



Representaciones de la Sociedad Colombiana a través de los anuncios publicitarios en los años cincuenta

*Por: Jorge Hernán Rosero Pulido
Maestría en Historia,
Universidad de los Andes.*

El propósito de este trabajo es indagar el rol que desempeñaron los avisos publicitarios en la elaboración de representaciones, a partir de los discursos de venta y las imágenes, y de qué manera éstos contribuyeron en la construcción de un discurso modernizante en la sociedad colombiana de mediados del siglo XX. Además se propone rastrear en estos avisos qué hábitos de consumo proponían los anunciantes a los lectores de las revistas donde eran publicados los avisos.

Para este propósito realicé un rastreo de los avisos publicados en las revistas *Semana*, *Cromos* y *Mito* en el periodo comprendido entre 1951 y 1959, y construí un corpus de avisos publicitarios clasificándolos en avisos de productos industriales, avisos institucionales, avisos de entidades financieras y avisos de productos de consumo masivo. Una vez hecha esta selección tomé tres casos de estudio: Esso Colombiana, Censos Nacionales de 1951 y Laboratorios Squibb / Levadura Fleishmann los cuales analizaré en este trabajo.

Introducción: La sociedad colombiana en la década de los 50

La década comprendida entre 1950 y 1959 fue una época en la cual la sociedad colombiana experimentó un acelerado proceso de modernización desde diferentes ámbitos; a nivel político Palacios y Safford (2002) ¹, señalan que el país vivió entre 1946 y 1957 bajo un régimen basado en los viejos principios del conservadurismo pero que convivía junto a grandes transformaciones económicas de tipo liberal; este orden se construyó sobre cuatro pilares:

- Valor estratégico acordado a la industrialización y al proteccionismo
- Control a los sindicatos y las bases obreras mediante una combinación de represión, paternalismo empresarial y catolicismo social
- Desmovilización electoral a la que contribuyó la abstención liberal en las elecciones entre 1949 y 1957.
- Alianzas con Estados Unidos para desarrollar la electrificación, ampliación de redes de transporte y comunicaciones.

Cabe señalar que el país estuvo en un permanente estado de excepción de 1949 a 1957, período en el cual las libertades estaban restringidas. Los dirigentes políticos de la época tenían la idea de que las movilizaciones políticas se podrían convertir en una amenaza para el sistema y poner en peligro el crecimiento económico. Esto se reflejaba en una censura que restringía la libertad de prensa.

En cuanto a los aspectos económicos, es preciso señalar, que en el periodo que continuó después del final de la Segunda Guerra Mundial se presentó un crecimiento económico importante en el país ². La industria se concentraba en Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla ³.

¹ Palacios, Marco, y Frank Safford. Colombia: país fragmentado, sociedad dividida. Bogotá: Norma, 2002 P 584.

² Para el periodo entre 1945 y 1955 el Producto Interno Bruto en Colombia creció a una tasa anual del 5% en promedio y la producción industrial creció al 9% anual en promedio (Bushnell, 2007).

En aquella época se consolidaron los gremios como la ANDI, en el caso de los industriales, y FENALCO en el caso de los comerciantes; estos gremios estaban identificados, el primero, con el partido conservador y el segundo, con el partido liberal. Los gobiernos conservadores procuraron defender el principio de libertad de empresa e iniciativa privada.

En el campo de la cultura se puede observar un aparente contraste entre la limitación de libertades políticas y un florecimiento de la actividad cultural y artística; a pesar que los dirigentes conservadores señalaron que las políticas de democratización de la cultura implementadas en los gobiernos liberales fueron causantes directas de los problemas de orden público a partir de 1948. En consecuencia, durante la década de los 50 iniciaron una lucha contra toda modernidad educativa y cultural y un regreso a lo que denominaron “Raíces católicas e hispánicas de la nación” (Silva, 2015). Sin embargo, en la práctica, las dinámicas culturales iniciadas en los decenios anteriores a pesar de ser atacadas por los gobiernos conservadores continuaron su marcha.

Por último, también en los años 50 se dio inicio a espectáculos masivos deportivos como el Torneo Profesional de Fútbol y la Vuelta Ciclística a Colombia, estos dos deportes sirvieron como símbolos de integración nacional y construyeron los primeros héroes deportistas. La radio fue un factor fundamental para la difusión en una amplia escala de estos eventos.

Antes de iniciar el análisis de los avisos considero importante hacer un recorrido por los espacios donde se crearon y se imprimieron estos avisos publicitarios.

³ Palacios (2002) hace un análisis interesante de las diferencias regionales entre los industriales de origen costeño y antioqueño asociándolos a un carácter más liberal, mientras que los industriales caleños tendían a tener un carácter más conservador. Esto generó fuertes rivalidades entre grupos de industriales y orientó las posiciones hacia un proteccionismo industrial.

Agencias de Publicidad



De los primeros departamentos de propaganda nacidos en las grandes empresas en los años 20 rápidamente se comenzaron a organizar en la década de los 30 las primeras agencias publicitarias en Medellín, para los años 40 fueron fundadas las agencias Atlas Publicidad y Propaganda Época, primeros establecimientos que se organizaron al estilo de las grandes agencias de publicidad norteamericana de aquel entonces. En la primera página del periódico El Tiempo del Sábado 29 de abril de 1950 se puede leer:

“Fue PROPAGANDA ÉPOCA la que implantó en Colombia los modernos sistemas del anuncio, creando los departamentos de planeamiento general, redacción especializada, radio, dibujo, investigaciones de ventas y mercados, consulta pública, relaciones públicas y dotando sus instalaciones de los instrumentos técnicos adecuados para cumplir la función que se había propuesto.

Para lograr esta finalidad importó especialistas de los Estados Unidos, Suiza, México, Chile y la Argentina y asimismo envió a jóvenes colombianos con aptitudes y aspiraciones a estudiar en el exterior los más modernos sistemas de propaganda”.

En este sentido este proceso, además de presentarse un proceso de acumulación de capital económico; también se presentó una acumulación de capital simbólico en Bourdieu. Esto permitió que en los años 50 los nuevos profesionales en mercadeo y publicidad quienes vieron en este nuevo oficio una manera de adquirir prestigio social, vinculándose a una sociedad modernizada.



La col
de





Las revistas como espacio de generación de representaciones

La revista Cromos fue creada en 1916 como un semanario semanal ilustrado y se orientó a informar de manera visual los acontecimientos económicos, políticos y sociales, para los años 50 la revista ya estaba consolidada y aprovechó los adelantos en los sistemas de impresión para integrar en sus páginas recursos gráficos como las imágenes a color ⁴.

En cuanto a la revista Semana, cuya primera edición circuló en 1946, siguiendo el modelo de las revistas norteamericanas de la época como Time y Newsweek ⁵.

Mito fue una revista pionera en el ámbito cultural colombiano, circuló entre 1955 y 1962 contribuyendo a la divulgación de obras, tanto de autores colombianos como extranjeros, a un público que estaba acostumbrado a tener contacto con la literatura de manera esporádica por intermedio de los suplementos literarios de los periódicos capitalinos, El Tiempo y El Espectador.

