

ESTUDIOS SOCIALES DE LA SALUD

*Experiencias sobre desarrollos
teórico-metodológicos
en investigación*

**María Laura Rodríguez
Lila Aizenberg
Natalia Tumas
COORDINADORAS**

COLECCIÓN PRISMAS


ediciones
CIECS

Estudios sociales de la salud : experiencias sobre desarrollos teórico-metodológicos en investigación / María Laura Rodríguez ... [et al.]. - 1a ed - Córdoba : Centro de Investigaciones y Estudios sobre Cultura y Sociedad, 2021.
Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online
ISBN 978-987-47661-5-1

1. Salud. 2. Historiografía. 3. Perspectiva de Género. I. Rodríguez, María Laura
CDD 305.4

Ediciones CIECS | Colección Prismas

Título

Estudios sociales de la salud
Experiencias sobre desarrollos teórico-metodológicos en investigación

Coordinadoras

María Laura Rodríguez; Lila Aizenberg y Natalia Tumas

Autores

Adrián Carbonetti, María Dolores Rivero, Julieta Lucero Neirotti,
Laura Natalia Vanadia, Francisco Fantini, María Laura Rodríguez,
Lorena Saletti-Cuesta, María Cecilia Johnson, Lila Aizenberg, Silvina Berra,
Emilse Degoy, Luisina Rivadero, Natalia Tumas

Hecho el depósito que indica la ley 11.273.

Este libro, perteneciente a la colección Prismas de Ediciones CIECS,
ha sido sometido a un proceso de evaluación por parte del Comité Editorial
y de evaluadores anónimos.

Bajo Licencia Creative Commons Atribución - No Comercial - Sin Derivadas 3.0



ÍNDICE

Introducción / 9

HISTORIA SOCIAL DE LA SALUD, ENFERMEDAD Y PRÁCTICAS DEL CURAR

Epidemia, estadística, periódicos y documentos.

Estudiar una enfermedad olvidada: la gripe española de 1918-1919

Adrián Carbonetti / 21

Una historia en imágenes: de objetos de estudio,
andamiajes teóricos y metodologías

María Dolores Rivero / 41

Lo mental como objeto de estudio: mis anudamientos
desde el psicoanálisis, la historia y el género

Julieta Lucero Neirotti / 55

Las escenas de curación en prácticas *psi*: trayectorias personales
e itinerarios de atención en salud mental

Laura Natalia Vanadia / 67

Experiencias subjetivas y construcción de un objeto de estudio:

itinerarios terapéuticos y representaciones sociales sobre el cáncer

Francisco Fantini / 89

GÉNERO Y SALUD

Deshilando entre Género e Historia: experiencias personales desde
la Historia Social de la salud y la enfermedad, Córdoba, Argentina

María Laura Rodríguez / 111

Lo académico es también personal: recorridos en el estudio
de las desigualdades de género y salud

Lorena Saletti-Cuesta / 139

Recorridos de una tesis feminista sobre reproducción asistida

María Cecilia Johnson / 157

(Auto) reflexiones en torno a la construcción
de una agenda de investigación en salud y género

Lila Aizenberg / 171

EPIDEMIOLOGIA SOCIAL

Miradas y desafíos de la investigación epidemiológica
en salud en la niñez y la adolescencia

Silvina Berra / 183

Salud y desempeño académico: tramas en el estudio de su relación

Emilse Degoy / 205

Devenir plurales: la comunicación en la práctica
investigativa interdisciplinaria

Luisina Rivadero / 221

Intersecciones entre las ciencias sociales y de la salud:
experiencias en la construcción de un objeto de estudio

Natalia Tumas / 235

Datos de los autores / 249

Una historia en imágenes: de objetos de estudio, andamiajes teóricos y metodologías

María Dolores Rivero

Introducción

El campo de estudios históricos de la salud y la enfermedad es, a todas luces, un espacio aún fértil. Si bien las últimas décadas del siglo pasado encontraron a historiadores e investigadores de otras disciplinas interrogándose por las más variadas crisis epidemiológicas, la puesta en marcha de determinadas políticas sanitarias, los avatares de la medicalización, o los “éxitos” o “fracasos” de la ciencia biomédica, entre otros tópicos, resulta innegable que numerosos objetos de estudio esperan por ser revisados.

