problemas como el alcoholismo, maternidad y cuidado de los niños.

³ RAMÍREZ, Juan Antonio: “El Cartel” en *Medios de masas e historia del arte*. Pp. 176-193. Madrid, Cuadernos de Arte, Cátedra, 1988. p. 82.

El cartel es, por tanto, un reclamo que trabaja en tres niveles básicos: el de la información en busca de una acción, el de la motivación que tiene como objetivo animar a una reacción y el de la influencia en el comportamiento del lector intentado conseguir una consecuencia⁴. Estas tres funciones (acción, reacción y consecuencia), siempre presentes en los carteles, se van dando a través de distintas estrategias comunicacionales que se basan, fundamentalmente, en ocho recursos: orden-amenaza, convicción, argumentación, sugestión, asociación en serie, repetición y juego de palabras, reflejo condicionado y apelación a la imagen de si mismo. Estos recursos se desarrollan a través de distintos modos de representar, sobre todo cinco: el más elemental que es el retrato; alegoría y metáfora, que se basa en la descripción; ilustración, que tiene como objetivo un mayor nivel de persuasión; la asociación heráldica a través de la yuxtaposición de símbolos; y la caricatura, generalmente empleada para la representación del enemigo. Y para que esta representación sea efectiva en el lector del mensaje visual es necesario que se ajusten cuatro elementos fundamentales: el grado iconográfico por medio de la evocación o la representación (a mayor fidelidad de la reproducción, mayor grado iconográfico), el nivel de metáfora (a mayor abstracción de la reproducción, mayor grado de metáfora), la carga connotativa (con la relación de dos ideas y que se basa en la sugestión) y el grado de impacto sobre el receptor.

Durante la Primera Guerra Mundial los estados, entendiéndolo que la guerra no sólo se ganaba con las armas sino también a través de la propaganda -animando a los aliados y criticando a los enemigos-, crearon las estructuras institucionales necesarias para poner en marcha la maquinaria publicitaria, sobre todo en el campo de la propaganda visual, que, más tarde, se replicaría en otros como el que nos ocupa en este artículo: el de la protección de la salud a través de campañas profilácticas. Por tanto, el desarrollo de la comunicación visual durante la Gran Guerra, sumado al clima de humanismo característico de este período, hizo que se desarrollaran instituciones profilácticas que emplearon los carteles para *formar e informar* como parte de las actividades que, desde el discurso médico, se aplicaban a lo social. Como ejemplo, la Liga Portuguesa de Profilaxia Social que, asumiendo el discurso de la prevención, interactuó con otras instituciones de profilaxia mundial en el intercambio de propaganda visual para diseñar algunas campañas basándose en la producción en serie de una iconografía que calara en la sociedad portuguesa a modo de alerta sobre alguno de los males que afectaban a la población, como desarrollaremos a continuación.

3. LOS CARTELES EN Y DE LA LIGA

Para la Liga Portuguesa de Profilaxia Social la difusión de sus investigaciones fue fundamental. Para ello empleó distintos medios, como la publicación de boletines y artículos científicos o la impartición de conferencias sobre los temas más problemáticos en la ciudad de Oporto desde el punto de vista de salud pública. En un nivel más popular, la concienciación social se realizó a través de soportes más pertinentes y didácticos, como los visuales: carteles, películas y caricaturas, tal y como se explica en uno de los boletines de la institución: "Tem a Liga recorrido também do cartaz e à película cinematográfica, com objetivos análogos, esperando a oportunidade para lhes dar todo o desenvolvimento que merecem, e finalmente empregou ainda a caricatura como meio de propaganda"⁵.

Las caricaturas fueron empleadas, sobre todo, en la campaña "Vida e Saúde", como el trabajo encargado al artista Mendes da Silva y que recibió el título general de "Maravilhas Cidades". El cine,

⁴ Si profundizamos en este tema debemos trabajar la teoría de Abraham Moles que habló de seis funciones del cartel: de información, convicción, económica, estética, creadora y ambiental, a las que François Enel añadiría la función aseguradora. MOLES, Abraham: *L'Affiche dans la Société Urbaine*, Buenos Aires, Paidós, 1973 y ENEL, François: *L'Affiche: fonctions, langage, rhétorique*, Valencia, Fernando Torres Editor, 1974.