A pesar de las limitaciones que imponía la censura de prensa que en la práctica operó en esta década se puede destacar que estas revistas, más que medios

de transmisión de información, también fueron espacios de intercambio de ideas en el cual redactores, ilustradores, publicistas, clientes y lectores construían un imaginario de una sociedad que paso a paso se convertía en una sociedad moderna.

Los medios de comunicación, que para este análisis son las revistas, “son actores fundamentales en los procesos de conformación y manifestación de la opinión pública que se concretan en la conformación de comportamientos, actitudes y pensamientos en la sociedad ya sea para la toma de decisiones o en la elaboración de representaciones” ⁶. En este sentido, considero que no solo en la información de tipo editorial o noticioso se pueden generar estas representaciones, también los anunciantes con sus discursos e imágenes contribuyen a la elaboración, la consolidación o el cuestionamiento de tales representaciones.

Respecto de las representaciones, según Chartier son “las diferentes formas a través de las cuales las comunidades, partiendo de sus diferencias sociales y culturales, perciben y comprenden su sociedad y su propia historia”⁷

⁴ Desde 1918 Cromos pertenecía a la familia Tamayo Álvarez quienes vendieron la revista en 1953 a la familia Restrepo Suárez. Este cambio se notó en un mayor uso de la fotografía y de las ilustraciones en sus páginas.

⁵ En la primera parte de la década de los cincuenta, Semana continuó empleando ilustraciones de artistas gráficos como Descamps, Franklin y Max Henríquez. Hacia la segunda parte de la década en sus portadas empezaron a aparecer fotografías a color.

⁶ Héctor Borrat, El periódico, actor político (Barcelona: Gustavo Gilli, 1989)

⁷ Roger Chartier, El mundo como representación. Estudios sobre historia cultural (Barcelona: Gedisa, 2005).

Primer Caso de Estudio: Esso Colombiana:

Este es Nuestro PROBLEMA!

Este es el primero de una serie de avisos destinados a analizar los problemas de la distribución y venta de los productos del petróleo en Colombia.

Colombia es un país de abrupta y escarpada topografía. Tres elevadas cordilleras lo atraviesan. El clima, bruscamente cambiante, añade el factor de lo imprevisible a su accidentada geografía. Topografía y clima son obstáculos muy difíciles de vencer para los transportes.

A pesar de ello, Colombia crece y se desarrolla. Año tras año, día tras día, hemos visto trazarse kilómetros y kilómetros de carreteras, construirse las más atrevidas líneas férreas, elevarse los aviones por encima de las cordilleras. Todo esto impone una mayor demanda de productos del petróleo, y el consumo aumenta sin cesar.

Satisfacer esta creciente demanda es el problema que tiene que resolver prácticamente una sola compañía: la Esso Colombiana. Nadie tiene en Colombia el monopolio para la distribución de los productos del petróleo. El mercado está abierto para todos. Pero, hasta hoy, la Esso Colombiana ha venido asumiendo la responsabilidad de abastecer a casi todo el país, dentro de las limitaciones que imponen el clima y la geografía.

Esso
Esso COLOMBIANA S.A.

AVISO 1 Anunciante: Esso Colombiana S.A. Revista Semana, Bogotá, Volumen X, - Edición No. 226, febrero 17 de 1951

AVISO 2 Anunciante: Esso Colombiana S.A. Revista Semana, Bogotá, Volumen X - Edición No. 227, febrero 24 de 1951

Los inicios de la compañía en Colombia se remontan a inicios del siglo XX cuando la Tropical Oil Company se estableció en Barracabermeja realizando exploración petrolífera en los territorios entregados por el estado en el marco de la Concesión Mares. En los años cuarenta la Troco inicia una serie de compra de estaciones de servicio y termina cambiando su razón social a Esso Colombiana S.A.

La Esso publica en la revista Semana una serie de cuatro avisos, en febrero de 1951, que tienen como propósito que la empresa deje de ser vista como un monopolio, por parte de la opinión pública, en momentos en que está en marcha el proceso de reversión al Estado de la concesión de Mares. La intención de la Esso es la de presentarse ante la opinión pública como una empresa que, a pesar de actuar en un escenario de libre competencia, tienen, según ellos, la mayor responsabilidad en la distribución de derivados del petróleo en el país.

Crecimiento del Consumo

Colombia se transforma. Entre la Colombia de hace cincuenta años y la Colombia de hoy, existe una diferencia de vida que en otras épocas no se habría logrado sino con el trabajo de siglos. Han surgido nuevas industrias, se levantaron mayores edificios, se mecaniza la agricultura. Estos hechos, sumados al aumento de los vehículos automotores y de las actividades aéreas, acarrearán un incremento proporcional del consumo de los productos del petróleo.

Crecimiento del Consumo en Colombia (En galones)

Estos datos no incluyen ventas a particulares en Barracabermeja ni ventas efectuadas por la Colombian Petroleum Co. en Cúcuta.

Año	Gasolina Motor (Galones)	Gasolina Aviación (Galones)
1945	62,198,366	3,311
1946	-	-
1947	-	-
1948	-	-
1949	118,828,613	-
1950	-	15,791,285

Aumento del consumo en 6 años: 128% Aumento del consumo en 6 años: 306%

El consumo de gasolina motor en Bogotá, hoy en día, es 10 veces mayor de lo que era hace 15 años.

Esso
Esso COLOMBIANA S.A.

En el Aviso 1, parten del titular “Este es nuestro Problema”, muestran un plano del país, exagerando la escala de las cordilleras para resaltar las dificultades topográficas que implica la distribución de los productos y se presentan como una compañía que está lista para atender la creciente demanda de gasolina.

En el Aviso 2 aborda de manera directa el crecimiento del consumo, señalando que el cambio producido en el país en los últimos cincuenta años ha sido mayor que en los anteriores siglos y que los procesos de industrialización, unidos al incremento del número de vehículos y aeronaves, han influido en el aumento del consumo de derivados del petróleo.

La ilustración que acompaña a este aviso es interesante por la manera como el dibujante plantea el contraste entre lo antiguo y lo nuevo, los edificios modernos ubicados en la izquierda del aviso enfrentados a la ciudad antigua que está al lado derecho. El dibujante hace uso de recursos técnicos como la perspectiva para que se perciba que los edificios modernos son más altos, mientras que en la ciudad antigua tiene una perspectiva diferente, el dibujo es más sencillo. Esta ilustración refuerza la idea de que lo nuevo es lo mejor y está asociada con el discurso modernista de la sociedad colombiana de mediados del siglo XX. En la ilustración subyace la idea de que las ciudades deberían transformarse y abrir espacio para los buses; esta misma idea se puede apreciar en la ilustración del Aviso 3 donde también entra en contraste la naturaleza selvática de las orillas del Río Magdalena con las instalaciones petroleras.

AVISO 3 Anunciante: Esso Colombiana S.A. Revista Semana, Bogotá, Volumen X - Edición No. 228, marzo 3 de 1951

Los avisos publicitarios responden a un interés de las empresas anunciantes por **proyectar su imagen** ante la sociedad como compañías respetables, cercanas a la sociedad colombiana.

