

COMUNICAÇÃO VISUAL E SANITARISMO ENTRE AS DUAS GRANDES GUERRAS – OS CARTAZES DA LIGA DE PROFILAXIA SOCIAL (PORTO – PORTUGAL)

BEATRIZ DE LAS HERAS HERRERO*
JORGE FERNANDES ALVES**

O pacifismo está perdido e converte-se em nula beateria se não tem presente que a guerra é uma genial e formidável técnica de vida e para a vida.

Ortega e Gasset – A Rebelião das Massas.

A Primeira Grande Guerra teve um impacto social muito grande na vida das populações. O mundo do pós-guerra é, para o bem e para o mal, bastante diferente do vivido nos tempos anteriores a 1914. Há aquisições tecnológicas cuja conquista foi, no mínimo, acelerada pelas necessidades de guerra e de que se passa a usufruir em tempo de paz, mas há também novas formas de cidadania com a irrupção das massas na participação política: no julgamento dos valores, na relação de aproximação/distanciamento para com o «outro», na atitude de conhecimento. Para além das dicotomias que entroncam no debate belicismo/pacifismo, surgem novas atitudes sociais que se orientam para outras «guerras», assumem-se responsabilidades coletivas que, não sendo originais, ganham novo empenho. No que interessa para esta comunicação, sublinhemos que o sanitarismo ganhou um grande incremento com a Grande Guerra, quer pelas experiências e aquisições durante o conflito, quer pelo efeito de uma intervenção mais dirigista e de posicionamentos mais democráticos, empenhados em alargar a camadas mais amplas os benefícios para a saúde das práticas preventivas, às vezes pontuadas por lemas eugenistas centrados na preocupação

* Universidad Carlos III (Madrid).

** FLUP/CITCEM (Porto).

com a melhoria da espécie humana. Surgem novas instituições da sociedade civil, inconformadas com as patologias sociais, revelando uma vocação vicariante para colmatar lacunas não assumidas (ou assumidas de forma ineficiente) pelo Estado. É o caso da Liga Portuguesa de Profilaxia Social, que, na prática difusora dos seus objetivos formativos, inspirava-se e recorria ao cartaz como meio de comunicação, suporte sobre o qual nos debruçaremos nesta intervenção.

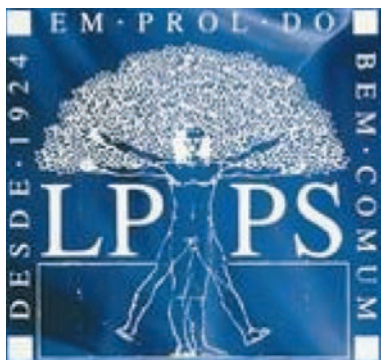
1.

O lema «Em prol do bem comum» presidiu à criação e desenvolvimento da atividade da Liga Portuguesa de Profilaxia Social, que surgiu no Porto em 1924 por iniciativa de três jovens médicos – entre eles António Emídio de Magalhães – a partir da perspectiva higienista e da medicina social, apelando para valores humanitários e patrióticos em tempo de grandes lacunas no domínio da saúde pública em Portugal.



Para esta preocupação assumida pelos jovens médicos, própria das práticas higienistas do seu tempo, contribuiu o facto de o Dr. Magalhães ter desenvolvido atividade clínica em navios da marinha mercante que, nos anos 20, navegavam por distintos lugares, entrando assim em contato com as campanhas de saúde que se desenrolavam em outros países. Algo que ajudou o jovem médico interagir com novas ideias e reunir material interessante sobre o assunto, especialmente após a ascensão da comunicação sanitária após a Primeira Guerra Mundial.

A Liga seguia um programa de 16 objetivos que passavam pela difusão de princípios com base na higiene individual e coletiva, a defesa da educação física, a luta para a divulgação dos problemas relacionados com a saúde e a sociedade (doenças venéreas, tuberculose, prostituição, pornografia, cancro, cuidados durante a gravidez e lactação, saúde ocupacional, cegueira, lepra e paludismo, aborto provocado, regras de alimentação ou o grave problema do «pé descalço»), bem como preocupações eugenistas que tinham como objetivo «chamar a atenção para os poderes políticos sobre a necessidade de regulamentar o casamento do ponto de vista da



profilaxia social» e livrar a sociedade dos seus doentes mentais, alcoólicos e «desviantes». Ou seja, o objetivo era fazer com que o Governo legislasse em matéria de higiene social, através de uma campanha de assistência pública. Portanto, podemos dizer que a sua atividade estava centrada mais no conselho do que na execução de programas de profilaxia.