⁵ *Boletín*, p. 25.

otro de los soportes empleados para la difusión de campañas, se convirtió en un medio fundamental de difusión a pesar de que la Liga no podía encargar trabajos cinematográficos debido al alto coste de la producción, tal y como señaló su director, Dr. Antonio Emílio de Magalhães, en una conferencia en el Clube des Fenianos en enero de 1935: "(...) para a educação do povo português em assuntos sanitários pode ter a cinematografia, acrescentando que, por não ser possível à Liga, como é de há muito sea desejo, adquirir muitas películas adequadas, devido ao seu elevado preço". La institución adquiriría películas cinematográficas de otras extranjeras, como un film estadounidense sobre la higiene bucal en 1935 y que fue proyectado en varias conferencias del Dr. Antonio Paúl, en las Escolas Comerciais Mousinho da Silveira y Oliveira Martins, Escola Industrial Infante D. Henrique, Instituto Normal Primário, o el Círculo Católico, entre otros lugares. También otras como las películas sobre Profilaxia e Terapêutica da Sífilis e da Malária donadas por la casa de químicos Bayer. El soporte más empleado por la Liga en su trabajo propagandístico es el cartel, de ahí que sea el centro de nuestro estudio. La primera campaña que realizó la institución empleó los afiches para concienciar sobre el peligro de las enfermedades venéreas. A principios de la década de los años 30 se encargó al dibujante Carlos Mota una campaña de carteles anti-venéreos que, tras realizar una tirada de 3.000 ejemplares, fue enviada a las Cámaras Municipales, Associações Operárias y escuelas. Se trata de un trabajo en el que la imagen central está ocupada por una calavera presidida por una interrogación que ocupa la parte superior del cartel, mientras que el primer plano está protagonizado por una mujer cuyo lenguaje corporal indica preocupación [Figura 1].



Figuras 1 y 2. (Archivo de la Liga Argentina de Profilaxis Social)

Este cartel tiene una clara inspiración en uno elaborado por la Liga Argentina de Profilaxia Social, visitada por el Dr. Magalhães y que, en la actualidad, se conserva en el archivo de Oporto [Figura 2]. Se trata de un trabajo anónimo en el que una pareja de recién casados es acompañada, en su cortejo nupcial, por unos hombres calavéricos que representan enfermedades de contagio sexual: blenorragia y sífilis.

Otros trabajos de la Liga también están claramente influenciados por carteles extranjeros, como los que forman parte de la campaña "A Higiene na Vida", desarrollada en los años 30 y que están inspirados en una serie de carteles de la Croce Rossa Italiana titulada "L'Igiene nella vita", que

dan directrices sobre higiene privada (como dormir con la ventana abierta) y pública (cuidar la limpieza de los espacios públicos), como se muestra en el siguiente ejemplo [Figuras 3 y 4]:



Figuras 3 y 4. (Archivo de la Liga Portuguesa de Profilaxia Social)

A pesar del valor didáctico que la institución otorgaba a los afiches, la Liga casi no produjo sus propios carteles debido al coste inasumible de campañas visuales. Señalemos que la institución se creó con los propios fondos de los fundadores y, más adelante, se financió con donaciones y contribuciones voluntarias que superaron, por poco, mil donantes, al margen de pequeños y puntuales subsidios del gobierno, interrumpidos en 1940. Aunque, eso sí, la Liga desarrolló una incansable labor de asesoramiento a organismos como el Gobierno Civil de Oporto o las cámaras municipales, como ocurrió en la “Campaña de Pé Descalço”. Este asunto fue un gran problema en Portugal por el número de enfermos y muertos que ocasionaba la costumbre, popular pero insalubre, de caminar descalzo en las zonas urbanas. Esta fue la razón por la que, para evitar los numerosos casos de tétano y otras enfermedades, el Gobierno Civil de Oporto, con asesoramiento de la Liga, puso en marcha una campaña de concienciación que fue extendida en todo el país. El objetivo era evitar las enfermedades derivadas y, además, acabar con uno de los signos que identificaban la pobreza, todo ello en el contexto de la búsqueda de una imagen nueva y renovada de la ciudad, a través de la concienciación y, finalmente, de la sanción, ya que a partir del 27 de septiembre de 1928 se penó con multas e incluso con cárcel en el caso de reincidencia.

Si atendemos exclusivamente a los carteles de elaboración propia, podemos diferenciar cuatro categorías temáticas que fueron objeto de interés de la producción visual de la Liga:

- Carteles que tenían como objetivo promover y publicitar la propia institución y sus actividades o las instituciones en las que colaboraba, como la Câmara Municipal do Porto. Todos los carteles de este tipo siguen una línea sencilla donde predomina la palabra sobre la imagen.