Cómo se está MEJORANDO la DISTRIBUCION.

El consumo de los productos del petróleo ha venido creciendo en Colombia día por día. En años anteriores, el río Magdalena y otros medios de transporte bastaban para satisfacer las necesidades de los consumos de ese entonces. A la vez, resultaba impracticable construir oleoductos, medios modernos de transporte para los productos del petróleo, pues los consumos pequeños no bastaban para respaldar su muy costosa financiación.

Hoy, la integración de una red completa de oleoductos que aseguren una distribución regular de los productos derivados del petróleo es esencial para el país, dados los consumos actuales. Oleoductos como los de Barrancabermeja a Cantimplora, de Cantimplora a Puerto Salgar y de Puerto Salgar a Bogotá, son vitales para el desarrollo de Colombia.

La Esso Colombiana S. A. ha venido cooperando con sus propios recursos, en la construcción y financiación de los oleoductos que necesita el país y que tantas ventajas traerán para todos los consumidores colombianos.

Este es el tercero de una serie de avisos destinados a analizar los problemas de la distribución y venta de los productos del petróleo en Colombia

ESSEO

ESSEO COLOMBIANA S.A.

UN SERVICIO: NO UN MONOPOLIO



Actualmente existen en Colombia 806 expendios de gasolina. De éstos, sólo 87 son propiedad de la Esso Colombiana, S. A. Es decir, la Esso sólo tiene menos de un 11% del total.

Los 87 expendios de la Esso son verdaderas estaciones de servicio. En ellas encuentra el automovilista lubricación completa y especializada para su vehículo, aire y agua, repuestos y accesorios. Las estaciones "Esso" son garantía de eficiencia, atención y cortesía en todo el país.

La Esso Colombiana no opera directamente ninguna de sus estaciones. Todas ellas están arrendadas a operadores independientes que administran libremente su negocio y reciben asistencia técnica y normas de mejor servicio por parte de la Compañía.

La Esso Colombiana no desea adquirir los expendios ya existentes de particulares. La Compañía construye y equipa sus estaciones. Las estaciones "Esso" no interfieren con el desarrollo de las actividades de quienes controlan, particularmente, casi el 90% del mercado. Con utilidades razonables en el desarrollo de sus operaciones, la Esso Colombiana podría hacer nuevas inversiones para extender, a medida que el consumo lo demande, un renglón que representa, en verdad, oportunidades de negocio para muchos y de servicio para todos.

Este es el cuarto de una serie de avisos destinados a analizar los problemas de la distribución y venta de los productos del petróleo en Colombia.

Esso

Esso COLOMBIANA S.A

AVISO 4 Esso Colombiana S.A. Revista Semana, Bogotá, Volumen X - Edición No. 229, marzo 10 de 1951

AVISO 5 Anunciante: Esso Colombiana S.A. Revista Mito, Bogotá, Edición No. 15, agosto - septiembre de 1957

Por último, el Aviso 4 se enfoca en demostrar que las estaciones de servicio no son propiedad de la Esso Colombiana S.A, su operación está a cargo de operadores independientes quienes reciben "asistencia técnica y normas de mejor servicio por parte de la compañía". También muestran que, de los 806 expendios de gasolina existentes en el país en 1951, únicamente 87 hacen parte la Esso colombiana.

Las imágenes de este aviso hacen referencia al centro de servicio el cual se representa como un lugar limpio, ordenado y al frente se encuentra un funcionario en actitud atenta, con el overol limpio y debidamente identificado con la marca de la compañía.



entre confiado...

saldrá satisfecho

Esso COLOMBIANA S.A.

36 años de gasolina **Esso** en Colombia



En 1921 la gasolina ESSO era ya el combustible perfecto para los motores de la época. Año tras año los conductores de toda clase de vehículos han preferido la Gasolina Esso porque siempre ha estado a la altura de los últimos adelantos en la industria automovilística.

La investigación Esso garantiza el presente y el futuro de los motores marchando. . . Un paso adelante del progreso.

Gasolina Esso
Donde su distribuidor

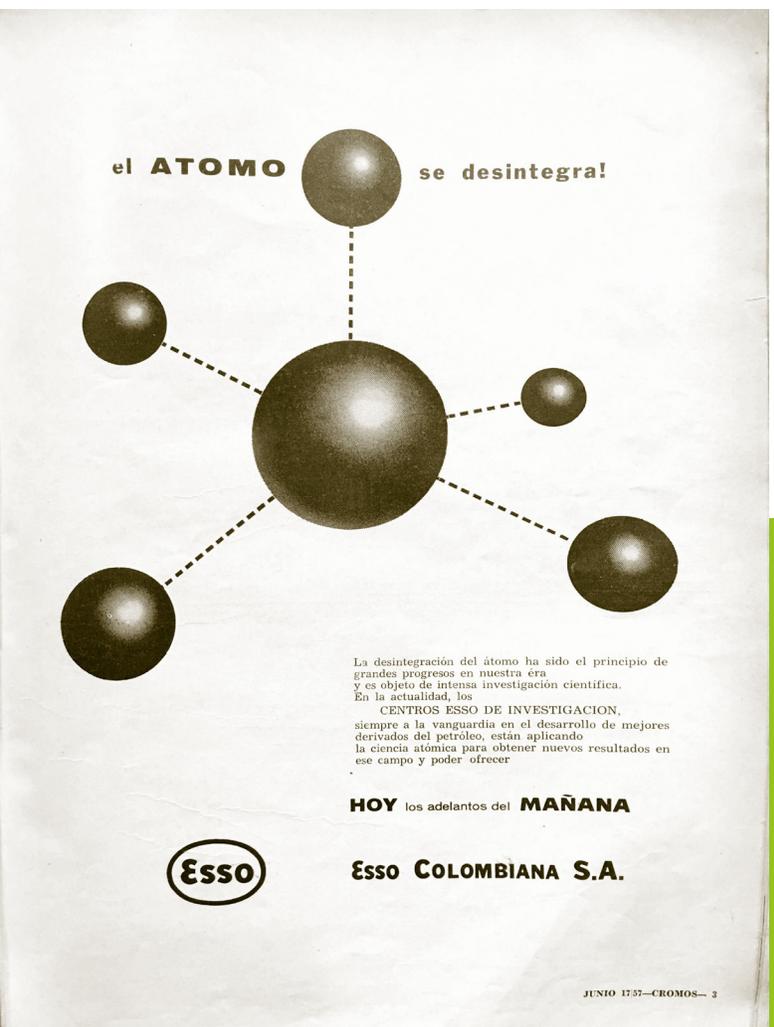


AVISO 6 Anunciante: Esso Colombiana S.A. Revista Semana, Bogotá, Volumen XXIII - Edición No. 565, septiembre 27 de 1957

Los siguientes avisos son de carácter más conceptual, las imágenes toman un rol más protagonista, el anunciante parte del supuesto de que los lectores ya conocen lo que es una estación de servicio y el modelo de distribución, en el Aviso 5 toman el identificador de la compañía como protagonista e invitan al lector a que ingresen a la estación con la promesa de salir satisfecho.