Este diagnóstico me llevó, en el marco de los inicios de mi camino en la investigación, a preguntarme por elementos particulares que atravesaron –y atraviesan actualmente– los estadios de salud y enfermedad de la sociedad cordobesa: los medicamentos e insumos médicos especializados. Puntualmente, mi tesis de grado estuvo orientada a mostrar

cómo se construía y consolidaba un mercado publicitario destinado a un público particular –los médicos–, considerando una serie de procesos históricos locales y nacionales: la profesionalización médica en Córdoba, el escenario epidemiológico, el desarrollo de la industria argentina en general y la farmacéutica en particular, etc. De acuerdo con mi perspectiva, todas estas variables incidirían en la forma en que eran publicitados en una revista médica específica –con determinadas características editoriales– los medicamentos y la aparatología terapéutica.

Los resultados de ese trabajo condujeron a plantearme interrogantes en torno a las particularidades de este mercado publicitario, pero en otros espacios nacionales y otras revistas médicas. Así, la elaboración de mi tesis doctoral implicó la puesta en perspectiva y análisis –a partir de las variables antes mencionadas y considerando las especificidades de cada enclave– de publicidades colocadas en revistas que provenían del seno de instituciones médicas sobresalientes de Córdoba, Rosario y Buenos Aires, a saber: el Círculo Médico de Córdoba, el Círculo Médico de Rosario y la Asociación Médica Argentina.

En las páginas siguientes intentaré comentar, brevemente, esta experiencia en investigación en el marco de lo que fue mi formación en posgrado, retomando algunas vicisitudes y “anécdotas” de la elaboración del trabajo final de licenciatura.

De recortes espaciales, temporales y andamiajes teóricos

La notoriedad y trayectoria de las instituciones de las cuales emanaban las revistas médicas que escogí para mi análisis, además de la importancia histórica de las ciudades de Córdoba, Rosario y Buenos Aires, ayudó a que pudiese realizar el recorte espacial sin demasiadas dudas.

Claro que, en términos de la labor del historiador, la elección del período bajo estudio era también un elemento clave. En este sentido, una revisión preliminar de las fuentes, guiada por preguntas de investigación aún tímidas, me indicó que ciertos procesos macro resultaban indispensables para entender cómo se había ido desarrollando la industria farmacéutica argentina y, con ella, los mercados publicitarios en cuestión. Además, y a escala local, también eran importantes las lógicas editoriales propias de cada revista. El año de inicio de mi estudio, entonces, fue 1912 (momento a partir del cual entraron en circulación las tres revistas médicas), concluyendo en 1938, junto con la finalización del periodo de entreguerra; así, los avatares bélicos –como la Gran Guerra– y económicos –como la crisis del 29– atravesaron mi selección temporal. Sin embargo, y a diferencia de lo que ocurriese con la delimitación geográfica, la cuestión del tiempo no se resolvió sin dubitaciones. Inicialmente, la idea de llegar hasta la década de 1960 era concreta, a partir de anclar mi análisis en la matriz epidemiológica. Es que, en los comienzos de mi planteo, pensar las dinámicas publicitarias a partir de periodos pretransicionales y transicionales¹ resultó tentador, fundamentalmente porque en mi imaginario ciertos productos se ofertaban a partir de determinadas demandas o situaciones de crisis sanitaria. Luego, los intercambios con mi director terminaron por convencerme de que abordar 50 años de historia –con todas las variables que pretendía considerar y con el