- Carteles sobre higiene, sobre todo en lo concerniente al cuidado de los espacios públicos. La ciudad de Oporto presentaba la tasa de mortalidad más elevada de Europa, sobre todo en el centro histórico, incluso la mortalidad infantil ascendía al 200%. La razón, la insalubridad por el problema de abastecimiento del agua y de la red de saneamiento, la concentración de población derivada del éxodo rural y la existencia de fábricas en las zonas habitadas. Los indicadores estadísticos ya

mostraban en la época que la mortalidad decrecía centrifugamente y la natalidad crecía centrifugamente. Ante esta situación era habitual que, para concienciar sobre este tema, se recurriera a tres estrategias empleando como soporte carteles murales que contienen más texto que imagen o que sólo emplean palabras y que resultan más económicos:

- Alusión al concepto de “civismo” y su asociación a la idea de patriotismo: “O maior ou menos índice de limpeza de uma cidade reflecte o grau de civismo dos seus habitantes. Se o Porto for uma cidade limpa, poderemos orgulhar-nos de ser portugueses”.

- Identificación por parte del lector del cartel de la calle como un bien que debe cuidarse tanto como el propio hogar: “Se repona quando lhe sujama a casa, porque conspurca a rua?”.

- Involucración de todos en el cuidado de la ciudad: “Colaboremos todos com a Câmara Municipal do Porto nos esforços para tornar limpa e asseada e nossa cidade”.

- Carteles que advierten del peligro de la mosca, un tema problemático para la ciudad porque, siendo el saneamiento y la limpieza problemas urbanos en la ciudad, la mosca fue uno de los mayores transmisores de las dolencias a partir de focos insalubres. En estas campañas también se emplearon los carteles murales para enviar las consignas higiénicas. Hasta tal punto que se hacía alusión a este problema de forma muy beligerante, algo que denota la intensidad con la que se vivieron las campañas: “nosso inimigo número 1”, ó “É preciso combatê-la sem tréguas”. Estos carteles advertían sobre las enfermedades provocadas por las moscas (tuberculosis, lepra, cólera, poliometitis, fiebre de Malta..), los peligros de comer alimentos en los que las moscas hayan contactado o el perjuicio para los niños.



Figura 5. (Archivo de la Liga Portuguesa de Profilaxia Social)

- Carteles que forman parte de las campañas contra enfermedades de contagio sexual, como el que analizamos en el inicio. La Liga desarrolló una larga acción de prevención contra las enfermedades que fueron, de modo genérico, tildadas de “males venéreos”, sobre todo la sífilis, y defendiendo la regulación de los prostíbulos y la necesidad de formación en profilaxia antivenérea, antes de luchar por su absoluta abolición. Con respecto a la propaganda visual, se siguen las mismas estrategias de comunicación visual en la que se relaciona la enfermedad directamente con la muerte

representando la calavera, como en el siguiente, que forma parte de una serie datada a finales de los años 30 y en el que se muestra un esqueleto femenino (conocemos esa información por los zapatos que destacan por su color) sobre una butaca a modo de espera, una espera que se vincula con el varón ya que en un segundo plano se muestra, sobre una alfombra, un par de zapatos masculinos. Junto a esos elementos, una mesa en la que se muestra una vela apagada (ha pasado tiempo durante la espera) y un reloj, que marca el paso del tiempo. La imagen es acompañada por el texto: "A certos amores os espreita...".

4. CONCLUSIONES

La Liga de Profilaxia Social se sumó al trabajo que ya realizaron otras instituciones que bajo dos columnas: el humanismo de posguerra y el inicio de un período de mayor participación ciudadana en lo político, tuvieron como objetivo combatir y acabar con enfermedades, estimular la profilaxis, ensalzar la ciencia médica en detrimento de los remedios caseros y propiciar investigaciones, tal como hizo la Liga Argentina de Profilaxis Social que fue fundada en Buenos Aires en 1921 y que es el germen de la Liga Portuguesa. El Dr. António Emídio Magalhães entendió que los problemas de salud de la ciudad de Oporto podían mitigarse con el estudio y la concienciación, de ahí que organizara en su consulta un espacio dedicado a la prevención y educación profiláctica. Como instrumentos empleó distintas fuentes que tenían como objetivo ayudar en el proceso de concienciación en dos niveles: el político (obligando a las autoridades a ver los problemas y buscar soluciones a través de campañas) y el social (haciendo comprender a la ciudadanía las ventajas de llevar una vida salubre en lo físico, lo psicológico y lo ético). Descendiendo al nivel del ciudadano, y teniendo en cuenta la alta tasa de analfabetismo de los tripeiros en los años 20 y 30, desde la Liga se empleó como soporte fundamental el cartel.

BIBLIOGRAFÍA

- RAMÍREZ, J. A. (1988) "El Cartel" en *Medios de masas e historia del arte*, pp. 176-193. Madrid, Cuadernos de Arte, Cátedra.
- MOLES, A. (1973) *L'Affiche dans la Société Urbaine*. Buenos Aires, Paidós.
- ENEL, F. (1974) *L'Affiche: fonctions, langage, rhétorique*. Valencia, Fernando Torres Editor.