En el Aviso 6 el discurso apela a la tradición, indicando que desde 1921 la Esso ha vendido gasolina en Colombia y que gracias a la continua investigación los conductores contarán con un producto acorde a los desarrollos de la industria automovilística. Los tres vehículos representan el pasado, presente y futuro del automóvil, los óvalos en los que están inscritos los dos automóviles son los correspondientes a la marca ESSO.

En el Aviso 7 la intención es la de demostrar que al igual que la investigación de los átomos ha generado progresos, también los Centros de Investigación de ESSO han realizado grandes avances en el desarrollo de nuevos productos derivados del petróleo y aplican la "ciencia atómica" para ofrecer nuevos resultados.



el **ATOMO** se desintegra!

La desintegración del átomo ha sido el principio de grandes progresos en nuestra era y es objeto de intensa investigación científica. En la actualidad, los **CENTROS ESSO DE INVESTIGACION**, siempre a la vanguardia en el desarrollo de mejores derivados del petróleo, están aplicando la ciencia atómica para obtener nuevos resultados en ese campo y poder ofrecer

HOY los adelantos del **MAÑANA**



Esso COLOMBIANA S.A.

JUNIO 1957—CROMOS— 2

AVISO 7 Anunciante: Esso Colombiana S.A. Revista Semana, Bogotá, Volumen X - Edición No. 228, marzo 3 de 1951

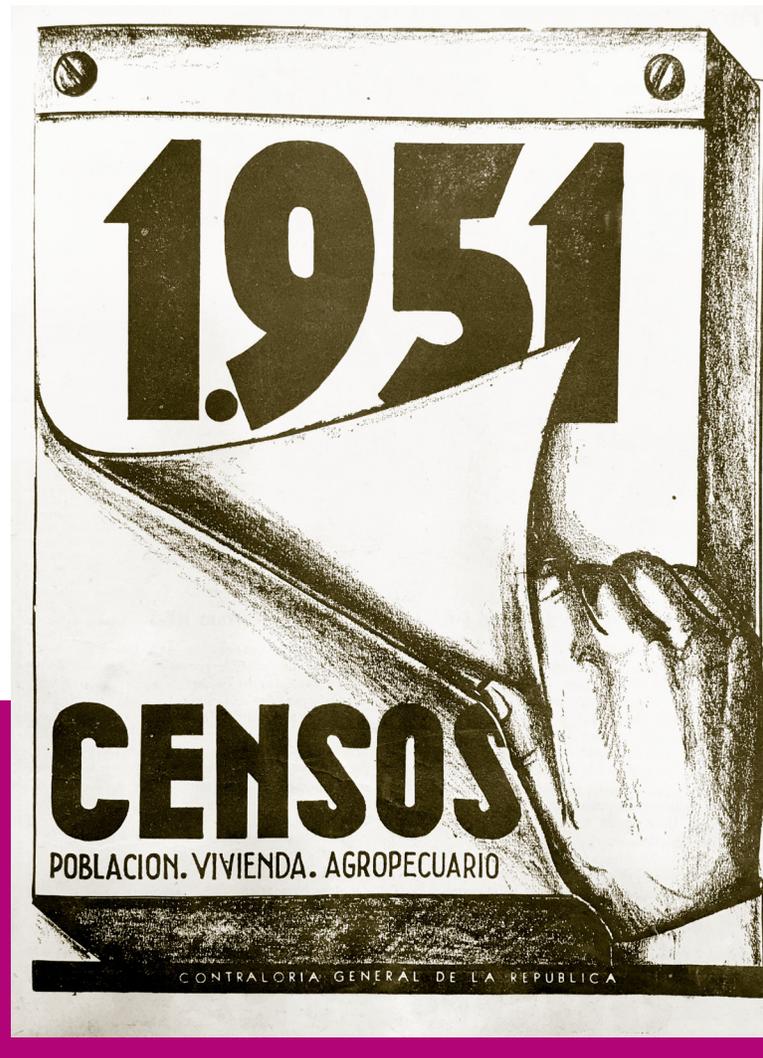
Segundo Caso de Estudio: Censos Nacionales de 1951

Éste fue el décimo segundo realizado en el territorio nacional. Su organización estuvo a cargo de la Dirección de la Estadística Nacional adscrita a la Contraloría General de la República y se realizó en conjunto con los Censos de Edificios y Viviendas, y el censo Agropecuario entre el 9 y el 31 de mayo de 1951. Cabe resaltar que la información estadística se planeó de acuerdo con las directrices emanadas del Comité de los Censos de América (COTA) con el fin de poder comparar la información estadística bajo unos parámetros uniformes.

AVISO 8 Anunciante: *Contraloría General de la República.*
Revista Semana, Bogotá, Volumen X, edición No. 223, enero 27 de 1951

Los avisos que se analizaron corresponden a una campaña publicitaria (Definir) dirigida a diferentes actores participantes en el censo; empadronadores, ganaderos y la población en general, con el fin de movilizarlos y de esta manera contribuir a que la información del censo fuera lo más precisa posible.

El Aviso 8 invita a los lectores a tener en cuenta que durante el año se llevarán a cabo los censos nacionales, el uso del calendario hace referencia a la necesidad de no olvidar que se llevará a cabo este evento, consta de una única ilustración que representa el calendario de 1951, una mano pasa la hoja de portada para encontrar que en una próxima fecha se llevará a cabo la edición de los censos de población, vivienda y agropecuario.



UN SERVICIO: NO UN MONOPOLIO



Actualmente existen en Colombia 806 expendios de gasolina. De éstos, sólo 87 son propiedad de la Esso Colombiana, S. A. Es decir, la Esso sólo tiene menos de un 11% del total

Los 87 expendios de la Esso son verdaderas estaciones de servicio. En ellas encuentra el automobilista lubricación completa y especializada para su vehículo, aire y agua, repuestos y accesorios. Las estaciones "Esso" son garantía de eficiencia, atención y cortesía en todo el país

La Esso Colombiana no opera directamente ninguna de sus estaciones. Todas ellas están arrendadas a operadores independientes que administran libremente su negocio y reciben asistencia técnica y normas de mejor servicio por parte de la Compañía

La Esso Colombiana no desea adquirir los expendios ya existentes de particulares. La Compañía construye y equipa sus estaciones. Las estaciones "Esso" no interfieren con el desarrollo de las actividades de quienes controlan particularmente, casi el 90% del mercado. Con utilidades razonables en el desarrollo de sus operaciones, la Esso Colombiana podría hacer nuevas inversiones para extender, a medida que el consumo lo demande, un renglón que representa, en verdad, oportunidades de negocio para muchos y de servicio para todos.

Este es el cuarto de una serie de avisos destinados a analizar los problemas de la distribución y venta de los productos del petróleo en Colombia.