1 Estos conceptos derivan de la teoría de la transición epidemiológica, que explica el proceso por el cual la mortalidad pasa de un régimen denominado *pretransicional*, caracterizado por la preponderancia de causas de muerte provocadas por enfermedades infectocontagiosas, endémicas y epidémicas, hambrunas, violencia, a un régimen *postransicional*, que se caracteriza por la reducción de estas y el dominio de las muertes causadas por tumores, enfermedades del corazón y accidentes cerebrovasculares fundamentalmente (v. Omran, 1971).

caudal de fuentes previsto–, en el marco de mi beca doctoral² (que sólo duraba cinco años), sería demasiado.

A partir de esa decisión, ya tenía un marco témporo-espacial concreto. Ahora bien, un examen algo más exhaustivo de las fuentes –ubicadas todas, por fortuna, en la biblioteca de la Facultad de Ciencias Médicas de la Universidad Nacional de Córdoba– develó, como veremos a continuación, lo que sería el mayor inconveniente de todo el proceso de mi investigación doctoral.

Hasta el momento en que me volqué hacia la realización del Doctorado en Historia, yo había dado tan sólo algunos pasos en el oficio del historiador. En primer lugar, años atrás había colaborado en algunas actividades con quien sería mi mentor en el marco de un proyecto amplio vinculado al estudio de la epidemia de gripe española de 1918-1919³. Allí realicé lo que podría considerarse el primer trabajo de archivo, a partir de la búsqueda de fuentes periodísticas ubicadas en hemerotecas de la ciudad de Córdoba. Claro que estas –junto con otras a las que había tenido acceso durante el cursado de la carrera de grado, de siglos pasados y manuscritas– poseían la característica de constituirse a partir de textos extensos, descriptivos, explicativos, etc.

Posteriormente, en la definición de mi trabajo final de grado, encontré fuentes muy distintas a las revisadas hasta el momento. Como mencioné, se trataba de publicidades colocadas en una revista médica cordobesa. Estas ofertaban tónicos, jarabes, vitaminas, sueros, cajas para parto y hasta aparatos de rayos X, entre muchos otros productos. Como no podía ser de otra manera, la primera iniciativa que surgió frente a

2 Otorgada por el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas.

3 Se trata del proyecto titulado “De ayer y hoy: epidemias de gripe en Argentina”, que fue financiado por la Secretaría de Ciencia y Técnica de la Universidad Nacional de Córdoba.

estas fuentes estuvo ligada a entender qué se estaba publicitando y bajo qué circunstancias históricas (de la profesión médica, del momento epidemiológico, de la industria farmacéutica, etc.). No obstante, resultaba imposible no atender a la existencia de múltiples elementos que hacían al formato publicitario tan particular, tan diferente a otras fuentes: el uso de cursivas, mayúsculas, resaltados, signos y símbolos que pretendía captar la atención del lector; la puesta en escena de una variada paleta de colores; la colocación de imágenes que iban desde la presentación del envase del producto hasta la parte del organismo sobre la que estos productos aparentemente actuaban. Junto con ellas, era claro que también había exhortaciones para que el lector de aquellas publicidades comprase los productos. De esta manera tuve que acercarme, por un lado, al universo gráfico y gramatical y, por otro, a la teoría discursiva. Las lecturas en torno a ambas líneas me resultaban absolutamente ajenas. Tal vez, lo más cerca que había estado de aquellos tópicos eran las clases de Epistemología de las Ciencias Sociales durante mi último año como estudiante de grado, a partir de las lecturas de Hayden White (1992)⁴.

Podría decirse, entonces, que como historiadora (aún en formación) tenía dos frentes teóricos desconocidos que no eran “propios” de mi disciplina y que resultaban indispensables para el análisis del *corpus* documental seleccionado.