Para esse fim, a Liga desenvolveu uma campanha de propaganda sobre boas normas de higiene, de saúde e de profilaxia, através da escrita de artigos para a imprensa. Além disso, promoveu palestras doutrinárias sobre problemas nacionais, reuniu grupos de estudo e promoveu campanhas para sensibilizar a sociedade e os poderes públicos, cooperava com instituições oficiais, felicitava e estimulava as boas iniciativas sociais, como a criação de creches, maternidades, cantinas infantis e sociais, cooperativas e postos de assistência médica. Obra que decorreu especialmente durante a fase totalitária do Estado Novo, durante a fase ativa dos fundadores.

2.

Mas a Liga não se confinou a uma discussão elitista e procurou atingir a mais ampla audiência possível com base em mensagens específicas de educação/sensibilização, contando para o efeito com o mundo dos meios de comunicação. Para a Liga de Profilaxia Social a difusão das suas investigações era fundamental. Para um nível mais popular, a sensibilização social foi realizada através de recomendações porta a porta e de suportes mais assertivos e didáticos, nomeadamente os visuais: cartazes, fotografias, filmes e caricaturas. O suporte de comunicação mais utilizado pela Liga no seu trabalho de propaganda foi o cartaz (ainda que ocasionalmente), que consideraremos aqui como objeto do nosso estudo nos domínios do formar/informar.



3.

Porquê o cartaz como meio para chegar ao cidadão com mensagens de profilaxia ou de educação para a saúde, em terminologia mais atual? Nos inícios do século XX, coincidindo com o desenvolvimento das vanguardas históricas com grande influência na afirmação do cartaz e com a eclosão da Primeira Guerra Mundial e da Revolução Russa concretizou-se um estilo! E o cartaz tornou-se num instrumento de propaganda com grande influência até aos primeiros tempos da Guerra Fria. A sua função informativa inicial ganhou tonalidades comerciais, políticas e propagandísticas, convertendo-se num suporte de grande uso político pelas suas possibilidades de reprodução (opera sobre um amplo raio de ação, chegando a todos os lugares), pela economia que resulta da sua impressão e pela sua capacidade de comunicar (fixando a mensagem através de um sincretismo de ideias), independentemente do nível sociocultural do recetor, algo fundamental em tempo de elevado analfabetismo. E foi precisamente esta capacidade de penetrar na consciência popular que fez com que as autoridades vissem o cartaz como um meio adequado para divulgar práticas de educação para a saúde, especialmente a partir de 1917.



4.

Na verdade, os cartazes relacionados com a saúde não só se utilizavam para destacar o labor de, entre outros, a Cruz Vermelha, mas também como uma arma de guerra ao servirem de suporte para a crítica à prática sanitária do inimigo. Enquanto as enfermeiras do lado amigo surgem como atenciosas e sempre ao serviço da causa justa (incluindo, como se vê em alguns cartazes, com aura virginal, numa clara evocação da Pietá), as do lado inimigo são representadas como cruéis ao ponto de derramar água ante um inimigo capturado moribundo, sob o olhar atento dos seus comandantes.



5.

Na primeira campanha realizada pela Liga, os cartazes foram utilizados para uma sensibilização sobre os perigos de doenças venéreas. No início dos anos 30, o desenhador Carlos Mota foi encarregado de produzir um cartaz para uma campanha antivenérea que, após uma impressão de 3.000 exemplares, foi enviado para as câmaras municipais, associações operárias e escolas. Trata-se de um trabalho em que a imagem central é ocupada por uma caveira encimada por um sinal de interrogação, na parte superior do cartaz, que remete para uma questão na parte inferior, enquanto, em primeiro plano, surge uma mulher cuja linguagem corporal indica preocupação. Este cartaz é claramente inspirado num outro elaborado pela Liga Argentina de Profilaxia Social, visitada pelo Dr. Magalhães, cartaz que ainda se conserva nos arquivos da Liga no Porto. Trata-se um trabalho anónimo, em que um casal recém-casado é acompanhado, na sua festa de casamento, por homens cadavéricos que representam as doenças sexualmente transmissíveis: blenorragia e sífilis. O recurso do símbolo cadavérico da caveira é amplamente utilizado nestes contextos.



6.

Outros trabalhos da Liga são também claramente influenciado por cartazes estrangeiros, como os que fazem parte da campanha «A Higiene na Vida», desenvolvida na década de 30, os quais são inspirados por uma série de cartazes da *Croce Rossa Italiana* intitulada «L'Igiene nella vita», que dão orientações sobre higiene pública e privada.



7.

