

Profs. Arny y Taub, y propuestas por ellos en una serie de trabajos publicados en los últimos 10 años.

*La Comisión Revisora.*—Cuando el Dr. Lyman Spalding, el 28 de febrero de 1818, solicitó ayuda voluntaria para la preparación de una Farmacopea para los Estados Unidos, describió característicamente a los hombres de ciencia de mentalidad y educación profesional, que podrían o desearían colaborar en esa empresa, diciendo que serían “caballeros, dispuestos a trabajar, y distinguidos por su capacidad y saber.” En estos días, en que el intenso comercialismo y egoísmo y ambición personal inspiran en gran parte a muchos individuos, aun de los afiliados con las profesiones tradicionalmente altruistas de la medicina y la farmacia, es halagüeño ver tan magníficamente cumplidos esos patrones que proclamara el Dr. Spalding hace 118 años. La buena voluntad con que se han echado encima grandes responsabilidades individuos distinguidos por su capacidad y saber, y su trabajo continuo e incesante de años enteros, durante las horas que les dejaban libres sus propios e importantes deberes habituales, es lo que ha permitido preparar una obra del alcance de la Farmacopea de los Estados Unidos.

Entre los miembros de la Junta de Regentes de la Farmacopea, de la Comisión Revisora, de los consejos auxiliares y de los colaboradores científicos, figuran los nombres de hombres y mujeres conocidos internacionalmente por sus contribuciones a los últimos desenvolvimientos de las ciencias médicas y farmacéuticas. Sólo el plan de servicios voluntarios que ha regido en la Farmacopea podría conseguir el concurso y asociación de las personas que integraron ese grupo distinguido, comprendiendo no sólo representantes de los Estados Unidos mismos, sino también de Cuba, Filipinas y Puerto Rico.

---

## DRAMATIZANDO EL MENSAJE SANITARIO<sup>1</sup>

Por el Dr. W. W. BAUER

*Director de la Oficina de Higiene e Instrucción Pública, Asociación Médica Americana*

La medicina organizada fué de las primeras corporaciones educativas en utilizar el radiófono para ofrecer información general sobre la salud pública y personal a las masas, y desde 1923 ha empleado constantemente ese medio para la educación sanitaria. En dicho período la difusión radiofónica por la profesión médica ha aumentado de algunos programas esporádicos dedicados principalmente a pláticas en ciertas ocasiones, a un programa bien elaborado de enseñanza popular. En esta empresa, la profesión médica ha contado con el constante apoyo de la industria radiofónica, y las estaciones difusoras han regalado con

<sup>1</sup> Tomado del Am. Med. Assn. Bull., 97, obre. 1935.

toda generosidad el tiempo necesario para ello, muy rara vez habiendo que utilizar el apoyo comercial para los programas de higiene.

Desde muy temprano se planteó el problema de cómo podría utilizar la profesión médica el radio sin chocar con la moral médica. Reconociendo la necesidad de ofrecer información sanitaria al público, hubo, sin embargo, que decidir el modo de hacerlo sin contravenir los principios que gobiernan a la profesión. Entre los puntos suscitados figuraron los que tenían que ver con la difusión por médicos individuales, más bien que por sociedades médicas; mención del nombre del médico conferenciante; y la protección del material empleado para impedir la explotación personal o la exposición de ideas individuales más bien que de opiniones aceptadas. El Consejo Jurídico de la Asociación Médica Americana decidió el asunto en esta forma:

La difusión radiofónica es una forma de publicidad, cuyo empleo queda sujeto a los mismos reglamentos que rigen la publicidad en la prensa y, por consiguiente, ha de gobernarse por los principios de moral profesional.

Desde 1923, los programas radiofónicos por la medicina organizada han seguido dos sendas separadas, pero afines. La Asociación Médica Americana, desde sus oficinas en Chicago, ha utilizado los medios generosamente brindados por las grandes empresas radiofónicas, mientras que sus filiales han empleado los medios locales del mismo género. Hacia fines de 1934, unas 100 sociedades médicas, tanto estadauales como condales, así lo hacían, mientras que la Asociación Médica Americana radiodifundía sus conferencias sanitarias desde la costa del Atlántico a las Montañas Rocosas, y de Chicago a la costa del Pacífico. Los programas nacionales y los locales han mantenido una relación estrecha, intercambiando material y creándose en la Oficina de Higiene e Instrucción Pública de la Asociación una colección de unas 700 conferencias, comprendiendo las mejores tanto locales como nacionales. La teoría que ha inspirado esa colección, es que una buena conferencia radiofónica puede repetirse con provecho en una parte distinta de donde fué dictada originalmente, o que, aun repetida por una red nacional al cabo de cierto tiempo, alcanzará a un público muy diverso. La forma en que esa biblioteca central ha ayudado a las sociedades médicas en la presentación de sus programas locales, queda puesto de manifiesto por la distribución de más de 7,000 conferencias en 1934, a fin de atender a solicitudes específicas que se recibieron. La distribución no se hace al por mayor, debido al costo que esto entrañaría, y también porque la Oficina desea saber más o menos cuántas de las conferencias se emplean. Claro está, que no se utilizan todas las enviadas, pero el número de las expedidas se aproxima más al de las radiodifundidas por las estaciones locales, que lo que sucedería si la distribución tuviera lugar por conducto de un directorio regular y permanente.