Encarar el primero fue, comparativamente, muchos menos complejo que el segundo. Es que algunos pocos investigadores del área ya habían ingresado en el estudio de las publicidades haciendo hincapié en los aspectos gráfico y gramatical. En este sentido, me sirvieron de guía los trabajos de Soledad Pessi (2009 y 2010), en los que coloca en perspectiva

4 En términos generales, su obra debe entenderse en tanto “apelación a la teoría literaria para desentrañar los recursos lingüísticos que intervienen en la producción de todo discurso histórico” (Tozzi, 2009: 75).

avisos que promocionan la venta de productos destinados a la higiene femenina (como toallas higiénicas y tampones) y la importancia de los titulares en esos anuncios.

A partir de estas contribuciones, pude comprender –con los más variados ejemplos– que, en el nivel gráfico, el empleo de distintos formatos tipográficos, destacados (cursiva, negrita, subrayado, mayúsculas) y de la puntuación (puntos suspensivos, signos de exclamación, comillas, paréntesis) adquieren una relevancia fundamental, en particular, cuando aparecen en forma combinada. Junto con la imagen, son los encargados de indicar de forma visual la existencia de un sentido paralelo, una lectura en segundo plano o de señalar el camino que debe seguir el lector en la interpretación del mensaje (Pessi, 2010). En el nivel gramatical, pude entender la importancia del uso de conectores, construcciones comparativas, elipsis, construcciones nominales, fórmulas de tratamiento, etc.

El segundo frente fue, desde el comienzo, dificultoso. Quien fuese mi directora de trabajo final de grado (hoy, una querida amiga), consideró que el andamiaje teórico de Eliseo Verón era apropiado para desentrañar la información que contenían las publicidades. Así, empecé por revisar algunos artículos cortos del autor, hasta llegar a su gran obra (Verón, 1993). El primer recuerdo que tengo de aquel libro es no haberlo entendido. Necesité poner en marcha una lectura lenta, un cuaderno de apuntes y resúmenes para bucear entre todas esas páginas y aprehender el significado de marcas y huellas textuales, condiciones de producción y reconocimiento de los discursos, entre otras cosas. A partir de este proceso, logré abordar el *corpus* documental, interrogarlo y encontrar algunas respuestas.

La elección de este marco teórico para mi estudio de posgrado fue, nuevamente, un desafío. Primeramente, porque era consciente de que no había alcanzado la realización de un análisis profundo, exhaustivo, de

las fuentes escogidas para la tesis de grado. Además de ello, mi director –historiador y demógrafo– no terminaba de simpatizar con la idea de correrlos (sí, en plural, porque fuimos siempre un equipo) teóricamente hacia la semiótica. Lo cierto es que pude convencerlo de que una parte del camino estaba allanado; mi análisis previo –en menor escala, claro– tenía que ser la antesala de un estudio mejor logrado.

Una metodología cualitativa, sin olvidar los números

Frecuentemente, en los estudios históricos enmarcados en el binomio salud/enfermedad se explicita que el análisis de fuentes se realiza a partir de una metodología cualitativa, anclada en la hermenéutica. En términos generales, todos partimos de reconocer que nuestra principal habilidad como historiadores radica en la interpretación de esa “materia prima”, ya sea escrita u oral. Inspeccionamos el escenario –o las condiciones de producción de los diferentes tipos de discurso que examinamos– e intentamos descifrar cierta información y dotarla de determinado sentido a partir de las preguntas que elaboramos en los inicios de nuestro plan de trabajo. Es decir, pretendemos alejarnos cabalmente de la idea rankeana que asevera que los documentos hablan por sí solos (Ranke, 1974).