ESSEO

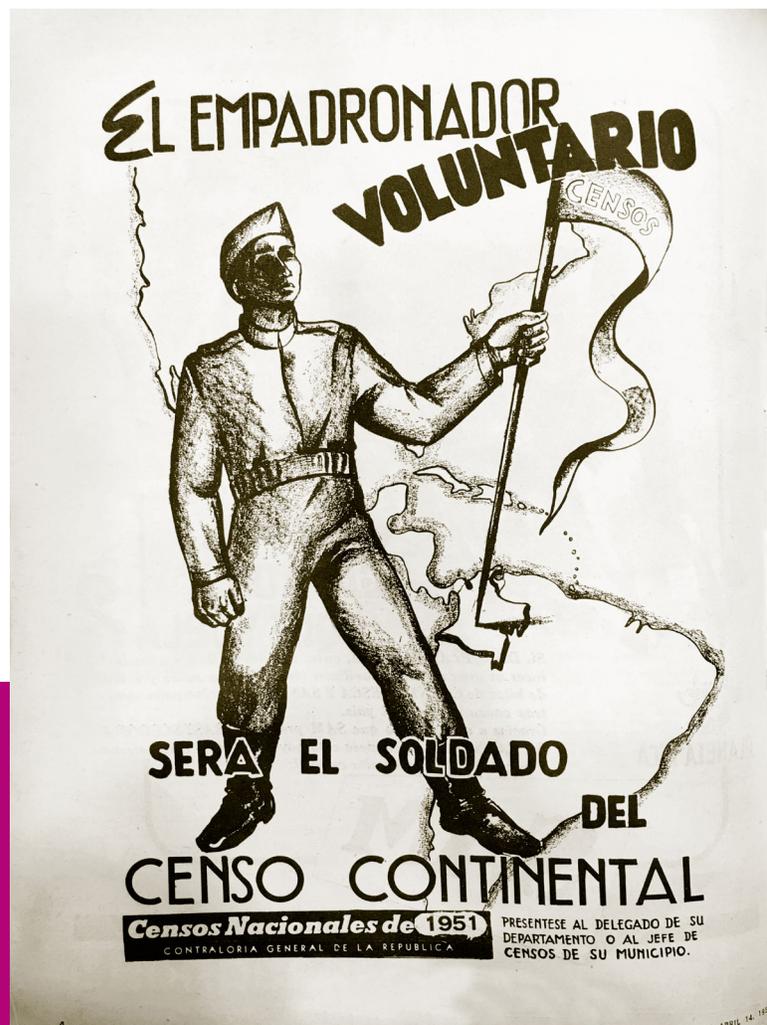
Esso COLOMBIANA S.A

El Aviso 9 pretende generar expectativa por los resultados del censo y que dichos datos contribuyan a mejorar las condiciones de vida de los colombianos. Hay una fe en la idea de progreso, de pensar que las cosas serán mejores. Al contrario del anterior aviso aquí se usa la fotografía como protagonista visual.

► **AVISO 9** Contraloría General de la República. Revista Semana, Bogotá, Volumen X - Edición No. 223, enero 27 de 1951

El Aviso 10 está dirigido a los empleados oficiales y los invita a presentarse a los delegados departamentales o al jefe de censos en los diferentes municipios del país para convertirse en empadronadores voluntarios. La invitación a convertirse en soldado alude al prestigio que tiene la figura, en aquellos momentos el Batallón Colombia está en Corea y ser soldado genera Prestigio. El soldado está en actitud victoriosa, clava una bandera en el mapa de Colombia, la cual está ubicada dentro del contexto continental. La bandera está marcada con el nombre de los censos.

◀ **AVISO 10** Contraloría General de la República. Revista Semana, Bogotá, Volumen X - Edición No. 234, abril 14 de 1951



GANADEROS: EL EMPADRONADOR *necesita* SABER



El número de cabezas de ganado
de su hacienda.
CENSOS de 1951
CONTRALORIA GENERAL DE LA REPUBLICA

El Aviso 11 está dirigido a los ganaderos con el propósito de que le suministren a los empadronadores la información que requieren para completar la información del ganado de sus haciendas. El tono del mensaje invita a los ganaderos a hacer parte del censo, a brindar toda la información referente al ganado de su hacienda. Se muestra un mosaico fotográfico de imágenes de ganado vacuno, ovino, equino y porcino con un gran signo de interrogación al lado derecho.

▶ **AVISO 11** Contraloría General de la República. Revista Semana, Bogotá, Volumen X - Edición No. 225, febrero 10 de 1951

En el Aviso 12 el mensaje está dirigido al público en general y tiene el propósito de generar expectativa sobre cuáles serán las ocupaciones que son predominantes en la población colombiana. Las imágenes son sintéticas y representan a los agricultores, obreros y profesionales.

◀ **AVISO 12** Contraloría General de la República. Revista Semana, Bogotá, Volumen X - Edición No. 225, febrero 10 de 1951

CUALES SON LAS OCUPACIONES PREDOMINANTES DE LA POBLACION COLOMBIANA?



Agricultores?

Obreros?

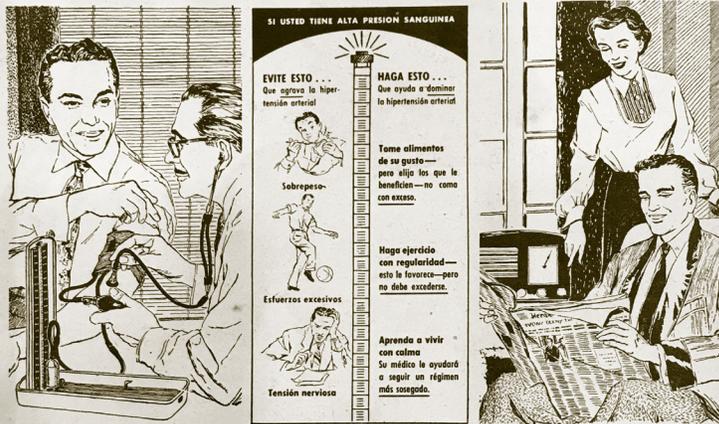


Profesionales?

lo dirá el CENSO DE POBLACION

CONTRALORIA GENERAL DE LA REPUBLICA

¡La hipertensión arterial no tiene por qué AMENAZAR su FUTURO!



Un examen médico anual ayuda a descubrir la alta presión arterial a tiempo—cuando es más fácil combatirla.

Usted y su médico—en colaboración—pueden evitar que la hipertensión arterial perturbe su vida.

Una de las mejores maneras de ayudar a dominar la alta presión sanguínea es seguir un régimen de vida moderado.

Si pasa usted de los 40—hágase tomar la presión sanguínea con regularidad. La hipertensión arterial es más frecuente entre las personas de edad mediana o avanzada—pero un examen físico anual la puede descubrir al comienzo. Consulte al médico también, si sufre de dolor de cabeza, mareos, disnea, cansancio, pues son señales de aviso de la hipertensión arterial—aunque pueden provenir también de otras causas. Deje que lo decida su médico. Sólo él posee los medios para hacer el diagnóstico e instituir el tratamiento adecuado.

Si el médico encuentra su presión arterial alta, le dirá lo que NO DEBE y lo que PUEDE usted hacer. “Vida moderada” suele ser la receta. El comer con exceso, los esfuerzos extremados, las preocupaciones y la tensión nerviosa agravan la hipertensión arterial. Por lo tanto, siga los consejos de su médico si él le sugiere restringir sus actividades. La hipertensión arterial, si se descuida, puede causar graves afecciones del corazón, los riñones y el cerebro. Pero su médico puede indicarle cómo evitar estos males—si usted colabora con él.

