

estados congestivos, dependientes por completo de la colopatía y susceptibles de curar por el simple tratamiento intestinal; pero que andando el tiempo llegan a constituir entidades patológicas definidas, que ya no curan aunque sane la colitis y que requieren la intervención médica o quirúrgica especial a cada una de ellas. Seguramente que las congestiones hepáticas de repetición de los colíticos sanarán fácilmente atendiendo al intestino; pero las cirrosis de orden digestivo ya no se detendrán en su evolución, aunque cure la colopatía.



Acercas de la Propaganda Higiénica

Por el Dr. Salvador Bermúdez ¹

Nadie que conozca algo sobre las actividades clásicas de las autoridades sanitarias discute hoy día la importancia excepcional de la educación higiénica de las masas, y de la llamada más concretamente "propaganda sanitaria", como factores decisivos para el mejoramiento higiénico de los pueblos. Es bien sabido que la higiene individual es, hasta cierto punto, un asunto de más trascendencia que la higiene colectiva, que la salubridad pública. Efectivamente, abarca muchos más sectores de actividad que esta última, y permite resolver por sí sola la mayor parte de los problemas que la higiene en general presenta en cualquier colectividad. Los oficiales sanitarios no pueden nunca desarrollar una labor de fondo, verdaderamente efectiva, si no cuentan con el respaldo de una cultura siquiera mediana entre las masas. Por esa razón, pocos asuntos hay que ofrezcan mayores dificultades que los trabajos de higienización en el campo, en los sectores rurales de la mayor parte de los países, pues la incultura general, el analfabetismo, la existencia por así decirlo universal de prejuicios, de supersticiones, la práctica de costumbres absurdas o grotescas, aceptadas por todos los habitantes como moneda corriente en las extensiones campesinas, dificultan de una manera tremenda toda labor que tienda a mejorar el medio ambiente, a disminuir las endemias o epidemias, a abatir los coeficientes de mortalidad materna e infantil, etc.

Aceptando, como debe aceptarse, lo anterior, como una verdad no discutida ni diseutible, debe considerarse como asunto pertinente el

¹ Leído en la sesión del 8 de enero de 1936.

de que es preciso conocer y aplicar una buena **técnica** de educación higiénica, un correcto "modo operatorio" de la propaganda sanitaria. Y, sin embargo... es tan frecuente que en diversas organizaciones sanitarias se sigan procedimientos inadecuados de vulgarización higiénica, o que determinadas personas encargadas de realizar los detalles de esa labor cometan crasos errores por adoptar técnicas inadecuadas o por no seguir ninguna, que estimo que vale la pena tratar de puntualizar algunas reglas que tengan por objeto hacer menos probables los fracasos en dichas labores.

Podría poner varios ejemplos de lo que estimo como errores de técnica en la propaganda sanitaria; baste con dos o tres.

Hace algunos años, como, sin duda, recuerdan los señores académicos, se hizo una propaganda, bastante activa, contra las enfermedades venéreas, y en carteles fijados en lugares accesibles a todo el mundo, se leían preceptos o aforismos en los que se hablaba de "mujeres fáciles", de blenorragia, etc. Considerando que estos cartelones podían ser leídos por niños de 6, 8, 10 años de edad, cabe preguntar: ¿no se infringía, al hacer esta propaganda, el precepto de que toda labor de esta índole debe ser **discreta**? Estimamos que sí, dado que la lectura de los carteles podía despertar curiosidades prematuras y morbosas en los niños.