Ahora bien, esta técnica analítica debe dialogar, en sobradas oportunidades, con otras. Incluso, aunque de entrada el historiador no pretenda que así sea. En mi caso particular, esta “revelación” sobrevino en un evento científico: habiendo presentado una especie de adelanto de lo que sería un capítulo de mi tesis doctoral, la colega que leyó ese escrito me señaló –muy atinadamente– que yo hablaba de cómo crecía o disminuía la cantidad de publicidades en diferentes momentos del período examinado, pero en ningún momento especificaba cuántos avisos

consideraba en mi estudio y a partir de qué criterio los había escogido. Semejante alarma me puso manos a la obra: tracé una tabla (que se tornó cada vez más extensa) donde especificué el año de publicación y nombre de la revista –junto con otras informaciones editoriales que pudiesen ser de utilidad–, la denominación del producto que se ofertaba, para qué tipo de enfermedad estaba destinado y cuál era su origen (en términos nacionales). La selección se realizó a partir de esos elementos: las publicidades debían contener la mayor parte de esos datos. Además de estas particularidades, también me dispuse a trabajar con fuentes que mostraran ciertas tendencias en el uso de imágenes, ilustraciones, logos u otras formas de destacar los medicamentos o insumos médicos que se promocionaban (ver figuras 1 y 2).

Figura 1: Levadura de frutas Gibson



LEVADURA de FRUTAS
GIBSON
EN PLENA ACTIVIDAD - DE EXQUISITO SABOR

Elaborada con el jugo de Ananás, Manzanas, Ciruelas, Uvas, Mandarinas, Naranjas, Cerezas, Chirimoyas, Limones, Fresas. etc., etc.

Mantiene el vientre libre, la piel limpia y fresca, dá apetito a los niños. Práctica en el tratamiento de la jaqueca, forunculosis, estreñimiento, diabetes y ezezemas diversos.

Conserva su actividad durante dos años

Farmacia y Droguería DIEGO GIBSON
168, DEFENSA, 192 — Sucursal: FLORIDA 159 (Pasaje Güemes)

Figura 2: Calfosina Massone

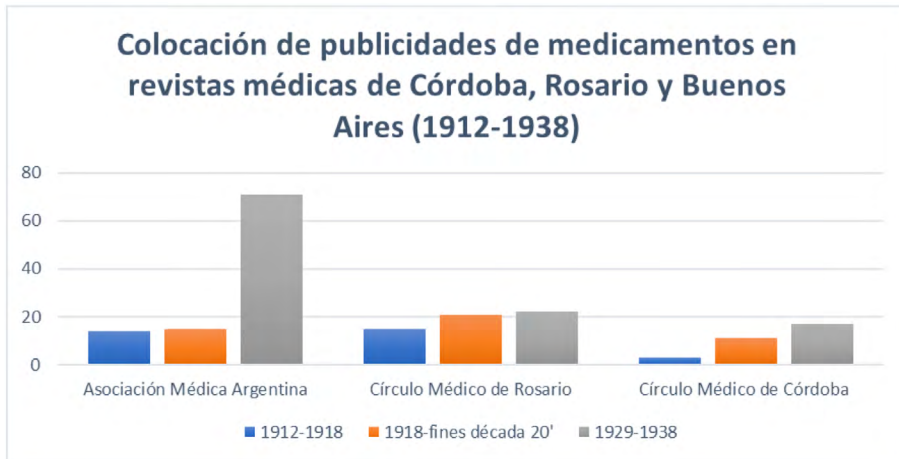


Fuente: Revista Médica del Rosario, 1936, Año XXVI, Número 10, octubre, 965.

De este modo, organicé mi universo publicitario y pensé en la posibilidad de plantear la existencia de etapas diferenciales en los mercados, en vistas también de realizar algunas comparaciones entre Córdoba, Rosario y Buenos Aires. Esos momentos –pensados a partir de ciertos ritmos y rasgos de las dinámicas publicitarias– se emparentaron cabalmente con procesos históricos de gran envergadura. Así, presenté tres etapas analíticas: desde 1912 hasta la finalización de la Gran Guerra; desde 1918 hasta la Gran Depresión; y desde 1929 hasta la culminación del periodo de entreguerras (1938).