Si Ud. coopera con su médico—puede disfrutar de una vida larga y provechosa. Gracias a sus conocimientos sobre drogas, dietas y cirugía, él puede hacer mucho para dominar la hipertensión arterial—y combatir serias complicaciones. Y Ud. puede ayudarlo. Aprenda a no excederse en el trabajo—a suspenderlo y descansar con frecuencia. Evite los trastornos emocionales. Coma sensatamente, haga ejercicio moderado con regularidad, y duerma bastante. Si Ud. vive con prudencia, podrá disfrutar de una vida larga y plena—a pesar de la hipertensión arterial.

• Está en un anuncio de una serie dedicada a los problemas de higiene y salud pública. Al leerlo, aprenderá usted cómo la colaboración estrecha con su médico no sólo puede proteger sino mejorar su bienestar físico y mental, permitiéndole disfrutar de una vida más larga y saludable.



SQUIBB
PRODUCTOS FARMACEUTICOS
DESDE 1858

Tercer Caso de Estudio: E.R. Squibb & Sons / Fleischmann

En esta sección he querido unir dos compañías, la primera del sector farmacéutico y la segunda del sector alimentos, ambas empresas son norteamericanas. En sus avisos han recurrido a modelos norteamericanos de publicidad sin hacer uso de modelos nacionales. Al parecer estos avisos son hechos por agencias de publicidad norteamericanas y adaptados a los medios de comunicación impresos en Latinoamérica.

E.R. Squibb & Sons, compañía norteamericana fabricante de productos farmacéuticos desde 1958, se especializó en la producción de antibióticos y en los años 50 experimentó una expansión hacia Latinoamérica. El laboratorio pautó una serie de avisos con el propósito de generar conciencia en los lectores acerca de tres problemas de salud: la hipertensión, la mala alimentación y el cáncer. Más que publicitarios, son avisos de tipo informativo, la diagramación es formal y existe una proporción similar de textos e imágenes en los tres avisos. Las ilustraciones representan personas de tez blanca, trajes elegantes tanto en el ámbito familiar como en consulta con su médico. El tono de los mensajes es optimista, a pesar de evidenciar las causas de las problemáticas de salud, muestra un tono de comunicación optimista en el que resaltan el papel de la medicina y la ciencia en la resolución de estos problemas.

En el remate de los avisos presenta al laboratorio, que al señalar los problemas de higiene y salud pública, también presenta la solución que pasa por el médico quien, además de proteger, también está en capacidad de mejorar su bienestar físico y mental. El laboratorio no hace una venta directa de sus productos, pero al sugerir que los lectores consulten y atiendan las recomendaciones del médico, indirectamente están incrementando sus ventas.

El Discurso de los avisos es de carácter terapéutico, detrás de estos mensajes “hay una ideología de una sociedad que atiende a sus miembros como a un enfermo virtual” (Baudrillard, 2010).

¡Una dieta adecuada puede mejorar SU APARIENCIA ... Y SU SALUD!



La inflamación de las encías o de la boca puede desaparecer mediante un simple cambio de dieta!

¡Come usted a diario algo de cada uno de los seis grupos de alimentos básicos! ¡Debe hacerlo!

¡Un cambio en su régimen alimenticio puede hacer maravillas!

Cinco signos que pueden indicar la necesidad de un cambio de dieta: Agotamiento o palidez; fatigabilidad rápida o nerviosidad; inapetencia y digestión o eliminación deficientes; falta o exceso de peso; encías o boca inflamadas. Estas son molestias muy corrientes. A usted le pueden parecer sin importancia, pero no es así... Si observa alguna de ellas, vea a su médico. El puede recomendarle un sencillo cambio de dieta que a menudo hace desaparecer tales trastornos.

¡Guía para una dieta saludable! Arriba aparecen ilustrados los alimentos que usted debe ingerir diariamente para sentirse mejor y tener mejor apariencia. Recorte esta guía... Asegúrese de que su familia coma estos alimentos básicos todos los días. Téngalos presentes al preparar sus comidas... su salud y la de su familia están en juego. Y recuerde: ¡No hay un solo alimento que provea todos los factores nutritivos! Ud. y su familia necesitan todos estos alimentos... ¡diariamente!

¡Goce más de la vida! Si usted no ha seguido una dieta del todo adecuada, lo más probable es que observe un notable aumento de vitalidad si sigue fielmente la dieta equilibrada aconsejada por su médico. Por esto es sumamente importante no diferir un examen médico completo—sobre todo si usted se siente muy cansado, nervioso, falto de energía. El médico puede informarle que usted necesita urgentemente más vitaminas y más minerales de los que su dieta actual contiene.

● Usted ve el nombre de Squibb en los estantes de su farmacia. Lo lee también muchas veces en las recetas de su médico. Squibb es uno de los más grandes productores del mundo de penicilina, estreptomina, vitaminas, anestésicos, hormonas y otras importantes especialidades medicinales. Y es que desde 1858 los Laboratorios de Investigación de Squibb han estado hallando, perfeccionando y produciendo medicinas, y contribuyendo así a mejorar la salud y aliviar el dolor humano.

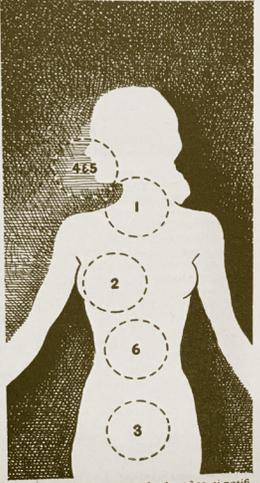


SQUIBB
PRODUCTOS FARMACEUTICOS

¡Buenas noticias sobre el Cáncer!



La madre sale del hospital—se siente lista de bienestar y optimismo



Miles dejarían de morir todos los años, si notificaran la presencia de esos síntomas a tiempo



Si usted tiene cáncer incipiente, el médico puede salvarle la vida.

¡La ciencia progresa contra el cáncer! Se ha adelantado mucho. Se experimenta con hormonas, por ejemplo, con sustancias radioactivas, y otras nuevas sustancias químicas con la esperanza de hallar nuevos tratamientos. Mucho ha contribuido a este adelanto la creciente conciencia del público de que en general puede detenerse el desarrollo del cáncer si se descubre a tiempo y se trata en debida forma. Por suerte para todos, el cáncer se manifiesta a menudo por signos definidos—a modo de advertencia.

¡Tengo presentes los 6 signos del cáncer! Si observa usted alguno de ellos... ¡comuníquese con el médico en el acto!