En numerosos artículos destinados a ser publicados en periódicos dedicados exclusivamente a la divulgación de los conocimientos higiénicos, hemos tenido la oportunidad de observar, repetidas veces, el hecho de que se emplean palabras técnicas de la terminología médica, de que se escriben frases que requieren una preparación previa bastante amplia, para que puedan ser comprendidas; de que se comete, en fin, el error muy serio de **no ponerse a la altura intelectual y cultural de las personas a las cuales está destinada la propaganda**. Es así como hemos leído artículos de higiene mental, destinados sobre todo a los campesinos y a los obreros, en los que se habla de **complejos sumergidos, de factores psicológicos, de traumatismos mentales**, etc. En algún artículo que recientemente leí, alguien comentaba que hacía falta, en la parte final, una documentada bibliografía para que se pudiesen hacer estudios colaterales... Han pasado por mis manos trabajos de propaganda que debería ser "barata", corriente, en los que se necesitarían cuando menos los conocimientos de un bachiller o quizá de un alumno de tercer año de medicina, para que pudiesen ser

comprendidos. En honor de la verdad, tengo que manifestar que la mayor parte de esos artículos que tuve oportunidad de ver, nunca fueron publicados, o lo fueron previo "reajuste" para adaptarlos a las condiciones requeridas. En otros casos he visto cometer errores de otra índole, como son, por ejemplo, el de pedir al pueblo que haga o deje de hacer algo por completo en contra de las más naturales tendencias, de las más arraigadas costumbres, que ni cien discursos o "sermones" podrían modificar. He visto libros o artículos en los que se pide la absoluta abolición del beso; aquí mismo en la Academia, un ilustre higienista pidió que iniciásemos una enérgica campaña en contra de la costumbre tan latina (y tan tonta, hay que reconocerlo), de dar la mano para saludar o para despedir a otra persona. Recordaréis que la Asamblea rehusó dar su apoyo a esa idea, con lo cual, en mi humilde opinión, procedió con el sentido del buen Sancho. Todos hemos visto cómo naciones enteras o Gobiernos locales de determinados sectores, se han empeñado en lograr la absoluta eliminación del uso del alcohol, aun en la forma de las menos peligrosas bebidas, tales como las cervezas, la sidra o los vinos ligeros, de buena calidad. Y todos sabemos de sobra que el fracaso no se ha hecho esperar. ¿Por qué? Sencillamente porque se ha pretendido obtener algo que pudiéramos llamar utópico, porque **se han pedido imposibles**. Autores hay que piden que, en las regiones tropicales y palúdicas, se usen constantemente guantes de gruesa tela y mosquiteros alrededor de la cabeza para evitar las picaduras de los mosquitos...

En mi opinión, una buena regla para juzgar de esta clase de asuntos, es la de que nos pongamos nosotros mismos en el caso de las personas a quienes nos dirigimos, la de que procuremos adivinar cuál sería la conducta del promedio de las personas "más o menos normales" (perdóneseme la expresión, ya que no debería haber **más ni menos** tratándose de "normales"), en el caso a que nuestras actividades se refieran. Supongámonos más jóvenes—o simplemente "jóvenes", según sea el caso—, solteros, y con una novia bella y seductora; ¿encontraríamos pertinente el consejo de quien nos mandase **no besarla**? ¿O juzgaríamos un mentecato al autor de semejante iniciativa? Pues entonces no pidamos al prójimo que prescinda por completo y para siempre de la costumbre de besar. ¿Estamos nosotros mismos dispuestos a no probar jamás ni un vaso de buena cerveza, o a no libar, ni de vez en cuando, un cuarto de botella de sabrosa y picante sidra? No

pretendamos, por lo tanto, que la humanidad entera se convierta a la más puritana y rigurosa temperancia.

* * *

Se me dirá que estos y otros errores se cometen a menudo por falta de buen sentido en las personas que realizan tales o cuales labores sanitarias, o que puede, en ocasiones, apreciarse en ellas poco espíritu de adaptación a las condiciones reales en que se trabaja. Que los consejos que por la anterior exposición se adivinan, y otros análogos que fácilmente pueden formularse, son propiamente "verdades de Pero Grullo", asuntos de conocimiento común, cosas que por sabidas se callan. En realidad, puedo decir que, en lo general, estoy de acuerdo con esa opinión. Pero, no obstante, juzgo que no resulta por completo inútil tratar de hacer un poquitín de filosofía, aun cuando sea superficial, acerca de las condiciones que debe llenar la propaganda higiénica, intentar una labor de síntesis en lo que se refiere a esos requisitos, enumerar, en una palabra, una serie de reglas breves y claras, aplicables a la mayor parte de las actividades relacionadas con la educación higiénica. Eso es precisamente lo que, de modo modesto y por así decirlo como en forma de simple ensayo, intento realizar aquí.