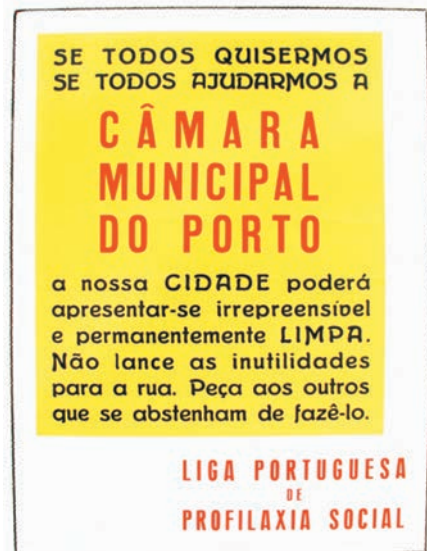
Somam algumas centenas os cartazes que a Liga Portuguesa de Profilaxia Social preservou após diversas ações de recolha realizadas em interação com outras instituições similares. No seu fundo arquivístico, encontramos amostras de cartazes da Argentina, como o já referido, mas também da Áustria, Bélgica, Brasil, Espanha, França, Itália (como os da *Croce Rossa Italiana*), Japão, Luxemburgo, México, Polónia, muitos dos quais são datados dos anos 20 e 30. Estes cartazes têm como objetivos alertar e informar sobretudo acerca de sete questões: recomendações laborais, educação sexual, estilo de vida cívico, saúde, problemas como o alcoolismo, a maternidade e a puericultura.



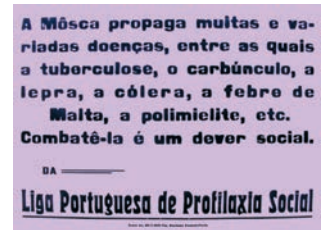
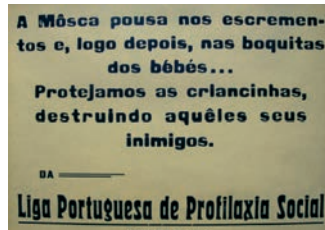
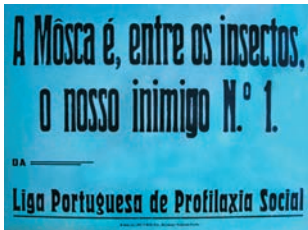
8.

Apesar deste trabalho de compilação de cartazes internacionais e considerando o valor educativo que a instituição lhes atribuía, foi com muita dificuldade que a Liga produziu os seus próprios cartazes devido ao custo considerado exagerado das campanhas visuais. Note-se que a instituição foi criada com recursos dos próprios fundadores e, mais tarde, foi financiada por doações e contribuições voluntárias regulares de quase mil doadores, além de ocasionais e reduzidos subsídios do governo, descontinuados em 1940. Se olharmos exclusivamente para os cartazes de elaboração própria, podemos distinguir quatro categorias temáticas que foram objeto de interesse na produção visual da Liga:

- a) Cartazes que visavam promover e divulgar a própria instituição e suas atividades ou as instituições com as quais colaborava, como a Câmara Municipal do Porto.



- b) Cartazes de advertência para o perigo da mosca, uma questão problemática para a cidade, porque, constituindo o saneamento e a limpeza graves problemas urbanos da cidade, a mosca terá sido um dos principais transmissores de doenças a partir de focos insalubres. Nestas campanhas também se usaram cartazes de parede para enviar recomendações de higiene. Tanto é assim que se aludiu a este problema de uma forma muito agressiva, o que denota a intensidade com que viveram as campanhas: o «nosso inimigo número 1», ou «É preciso combatê-las sem tréguas». Estes cartazes advertiam sobre as enfermidades causadas por moscas (tuberculose, lepra, cólera, poliomielite, febre de Malta...), os perigos da ingestão de alimentos que entraram em contato com moscas ou os perigos para as crianças.



c) Cartazes que fazem parte da campanha contra as doenças sexualmente transmissíveis, como os referidos no início deste texto. A Liga desenvolveu uma longa ação para prevenir doenças que foram, de uma forma genérica, classificadas como «doenças venéreas», especialmente a sífilis, defendendo a regulamentação da prostituição e a necessidade de formação na profilaxia venérea, antes de lutar pela sua absoluta abolição. Com relação à propaganda visual, seguiam-se as mesmas estratégias de comunicação em que a doença surgia diretamente relacionada com a morte, simbolizada na figura cadavérica, como se pode ver num cartaz, representando a morte, incluído numa série que remonta ao final dos anos 30 em que se mostra um esqueleto sobre uma cadeira. A imagem é acompanhada de texto dissuasor: «A ‘certos’ amores os espreita...».