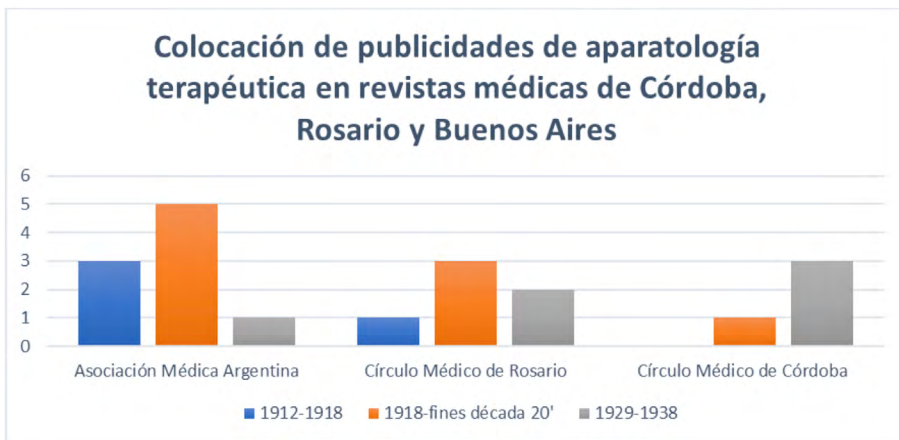
Esta sistematización de la información en clave cuanti-cualitativa me permitió no solo trazar esas divisiones y correlaciones, sino también elaborar gráficos que sintetizaron algunas tendencias.

Gráfico 1: Publicidades de medicamentos



Fuente: elaboración propia.

Gráfico 2: Publicidades de aparatología terapéutica



Fuente: elaboración propia.

En ambas imágenes, es posible observar la cantidad de publicaciones de medicamentos e insumos médicos especializados por cada revista en diferentes momentos. En otras, pude exponer la cantidad de

publicidades de origen nacional e internacional, mientras en otros gráficos di cuenta de las lógicas publicitarias en torno a los grupos de enfermedades que esos productos, al menos en apariencia, atacaban. Así, las “cantidades” me obligaron a pensar en qué momento epidemiológico se estaban ofertando determinados preparados, elixires y jarabes; en qué situación institucional se encontraban los médicos a los que estaban dirigidos los avisos (en tanto profesionales de la salud) y las universidades en las cuáles se formaban o ejercían la docencia; en qué estadio se encontraba la industria farmacéutica nacional; y cuáles eran las particularidades de cada revista, entre otras cuestiones.

La investigación llegó a buen puerto. Logré resolver la cuestión numérica, como también la comprensión completa del andamiaje teórico. Este último asunto requería más lecturas y, tal vez, compartir mis incertidumbres con otros colegas. De hecho, en la instancia de formación doctoral conté con la colaboración de algunos compañeros más experimentados en el tema que me ayudaron a revisar puntos que habían quedado pendientes desde la tesis de grado. De ese modo logré ir cerrando –en parte– la etapa de acercamiento y puesta en uso de las herramientas que otorga la semiótica, como también del análisis publicitario⁵.

Sin embargo, y como no podía ser de otra manera, la elaboración de ese trabajo final despertó una serie de interrogantes... yo me encontraba inmersa en un mundo publicitario ligado a la industria fármaco-química, destinado a profesionales diplomados y donde se hacía referencia de manera constante a determinadas personalidades de la tribuna médica. Ahora bien, por fuera de esa trama había –y hay actualmente– otros sujetos promocionando su experticia en el arte de curar, ofreciendo

5 La aclaración viene a colación de que en algunos trabajos aislados retomé estas herramientas y me volqué al estudio de las imágenes en relación a la gripe española (v. Carbonetti y Rivero, 2020).

remedios de los más variados para todo tipo de males, soluciones para prevenir dolencias... de este modo, arribé a mi nuevo tema de investigación: el mercado terapéutico en Córdoba, un estudio sobre ofertas y prácticas del curar en los márgenes y fronteras de la biomedicina (fines del siglo XIX y primera mitad del XX).