En la literatura de especialización sanitaria he podido encontrar dispersos diversos preceptos y consejos relativos a la técnica de la educación higiénica de las masas; he visto señalados los escollos y los errores más frecuentes; he podido extraer de ella provechosos consejos para que pueda uno guiarse debidamente en la propaganda sanitaria. Lo que no he visto es que se haya publicado (en forma condensada, sintética, en un conjunto de reglas que deban ser satisfechas por los que se ocupan de organizar las labores de educación higiénica) alguna **guía** del publicista sanitario. Por tanto, creo aspirar a alguna originalidad en esta pequeña obra, que quizá llegue a proporcionar una modestísima ayuda a quienes se encargan de las labores que arriba se señalan.

Antes de abordar la tarea, creo necesario manifestar que me doy perfecta cuenta de que es difícil, y en algunos casos verdaderamente imposible, que se satisfagan **todas** las reglas que me permito proponer. Pero estimo que, frente a un trabajo dado, es suficiente que se llene **la mayoría** de ellas; pienso, también, que una labor de propaganda en que se peque contra varias de ellas, y con mayor razón contra la mayor

parte de las condiciones que por medio de este ensayo propongo, tiene que ser una labor mala, inadecuada y torpe. Y no, por supuesto, porque yo lo diga, sino porque las condiciones que después enumero son, por así decirlo, de evidente importancia, como en páginas anteriores ya se apunta.

Con la justipreciación de la docena de requisitos que me parece debe llenar la labor de propaganda (entre otros que, seguramente, podrían añadirse), creo que se puede tener, si no ando por completo descaminado en mi manera de pensar, una ventaja no despreciable: la de que el propio autor de un trabajo, u otra persona cualquiera, pueda juzgar con relativa facilidad (y fuera del contenido, digámoslo así, intrínseco de la obra, de la calidad de la materia prima, que es casi imposible juzgar por regla alguna) si el trabajo puede o no ser considerado como útil, adecuado, conveniente y fructífero. Para ello podrá seguirse el procedimiento de juzgar cuántas de las condiciones han sido llenadas, cuántas han dejado de satisfacerse; se aplicarían, en suma, las reglas, como una base de calificación por el sistema de puntos.

Las reglas son las siguientes:

1ª La propaganda higiénica debe ser **adecuada a las condiciones del medio en que va a desarrollarse**. Este es uno de los más importantes requisitos que debe satisfacer. Es fundamental que un conferencista, que un encargado de redacción de artículos para la prensa diaria, para la revista de divulgación higiénica, etc., se ponga a la altura cultural e intelectual de su auditorio o de los lectores de la propaganda escrita. Para que esta condición se cumpla, se requiere, entre otras cosas, que el publicista sanitario tenga un conocimiento profundo de las condiciones del ambiente en donde va a trabajar, y que conozca con precisión los detalles psicológicos de la muchedumbre especial a la cual se dirige. La propaganda debe ser adecuada a las condiciones de edad, de ocupación, de cultura general y, sobre todo, de cultura específica en cuestiones médicas e higiénicas, adecuada a los medios económicos de la colectividad, etc.

2ª La propaganda debe ser **oportuna**. No se hará propaganda contra la gripa en la época de los grandes calores, ni contra las diarreas estivales en enero. Será oportuna según la época del año, según las enfermedades que predominen en el momento; estará de acuerdo con

las necesidades del instante en que se vive, oportuna en el tiempo y en el espacio.