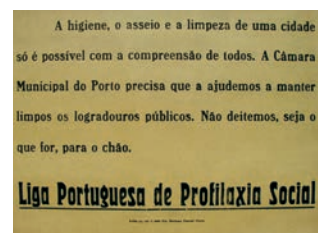
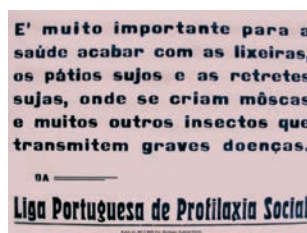
d) Cartazes sobre higiene, especialmente no que diz respeito ao cuidado dos espaços públicos. A cidade do Porto apresentava a maior taxa de mortalidade na Europa, especialmente no centro histórico, a mortalidade infantil superava os 200 por mil. Causas? A insalubridade, dadas as deficiências no abastecimento de água e no saneamento básico, a concentração de população derivada do êxodo rural e a existência de fábricas em áreas residenciais. Indicadores estatísticos mostravam na época que a mortalidade diminuía e que a natalidade crescia no sentido centrífugo. Neste quadro, era habitual que, para promover a sensibilização a estes tópicos, se recorresse a três estratégias discursivas, utilizando como meios de comunicação cartazes murais que continham mais texto do que imagem ou apenas usavam palavras, o que resultava mais económico:



- d.1) A inclusão do conceito de «civismo» e sua associação à ideia de patriotismo: «O maior ou menor índice de limpeza de uma cidade reflete o grau de civismo dos habitantes. Se o Porto for uma cidade limpa, poderemos orgulharmo-nos de ser portugueses».
- d.2) Identificação, por parte do leitor do cartaz, da rua como um bem do qual deve cuidar-se tanto como da sua própria habitação: «Se repona quando lhe sujam a casa, porque conspurca a rua?»
- d.3) O envolvimento de todos no cuidado da cidade: «Colaboremos todos com a Câmara Municipal do Porto nos esforços para tornar limpa e asseada a nossa cidade».

9.

No trabalho: Apesar dos recursos limitados com que contava, a Liga desenvolveu um trabalho incansável de assessoria a órgãos consultivos, como o Governo Civil do Porto ou câmaras municipais, como aconteceu na «Campanha Pé Descalço». Este hábito era um dos grandes problemas higiénicos em Portugal pelo número de doentes e de mortos que causou o costume popular, pouco saudável, de andar descalço em áreas urbanas. Para diminuir os numerosos casos de tétano e de outras infeções, o Governo Civil do Porto, com o apoio da Liga, lançou uma campanha de sensibilização que foi alargada a todo o país. O objetivo era evitar as enfermidades daí resultantes e, além disso, eliminar um dos signos que se identificavam com a pobreza, no contexto da procura de uma imagem renovada da cidade, através da sensibilização e, por fim, da proibição, já que, a partir de 27 de setembro de 1928, se penalizou essa prática, inclusive com prisão, em caso de reincidência.



10.

Conclusões. Para finalizar, podemos dizer que a Liga de Profilaxia Social se aliou ao trabalho realizado por outras instituições em dois aspetos: o humanismo do pós-guerra e o início de um período de maior participação dos cidadãos na vida política, tendo, neste caso, como objetivos combater e eliminar doenças, estimular a prevenção, sublinhar a importância da ciência médica em detrimento dos remédios caseiros e promover a investigação, tal como procedia a Liga Argentina de Profilaxia Social, fundada em Buenos Aires em 1921 e que é o gérmen da Liga Portuguesa. O Dr. António Emídio de Magalhães, enquanto promotor da Liga, entendeu que os problemas de saúde da cidade do Porto e do país podiam ser atenuados com o estudo e sensibilização, daí que organizasse no seu consultório um espaço dedicado à prevenção e educação profilática. Para operacionalizar essas dimensões, utilizou diversos meios que tinham como objetivo contribuir para o processo de sensibilização a dois níveis: o político (forçando as autoridades a ver os problemas e encontrar soluções através de campanhas); o social (fazendo interiorizar aos cidadãos os benefícios de viver uma vida sã nos domínios físico, psicológico e ético). Esquecendo por agora a discussão dos problemas em conferências especializadas, para as quais convocava os mais relevantes especialistas nacionais, e descendo ao nível do cidadão, reconhecemos que, dada a elevada taxa de analfabetismo dos tripeiros nos anos 20 e 30, a Liga usou como suporte fundamental na sua estratégia de comunicação o cartaz.