- 1 Ronquera o tos—sin tener catarro
- 2 Cualquier excrecencia—por pequeña que sea.
- 3 Hemorragia irregular o creciente por cualquier orificio orgánico
- 4 Cualquier úlcera que no cicatrice en un mes, sobre todo alrededor de la boca o en la lengua.
- 5 Crecimiento repentino, variación del color o de la consistencia de un lunar, verruga, o cicatriz, sobre todo de una quemadura antigua
- 6 Pérdida del apetito sin causa aparente, irregularidad persistente en los hábitos de eliminación; indigestión continua

¡El cáncer incipiente puede ser detenido! Hoy en día, gracias al diagnóstico precoz, se puede detener el cáncer en la mayoría de los casos. Usted no padece forzosamente de cáncer aun cuando tenga indicios de alguno de sus síntomas. De cada 100 mujeres que se sometieron recientemente a examen médico, 98 presentaron un diagnóstico negativo. Por tanto, no tema, investigue. El mayor peligro es la tardanza. Un examen a tiempo puede salvarle la vida. ¡En caso de duda, consulte al médico inmediatamente!

● Usted ve el nombre de Squibb en los estantes de su farmacia. Lo lee también muchas veces en las recetas de su médico. Squibb es uno de los más grandes productores del mundo de penicilina, estreptomina, vitaminas, anestésicos, hormonas y otras importantes especialidades medicinales. Y es que desde 1858 los Laboratorios de Investigación de Squibb han estado hallando, perfeccionando y produciendo medicinas, y contribuyendo así a mejorar la salud y aliviar el dolor humano.



SQUIBB
PRODUCTOS FARMACÉUTICOS

AVISO 14 Anunciante: E.R. Squibb & Sons. Revista Semana, Bogotá, Volumen X - Edición No. 225, febrero 10 de 1951

En el Aviso 13 se invita a los lectores mayores de 40 años a hacerse tomar la presión sanguínea regularmente y a consultar al médico en caso de presentar algunos síntomas. En el discurso se hace énfasis en la necesidad de contar con el médico, seguir sus consejos y cooperar en el tratamiento de la enfermedad. Invita a quienes ya son hipertensos a vivir con calma a pesar de la hipertensión arterial.

En el Aviso 14 el anunciante presenta las ventajas de realizar una dieta saludable, al lado izquierdo presenta los síntomas de quienes no tienen una alimentación

AVISO 15 Anunciante: E.R. Squibb & Sons. Revista Semana, Bogotá, Volumen X - Volumen X - Edición No. 231, marzo 24 de 1951

adecuada, en el centro presenta los grupos de alimentos y al lado derecho enfatiza en la necesidad de realizarse un examen médico para recomendar una dieta equilibrada.

En el Aviso 15 se aborda la problemática del cáncer señalando que la ciencia ha realizado progresos en su tratamiento, pero que el éxito depende de un diagnóstico precoz y nuevamente invita a consultar al médico de manera inmediata.

La columna vertebral de su dieta...



¿Reciben a diario los miembros de su familia las proteínas necesarias para lograr el desarrollo normal del organismo?

Por Laura Real

Consejera de Nutrición de los fabricantes de Levadura Fleischmann

• Uno de los problemas de salud más extendidos, sea cual fuere la situación económica de una familia, es la falta de una dieta equilibrada que suministre las cantidades necesarias de proteínas.



Además de indispensables para la formación y reparación de los tejidos del organismo, las proteínas producen hemoglobina, vital para la sangre. Las hormonas, fabricadas por las glándulas del cuerpo, y las encimas, necesarias para ayudar a la digestión de los alimentos, se producen a base de proteínas.

Las proteínas se encuentran en diversos alimentos, entre ellos el pan. Por eso el pan

debe ser la base de toda alimentación equilibrada. Porque no hay fuente de energía alimenticia tan completa ni económica como el pan. Los niños en crecimiento gastan muchas energías y por ello deben consumir pan en abundancia, tanto para reponerlas como para formar un organismo sano. Insista Ud. en que la dieta de su familia esté equilibrada, y que incluya leche, pan, queso y verduras.

Diversos estudios han demostrado que las proteínas en abundancia proporcionan bienestar a toda edad.

Si Ud. da a su familia las benéficas proteínas que se necesitan a diario, verá como el aspecto de todos se torna más lozano y se sienten mejor tanto para trabajar como para gozar más de la vida.



Publicado por la Cía. Fleischmann Colombiana Inc., como contribución al bienestar nacional.

Aliméntese mejor...
¡COMA MÁS PAN!



Su hijo puede estar desnutrido...



Un mensaje importante a las madres:

Por Laura Real

Consejera de Nutrición de los fabricantes de la Levadura Fleischmann

• ¿Está su hijo alicaído y falto de energía? ¿Cuidado con su dieta! No le deje comer alimentos "de relleno" que quizá carecen de suficientes vitaminas, minerales y otros factores nutritivos necesarios para su salud, energía y creci-

miento. Cerciórese Ud. de que coma una amplia variedad de alimentos todos los días.

Para tener buena salud, su hijo necesita una ración diaria de cada uno de estos seis alimentos básicos:

Régimen alimenticio diario de un niño



Verduras y hortalizas. Los vegetales verdes y amarillos abundan en vitamina A, necesaria para el desarrollo y como protección contra las infecciones.



Alimentos ricos en Vitamina C. La naranja, toronja, limón, el mango y el tomate son ricos en vitamina C, que fortifica huesos, dientes y músculos.



Otras frutas y vegetales. Contienen valiosos minerales y vitaminas que se requieren para el desarrollo y la buena salud. Es necesario comer de todos.



Leche, Queso, Mantequilla. La leche es esencial por su contenido de calcio. La leche y el queso constituyen una fuente de proteínas; la crema y la mantequilla contienen vitamina A.



Carnes, Aves, Pescado, Huevos y Legumbres. Esenciales por su proteína, "elaboradora" de tejidos. Otros alimentos buenos por su monto de proteínas, son los cereales y el pan.



Pan y Cereales. Para producir la energía y calor que le son indispensables, el cuerpo depende de estos alimentos, razón por la cual es bueno comer pan con cada comida.

Publicado por la Cía. Fleischmann Colombiana Inc. como contribución al bienestar nacional

Aliméntese mejor...
¡COMA MÁS PAN!



AVISO 16 Anunciante: Levadura Fleischmann. Revista Cromos, Bogotá, Edición No. 2002, abril 4 de 1953

En cuanto a Fleischmann, es una compañía norteamericana dedicada a la comercialización de la Levadura, hongo que sirve como catalizador en el proceso de fermentación, el cual es esencial en la fabricación del pan. Esta empresa llegó a Colombia en 1930 y se ha dedicado a la elaboración, venta y distribución de ingredientes para panificación y pastelería.

Los avisos 16 y 17 que se analizarán a continuación, buscan incentivar el consumo de pan, presentándolo como "La columna vertebral de su dieta". Para legitimar esta opinión buscan una "Consejera de Nutrición"

AVISO 17 Levadura Fleischmann. Revista Semana, Bogotá, Volumen XI - Edición No. 232, julio 7 de 1951

llamada Laura Real que aconseja a las madres sobre la mejor manera de alimentar a sus hijos. A la par de las recomendaciones de consumir una dieta equilibrada, también exalta las cualidades del pan, presentándolo como "base de toda alimentación equilibrada". En la parte inferior se cierra el aviso con la invitación a consumir más pan que termina reforzando el discurso de los avisos.

En el primer aviso aparecen unos niños jugando mientras que en el segundo aviso presenta los seis grupos de alimentos. Las ilustraciones son sencillas, utilizadas como apoyo al mensaje principal.