3ª La propaganda será **amena**. Un conferencista, además de que procurará divertir a su auditorio a la vez que ilustrarlo, tendrá buen cuidado de no excederse de un tiempo más allá del cual todo interés tiene por perderse, por así decirlo, necesariamente. Las pláticas directas ante el público no excederán de 15, 20, a todo tirar 30 minutos; es preferible que dos distintos conferencistas sustenten sendas pláticas de 10 ó 15 minutos, separadas una de otra por un número musical o por cualquier otro acto agradable y que entretenga al público, a que una sola persona pronuncie un discurso de 25 ó 30 minutos. Las conferencias **por radio** durarán únicamente 2, 3, 4 minutos: de otra suerte, el 95 por ciento de los oyentes sintonizarán otra estación que ofrezca... "algo que valga la pena". Los artículos de la prensa serán cortos, de 20 a 25 líneas cuando más, so pena de que no los lea casi nadie. Es necesario que la amenidad no se pierda, y en tratándose de asuntos de divulgación higiénica, muy pocos artículos o conferencias resultan amenos si duran algo más de lo que la experiencia aconseja. En la propaganda escrita, resultan particularmente útiles los aforismos cortos, las frases de 2 ó 3 líneas, que las personas tienen que leer casi aun contra su voluntad.

4ª La propaganda debe ser hecha en tal forma **que alcance al mayor número posible de personas**. Por esa razón, una buena propaganda escrita, en periódico de buena circulación, es preferible a la que se trasmite por medio de conferencias. Con mayor motivo, la educación higiénica **de los niños** es excelente, pues ellos se convierten en medios de difusión de los conocimientos: en el seno de su familia, desde luego, y posteriormente, en ambientes más y más amplios. Por la misma excelente razón, es necesarísimo que se eduque en higiene aplicada a **los maestros**, puesto que se convierten en núcleos de difusión, directa o indirecta. Vale más un buen curso de educación higiénica, para maestros normalistas o de Escuela Secundaria, que un ciclo de conferencias entre el público en general, por más que, al aparecer, en este último caso, sean muchas las personas a quienes se transmiten o, mejor dicho, **se intenta transmitir** los conocimientos. Por estos motivos, la **desanalfabetización**, por sí sola, constituye uno de los más poderosos medios de educación higiénica, pues un pueblo que sabe leer es un pueblo que, sin darse cuenta, y aun sin quererlo, se va educando en

higiene, a la vez que en otras muchas disciplinas; la propaganda escrita, por el periódico, la revista, el buen libro, pueden llegar con enorme facilidad a cientos de miles, a millones de individuos, y se cumple así maravillosamente esta nuestra 4ª regla. En cambio, la conferencia hablada, la plática por radio, no "llegan" propiamente a casi nadie, hablando en proporción, pues dada la general indiferencia, muchos individuos podrán oír, mas no escuchar; otros escucharán, pero sin entender, y otros entenderán, pero sin aprender o **sin retener**: la propaganda fracasa **porque llega a un auditorio casi nulo**.

5ª La educación higiénica debe, de preferencia, **ser acompañada de algún servicio efectivo**. La familia que recibe la visita de una enfermera sanitaria, de una trabajadora social, la persona que acaba de ser inmunizada contra alguna enfermedad reinante, la futura madre que ha sido examinada gratuitamente por un médico o una partera oficiales, son terreno generosamente dispuesto para recibir una adecuada ilustración higiénica. Podríamos expresar esta misma idea, si se quiere, en otros términos: siempre que se preste un servicio sanitario a un individuo o a una comunidad, **aprovéchese la ocasión para impartir educación higiénica**.