Consideraciones finales

Este escrito ha intentado ser una suerte de relato autobiográfico en torno a mi trayectoria en el mundo de la investigación, fundamentalmente en la instancia formativa de posgrado, aunque sin olvidar algunos tramos del grado. Expuse algunas de las dudas, limitaciones y vicisitudes que se me presentaron en términos teórico-metodológicos. Pues bien, esos obstáculos fueron sorteados, pero mi camino en el campo de la investigación no está libre de nuevas dificultades. Concretamente, en la actualidad me encuentro intentando ingresar a la Carrera del Investigador Científico (CIC) de CONICET. Tamaña empresa implica, a grandes rasgos, dar cuenta de un desempeño laboral muy particular; la condición *sine qua non* es contar con el título de doctor/a. De allí, se prevé que el/la postulante tenga en su haber una abultada cantidad de publicaciones en revistas indexadas (de renombre y, preferentemente, internacionales), como también en libros patrocinados por editoriales reconocidas. Otros “casilleros” importantes a completar –tan solo para entrar en la competencia– se vinculan a la trayectoria docente, la extensión, la transferencia de servicios y conocimientos a la sociedad, la presentación de los resultados o partes de nuestras investigaciones en eventos científicos, etc.

Además de todos estos aspectos, son ítems fundamentales en la evaluación la pertenencia a una institución científico-tecnológica y contar

con la dirección de un/a investigador/a consagrado/a que cumple un rol fundamental: coadyuvar en la elaboración de nuestro proyecto de investigación. Este último puede pensarse como el elemento más subjetivo de la valoración general, fundamentalmente porque –como sugieren los y las múltiples integrantes de las comisiones evaluadoras– el proyecto “gusta o no”. Sin lugar a dudas, es un requisito indispensable que la propuesta cuente con una estructura particular (objetivos, antecedentes, hipótesis, marco teórico, metodología, etc.) correcta, pero también es cierto que nuestro destino laboral está en manos de sujetos sociales, permeados por innumerables saberes, pareceres y vivencias.

Hoy, escribiendo estas páginas, estoy atravesando este extenso proceso de examen (cuya duración es de, por lo menos, ocho meses). Con anhelos, expectativas (en sobradas oportunidades, desmedidas), altibajos emocionales... tal vez, solo quienes formamos parte de este mundo podamos, realmente, dar testimonio y comprender lo que implica transitar la pedregosa ruta para llegar a ser parte del sistema científico argentino.

Bibliografía

- Carbonetti, Adrián y Rivero, María Dolores (2020) “La enfermedad en imágenes: representaciones de la gripe española en la prensa argentina (1918)”. *Población y Salud en Mesoamérica*, 17, 1-25.
- Omran, Abdel (1971) “The epidemiologic transition: a theory of the epidemiology of population change”. *The Milbank Quarterly*, 49-4, 509-538.
- Pessi, María Soledad (2009) “Comunicación y tabú. Análisis de la publicidad de productos para la higiene femenina”. *Question*, 1-21,

- sin paginación. Disponible en: <https://www.perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/739>.
- (2010) “Tabú y publicidad. El titular en avisos publicitarios gráficos de productos para el período menstrual (1930-1955)”. *Tonos Digital*, 19, 1-27.
- Ranke, Leopold (1974) *Pueblos y Estados en la historia moderna*. México: FCE.
- Tozzi, Verónica (2009) “Hayden White y una filosofía de la historia literariamente informada”. *Ideas y Valores*, 58-140, 73-98.
- Verón, Eliseo (1993) *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.
- White, Hayden (1992) *Metahistoria: la imaginación histórica en la Europa del siglo XIX*. México: Fondo de Cultura Económica.