La radiodifusión ha cobrado enorme auge en los últimos 10 años, pues la industria y el comercio han echado mano a todos los recursos del arte musical y dramático a fin de conquistar la buena voluntad del público. Es bien sabido que una gran fábrica de automóviles emplea una orquesta sinfónica para atraer a sus clientes potenciales, y el magnífico programa de una cantante que distrae a los niños sin recurrir a batallas, crímenes o muertes súbitas, se ha vuelto en sinónimo de ciertos productos. Independiente de los méritos del producto anunciado, no cabe negar que la mención de cierto famoso dúo cómico nos hace pensar en el acto en una pasta dentrífica. Ante esos programas divertidos que tanto complacen al público, los de índole educativa han parecido cada vez más insípidos, fastidiosos y desprovistos de vitalidad.

Ciertos programas educativos, sin embargo, se han destacado contra la gris uniformidad de los demás, figurando entre ellos la serie de "Diablos, drogas y doctores" auspiciada por una fábrica de cámaras fotográficas; las "Cumbres de la historia médica" por una gran casa de productos farmacéuticos; y los programas dramáticos del departamento de sanidad de Detroit y una junta de empresas lecheras, todos ellos con fines comerciales, aunque los últimos se proponían no tan sólo difundir la higiene, sino también aumentar el consumo de leche. Aquí y allá ciertos grupos puramente educativos trataron de infundir alguna vida en los programas de educación higiénica, consistiendo la primera tentativa en la representación por una pequeña estación local, de una serie de episodios dramáticos de las labores del departamento de sanidad de la ciudad de Racine, Wisconsin, en 1931. Después, han utilizado un método semejante el Departamento de Sanidad del Estado de Iowa en colaboración con la Sociedad Médica del mismo, el Departamento de Sanidad de Connécticut, y la Sociedad Médica del Condado de Erie en Nueva York, pero no fué hasta 1935 que la Asociación Médica Americana elaboró una serie dramatizada de programas sanitarios.

El proyecto surgió de una conversación entre el director de la Oficina de Higiene e Instrucción Pública y el representante de una empresa radiodifusora, en que la última ofreció una hora mejor para propaganda sanitaria, con tal que los programas fueran más atractivos. Obtúvose entonces un cálculo del costo aproximado de dramatizar ciertos programas sanitarios, y presentado a la junta de regentes de la Asociación Médica Americana, ésta autorizó la partida necesaria para ofrecer 26 programas semanales de 30 minutos cada uno, en el otoño e invierno de 1935-36. Tras muchas conferencias y preparativos, el primer programa fué radiodifundido el 1° de octubre de 1935.

Al buscar título para los programas, se decidió retener el de "La salud de usted," bajo el cual la Asociación Médica Americana había difundido sus pláticas sanitarias desde dos años antes. Como tema general se escogió "emergencias médicas y cómo se resuelven," expresándose el

propósito general en el anuncio preliminar, que se emplea para todas las ocasiones y dice:

Señoras y señores . . . salud a ustedes! La Asociación Médica Americana, gracias a la cortesía de la empresa . . . presenta . . . (aquí va el título de la plática). Las grandes catástrofes . . . inundación, crisis, incendio y calamidad, cautivan la imaginación y nos fascinan y horrorizan, pero no pueden menos de infundirnos admiración hacia la rapidez con que se movilizan los medios de asistencia médica para atender a esas crisis. Esa misma ciencia y esos mismos médicos están día y noche a la disposición general, para proteger y fomentar la salud de ustedes.

Ese lema, en que se recalca constantemente la frase titular "la salud de ustedes," aparece en las frases de introducción y de clausura del programa, y de vez en cuando en el intermedio.