6ª La propaganda debe ser **discreta**. No se deben lastimar los sentimientos de las personas o de las colectividades; deben respetarse, hasta cierto punto, las costumbres demasiado arraigadas; en muchos casos, hasta ciertos prejuicios. En tratándose de educación higiénica, muchas veces no resulta cierto que el fin justifica los medios, pues con una mira noble y bien orientada, podemos obtener resultados contraproducentes, si cometemos pecados de indiscreción. ¿Necesitaríamos recordar, v. gr., cuán prudente y delicada debe ser la ilustración sexual, la educación sexual de adolescentes y jóvenes, y aun de adultos y viejos?

7ª La propaganda debe hacerse, de preferencia, **entre personas jóvenes, entre niños**. El adulto, el que se aproxima a la vejez, muy difícilmente cambia sus costumbres; se acartonan, se fosilizan, cuajan definitivamente en moldes inquebrantables. El joven, el niño, son materia maleable, magníficamente abierta a las nuevas ideas, dispuesta a aceptar los principios altruistas, a adoptar los hábitos saludables. Encontramos aquí una nueva razón, entre otras muchas, para preferir entre todas a la **educación higiénica en la edad escolar**.

8ª La propaganda mejor será la que ofrezca la cualidad de ser **duradera en sus efectos**. A la conferencia hablada se la lleva el viento; la plática por radio deja a menudo superficiales huellas. El buen libro, la revista que se colecciona, prometen mucho más desde este punto de vista. La educación higiénica del niño en la edad escolar—y tenemos que volver de nuevo, y con razón, a este punto—es el tipo de una educación **duradera** en sus efectos. Otro motivo más, por si hacía falta alguno, para que la consideremos como una de las formas **ideales** de educación higiénica.

9ª La educación, hasta donde sea posible, deberá tender a la forma **positiva** en vez de la negativa; en el mismo renglón podemos poner, como idea afín, aunque no idéntica, la de que sea **optimística** y no con tendencia pesimista. Es preferible enseñar **lo que debe hacerse**, a lo que **no debe hacerse**. Es también de desearse que domine la impresión de que podemos obtener o mejorar nuestra salud, si hacemos esto o aquello, y no la de que enfermaremos o moriremos como consecuencia de no hacer tal o cual cosa. La educación higiénica debe tender a la **acción**, y no a la pasividad; al **movimiento**, y no al reposo. Debe crear optimismo, deseo de vivir y de mejorar, y no engendrar temores exagerados, ideas lúgubres o pensamientos de derrota y de muerte.

10ª La propaganda será, en cuanto sea dable, **bien presentada e ilustrada**. Esto viene a completar la regla de que la educación debe ser presentada **en forma amena**. Un libro, aun con buen contenido ideológico, si está impreso pobremente, con papel ordinario, si presenta burdas ilustraciones, dejará una pobre sensación en el espíritu, producirá un misérrimo efecto en la mayor parte de los individuos, pues no abundan los que pueden descubrir los “diamantes en bruto”. Los publicistas modernos, que procuran aplicar las enseñanzas de la psicología, saben muy bien el efecto de un folleto, de un “folder” o de un anuncio bien equilibrados en su forma y aspecto general, de bella presentación tipográfica, bien ilustrado; aun la sensación que al tacto dé el papel, aun el olor de éste y de las tintas que se usen vienen a representar un valor no despreciable entre los elementos que obrarán psicológicamente sobre los lectores, sobre los compradores futuros que trata de “cazar” el anunciante. La conferencia acompañada de una atractiva presentación de gráficas, de objetos de las tres dimensiones, de bellas proyecciones fijas o cinematográficas, lleva ganada más de

la mitad de la batalla que viene a ser cualquier obra de anuncio o de propaganda.