Conclusiones

Los avisos publicitarios analizados responden a un interés de las empresas anunciantes por proyectar su imagen ante la sociedad como compañías respetables, cercanas a la sociedad colombiana. En el caso de Esso su interés es que no sea vista como un monopolio, la imagen que desea proyectar es la de una empresa que tiene un rol fundamental en la sociedad al distribuir “la sangre” que mueve al país y ser un actor de primera línea en la modernización del país, es una imagen que contrasta con la de la compañía, con la que se ha venido enfrentando los sindicalistas sobre todo en los días posteriores al 9 de abril de 1948, donde la refinería de Barrancabermeja fue tomada por los manifestantes durante un lapso prolongado de tiempo.

En el caso de Squibb y Fleischmann pretenden posicionarse en la opinión pública como compañías comprometidas en el esfuerzo por fortalecer las políticas de higiene y salud pública del Estado colombiano. La venta de la levadura o de los medicamentos sería una consecuencia indirecta de estas campañas publicitarias. En estas dos campañas se motiva a que los lectores de los avisos cambien sus hábitos de consumo. El Discurso de los avisos es de carácter terapéutico, detrás de estos mensajes “hay una ideología de una sociedad que atiende a sus miembros como a un enfermo virtual” (Baudrillard, 2007, p 2010).

En lo que concierne a la campaña del Censo hay un claro interés de mostrar a la opinión pública las bondades y beneficios de contar con información estadística actualizada del país, esta tarea es presentada como un esfuerzo patriótico en el que los diferentes actores de la sociedad deben participar para garantizar el éxito. Con los resultados del censo el Estado tendrá las herramientas estadísticas para mejorar la calidad de vida de los colombianos.

Los mensajes e imágenes analizados en su conjunto muestran una imagen idealizada del país en los años cincuenta y las problemáticas se ven como fáciles de resolver con el concurso de la ciencia, la tecnología y la voluntad de la sociedad colombiana. Sin duda en una etapa posterior sería interesante contrastar estas visiones con otras fuentes para ampliar la visión de un periodo interesante en la historia de Colombia.

Fuentes Primarias

“Este es nuestro problema”, Anunciante: Esso Colombiana S.A. Revista Semana, Bogotá, Volumen X, - Edición No. 226, febrero 17 de 1951.

“Crecimiento del Consumo”, Anunciante: Esso Colombiana S.A. Revista Semana, Bogotá, Volumen X - Edición No. 227, febrero 24 de 1951

“Cómo está mejorando la distribución”, Anunciante: Esso Colombiana S.A. Revista Semana, Bogotá, Volumen X - Edición No. 228, marzo 3 de 1951

“Un Servicio: No un Monopolio”, Anunciante: Esso Colombiana S.A. Revista Semana, Bogotá, Volumen X - Edición No. 229, marzo 10 de 1951

“Entre Confiado.... saldrá satisfecho”, Anunciante: Esso Colombiana S.A. Revista Mito, Bogotá, Edición No. 15, agosto - septiembre de 1957

“36 años de gasolina Esso en Colombia”, Anunciante: Esso Colombiana S.A. Revista Semana, Bogotá, Volumen XXIII - Edición No. 565, septiembre 27 de 1957

“El Átomo se desintegra”, Anunciante: Esso Colombiana S.A. Revista Cromos, Bogotá, Edición No. 2091, junio 17 de 1957

“1951 Censos - Población, Vivienda, Agropecuario”, Anunciante: Contraloría General de la República. Revista Semana, Bogotá, Volumen X, edición No. 223, enero 27 de 1951

“El censo de vivienda dará la base para elevar el nivel de vida del pueblo Colombiano”, Anunciante: Contraloría General de la República. Revista Semana, Bogotá, Volumen X - Edición No. 223, enero 27 de 1951

“El empadronador voluntario será el soldado del censo continental”, Anunciante: Contraloría General de la República. Revista Semana, Bogotá, Volumen X - Edición No. 234, abril 14 de 1951

“Ganaderos: el empadronador necesita saber el número de cabezas de ganado de su hacienda”, Anunciante: Contraloría General de la República. Revista Semana, Bogotá, Volumen X - Edición No. 225, febrero 10 de 1951

“¿Cuáles son las ocupaciones predominantes de la población colombiana? Anunciante: Contraloría General de la República. Revista Semana, Bogotá, Volumen X - Volumen X Edición No. 237, mayo 5 de 1951

“La hipertensión arterial no tiene por qué amenazar su futuro”, Anunciante: E.R. Squibb & Sons. Revista Semana, Bogotá, Volumen X - Edición No. 223, enero 27 de 1951

“Una dieta adecuada puede mejorar su apariencia... y su salud”, Anunciante: E.R. Squibb & Sons. Revista Semana, Bogotá, Volumen X - Edición No. 225, febrero 10 de 1951

“¡buenas noticias sobre el cáncer!”, Anunciante: E.R. Squibb & Sons. Revista Semana, Bogotá, Volumen X - Volumen X - Edición No. 231, marzo 24 de 1951

“La columna vertebral de su dieta...”, Anunciante: Levadura Fleischmann. Revista Cromos, Bogotá, Edición No. 2002, abril 4 de 1953

“Su hijo puede estar desnutrido...”, Anunciante: Levadura Fleischmann. Revista Semana, Bogotá, Volumen XI - Edición No. 232, julio 7 de 1951

Fuentes Secundarias

Calvo, Oscar, y Marta Saade. La ciudad en cuarentena. Chicha, patología social y profilaxis. Bogotá: Ministerio de Cultura, 2002.

Noguera, Carlos. “La Lucha antialcohólica en Bogotá: de la chicha a la cerveza”. En Higienizar, medicar, gobernar. Historia, medicina y sociedad en Colombia, editado por Jorge Valderrama, Álvaro Casas y Eugenia Estrada. Medellín: Universidad Nacional de Colombia, 2004.

Ocampo, José Antonio, y Santiago Montenegro. Crisis mundial, protección e industrialización: Ensayos de historia económica colombiana. Bogotá: Fondo Editorial CEREC, 1984.

Galvis, Silvia, y Alberto Donadio. El jefe supremo: Rojas Pinilla, en la violencia y el poder. Bogotá: Planeta, 1988.

Marulanda Álvarez, Elsy. “Mujeres y violencia, años 50”. En Las mujeres en la historia de Colombia, editado por Magda Velásquez Toro. Bogotá: Norma, 1995, 480-501.

Palacios, Marco, y Frank Safford. Colombia: país fragmentado, sociedad dividida. Bogotá: Norma, 2002.

Bushnell, David. Colombia, una nación a pesar de sí misma. Bogotá: Planeta, 1996.

Baudrillard, Jean. La Sociedad de Consumo, sus Mitos, sus estructuras. Madrid: Siglo XXI, 2007.

Chartier Roger, El mundo como representación. Estudios sobre historia cultural (Barcelona: Gedisa, 2005).

Guarín Martínez, O. (2007). Época de Cambios Radicales. En G. González Uribe, & A. Mejía, Bogotá, años 50. Bogotá, Colombia: Revista Número Editores.