Correspondiendo al tema general, ya se han radiodifundido los siguientes programas: quemaduras, pérdida del conocimiento, hemorragias, peligros procedentes del extranjero, asfixia, y plantas y animales venenosos, y están en preparación otros con estos títulos: infecciones, emergencias caseras, accidentes de automóvil, tuberculosis, percances de la caza, enfermedades de los animales transmisibles al hombre, las navidades del médico, y neumonía. Cada tema es tratado desde los puntos de vista de la profilaxia, socorros de urgencia y asistencia médica, recalcándose la primera. Los socorros de urgencia se describen en lo que puede prestarlos el profano oyente, de presentarse el caso de urgencia dado. La ciencia médica aparece en su relación con la profilaxia y el tratamiento, y los médicos son representados como seres naturales y vivientes, sin deificarlos para nada.

Los programas utilizan breves episodios dramáticos, intercalando efectos musicales y algunas frases explicativas. La dramatización presta vida y color, y la música realza el efecto dramático. Las explicaciones son breves, y utilizando voces de distinto tono y de un ritmo vibrante, presentan los puntos salientes en forma vívida, que produce una impresión duradera. El programa resulta así no tan sólo educativo, sino interesante.

Las personas que no están al tanto de la técnica del radiófono no pueden apreciar cuanta labor entrañan estos programas radiofónicos. Brevemente, los pasos necesarios para divulgar un programa de 30 minutos son éstos: se escoge un tema en las oficinas de la Asociación Médica Americana. Luego se recopila el material necesario, que es entregado al dramaturgo de la empresa radiodifusora, quien lo lee y escoge el susceptible de dramatización, preparando entonces un bosquejo preliminar. Después tiene lugar una conferencia entre dicho autor y el director de la Oficina de Higiene e Instrucción Pública, a fin de ponerse de acuerdo sobre el bosquejo. El autor prepara entonces la sucesión de escenas, los intermedios musicales y las explicaciones, y redacta el diálogo, que luego es repasado por un editor y aprobado por cuenta de

la empresa, pasando después para aprobación a la Asociación Médica Americana. De allí sigue al departamento de mimeografía de la empresa a fin de obtener el número necesario de ejemplares para los distintos personajes, pasando algunos a la Asociación Médica para aprobación definitiva. Para la parte musical se contrata una orquesta, y se escogen las piezas. También se escogen los actores entre el personal dramático de la empresa, así como un director de escena y un técnico radiofonista, anunciador, y administrador. Los ensayos se toman  $3\frac{1}{2}$  horas, y por fin, después de mucho tiempo, trabajo, meditación, esfuerzo y dinero, está listo para difusión el programa. Este consume 30 minutos, y entonces hay que dedicar igual tiempo y atención a la elaboración del próximo.

Antes de poder ni siquiera esbozar un programa dado, es necesario seleccionar la hora, disponer de una red, avisar a las estaciones locales y, siempre que es posible, conseguir la aceptación del programa por éstas, a fin de tener una idea aproximada del número y ubicación de las estaciones que van a utilizarlo. Los programas de la Asociación Médica Americana abarcan todo el país, y por lo menos una de las empresas canadienses ha empleado algunos de ellos.

Los programas reciben amplia publicidad en los órganos de la Asociación Médica Americana, las revistas médicas de los Estados, los boletines de los condados, y las circulares de las sociedades de damas (esposas de los médicos). Además, la lista de los programas del mes aparece en *Hygeia*, y se envía en una hojita suelta a los profanos que la solicitan, así como a las sociedades de damas y otros grupos. La empresa radiodifusora también los anuncia por medio de sus avisos en la prensa diaria.

Los programas no son preparados para oyentes médicos, pues se trata de propaganda higiénica para el público. La diferencia de horas en las distintas secciones del país crea ciertos problemas en la radiodifusión. La industria radiofónica considera la correspondencia recibida del público como prueba definitiva del valor del programa. La Asociación Médica Americana, al adoptar estas radiodifusiones dramáticas, ha dado un paso que será emulado por otros organismos educativos. Los médicos, con muy buena razón, deploran el carácter de algunos programas ofrecidos por radio, pero al hacerlo tampoco deben olvidar cuanto ha contribuido ese invento a la propaganda higiénica. El remedio para algunos de los defectos del radio, queda indicado por el hecho de que de los mismos defectos adolecen la prensa, el teatro, el cinema, las revistas y la novela, pues a final de cuentas, todas las formas de expresión reflejan las características, a la vez que las debilidades fundamentales del pueblo americano. El remedio, si es que lo hay, consiste en obras educativas de la naturaleza de la descrita, en que la profesión médica y la industria radiofónica cooperan para informar e instruir al público por medio de programas que, si bien interesantes y divertidos, abordan al mismo tiempo problemas vitales.