11ª La educación higiénica debe referirse a **cosas sólidamente adquiridas, definitivas por así decirlo**, y no a asuntos discutibles, opinables, que no puedan sostenerse con firmeza. ¿Por qué vamos a pedir a las madres que no arrullen a sus hijitos, ni aun con una dulce canción de cuna, para adormecerlos; por qué vamos a exigirles que no los mezcán, ni aun suavemente, para hacerlos conciliar el sueño, si no podemos considerar como demostrado que esto los perjudique? Abstengámonos de abordar asuntos acerca de los cuales no sentimos una firme convicción; no prohibamos esto o aquello tan sólo porque existe la **posibilidad** de que resulte dañino, y a pesar de que el peso de las probabilidades sea en favor de que se trate de asuntos triviales e inofensivos. No nos apresuremos a declarar como científicamente adquirido un nuevo procedimiento profiláctico o terapéutico, únicamente porque fué publicado en el último número de nuestra revista favorita. En cuestiones de educación higiénica atengámonos, pues, a las cuestiones **sólidamente adquiridas**.

12ª Es preferible toda actividad de educación higiénica **que sea controlable en sus resultados**.¹ Entre una actividad—una conferencia ordinaria, una plática por radio, v. gr.—en la cual no haya medio alguno práctico para averiguar la reacción que pueda presentarse en las personas ante la exposición de los asuntos, ni para saber si se interesaron por ellos, si los entendieron y asimilaron; y otra—un curso de vulgarización higiénica, p. ej., directamente ante alumnos a los cuales se puede interrogar y examinar, que pueden expresar opiniones o exponer dudas—en la cual puedan estimarse y medirse los resultados, sea desde luego, sea con posterioridad, resulta, sin duda, preferible la primera. Elijamos, pues, las actividades cuyos resultados podamos comprobar y justipreciar.

Y, por último (13ª), **no pidamos cosas imposibles** o que resulten, por lo menos, **extremadamente difíciles para adoptarse o seguirse**. Recordemos que hemos de dirigirnos a hombres y a mujeres, y no a ángeles del cielo. Pongámonos nosotros mismos en el caso de las personas a quienes nos dirigimos, y contestemos lealmente a la pertinente pre-

¹ Perdónese me el barbarismo, pero ¡es tan difícil expresar la idea sin recurrir a él!

gunta: ¿estamos dispuestos, realmente, o lo estaría la mitad siquiera de un grupo de individuos **normales**, a seguir el consejo o a hacer caso de la prohibición que nos atrevemos a formular?

* * *

En resumen, las condiciones que para la propaganda sanitaria pedimos, son:

Que sea **adecuada, oportuna, amena, que alcance al mayor número posible de personas**, que, siempre que sea dable, **acompañe a un servicio efectivo que se preste a los individuos**; que sea **discreta**, que se dirija, de preferencia, a **jóvenes o a niños**; que sea **duradera en sus efectos**; que resulte **positiva en sus tendencias y optimística**; que este bien presentada e ilustrada; que se refiera a **asuntos perfectamente adquiridos, no discutibles**; que sea **controlable en sus resultados**, y que no se pretenda, con ella, **exigir demasiado**.

Demandamos, en suma, para la propaganda higiénica, algo más de lo que en una sola mujer exigía aquel pretendiente descontentadizo: que fuese bella, buena, hacendosa, desinteresada y prudente. Quizá exijamos demasiado.



Convocatoria para el Concurso de 1936

De conformidad con lo prescrito por el artículo 46 del reglamento de la Academia Nacional de Medicina, se convoca por medio de la presente a las personas que deseen contribuir al estudio de los siguientes asuntos que la Corporación ha señalado para el concurso del presente año:

I. Enfermedades profesionales de la industria vidriera. Sus causas y su profilaxis.

II. Concepto y alcance de la Socialización de la Medicina.

Las bases del concurso son las que señala el artículo 47 del reglamento y se transcriben a continuación:

I. Las memorias relativas deberán remitirse al Secretario Perpetuo de la Academia antes del 1º de octubre de cada año, escritas en español y en máquina, sin firma y acompañadas de un pliego cerrado que contenga el nombre del autor y en cuya cubierta se vea repetido el lema o contraseña que encabeza la memoria.

II. Serán admitidos todos los trabajos que se presenten relativos al objeto