

UNIVERSIDAD DIEGO PORTALES
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN
ESCUELA DE PERIODISMO

USOS Y VALORACIONES
QUE LOS ADULTOS MAYORES
HACEN
DE LA TELEVISIÓN ABIERTA”

TESIS PARA OPTAR AL GRADO DE LICENCIADA
EN COMUNICACIÓN SOCIAL

PROFESORA GUÍA: VICTORIA URANGA HARBOE

ASESOR METODOLÓGICO: CLAUDIO AVENDAÑO RUZ.

ALUMNAS: LUZ MARÍA FARIÑA RIVAS
MARCELA PAZ GALLARDO SANCHEZ
TATIANA LORENA PAVEZ GOYE
VERÓNICA VIVES COFRÉ.

SANTIAGO- CHILE

INDICE

INTRODUCCIÓN	Pág. 1
CAPITULO I: MARCO TEÓRICO	Pág. 3
I.I.- La tercera edad en Chile	Pág. 3
I.I.I.- Hacia una conceptualización de los adultos mayores.	Pág. 3
I.I.II.- La tercera edad en cifras.	Pág. 10
I.I.III.- Una mirada desde la salud.	Pág. 14
I.I.IV.- Leyes para los adultos mayores.	Pág. 18
I.I.V.- Recursos humanos para le adulto mayor.	Pág. 21
I.I.VI.- Política Nacional para el adulto mayor y programas sociales.	Pág. 21
I.II.- Teorías de Comunicación.	Pág. 29
I.II.I.- Tendencias teóricas mundiales.	Pág. 29
I.II.II.- Latinoamérica.	Pág. 41
I.III.- Televisión abierta.	Pág. 55
I.III.I.- Características de la Televisión.	Pág. 55
I.III.II.- Cronología de la televisión en Chile.	Pág. 61
I.III.III.- Cifras de que hablan de la TV abierta.	Pág. 67
I.III.IV.- Una mirada a los géneros más habituales de la TV.	Pág. 69
I.III.V.- Chilenos abonados y colgados del cable.	Pág. 70
I.III.VI.- TV satelital.	Pág. 72
I.III.VII.- Tercera y medios de comunicación.	Pág. 73
CAPÍTULO II: DISEÑO METODOLÓGICO.	Pág. 81
II.I.- Un estudio exploratorio.	Pág. 81
II.II.- Una perspectiva cualitativa para abordar la relación tercera edad y Televisión.	Pág. 81
CAPÍTULO III: ANÁLISIS DE DATOS	Pág. 91

III.I.- Análisis Focus Group	Pág. 91
III.II.- Análisis de las entrevistas en profundidad	Pág. 109
CAPÍTULO IV: GENERALIZACIONES	Pág. 130
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES.	Pág. 137
BIBLIOGRAFÍA.	Pág. 151
ANEXOS.	Pág. 154

Dedicatoria:

***A la Yaya, por tu infinita entrega
A las “viejitas del Hogar”
Y por continuar irradiando
Preocupación por quienes te rodean.
Vero***

*En recuerdo de Luis, Lucy, Cornelia
y en especial,
del abuelo Armando.
Por todo lo que aprendí de ustedes
y el cariño que me entregaron
mientras vivieron.
Luzma´*

*Dedicado a ti Laly.
Viejita linda,
Yo sé que desde algún lugar
Me continúas iluminando.
Tati*

*En recuerdo de mi abuelito Humberto,
quien me cuida desde “arriba”.
Y dedicado a mis queridos abuelos
Emilio y Rebeca
Y a la “vieja fea”, mi adorada abuelita Olga.
Marce*

Muchas gracias a:

**Mamás, papás, hermanas y hermanos,
por el apoyo constante, el
cariño, paciencia y escucha.**

**A nuestros “machos”: Max, Negro,
Tomás-Omar y Killy.**

**Por sus aportes, casi siempre, positivos
en nuestro equilibrio emocional.
Y por saber cómo levantarnos el ánimo
en los momentos de caos...**

**A los amigos y amigas,
por la buena onda...
especialmente a la casa de “los socios”,
y a los que fueron testigos
de nuestras “43 horas de amor”.**

**A la FEDEP, por la confianza.
Y , en general, a todos los que
alguna vez nos apoyaron
cuando estábamos a punto de colapsar.**

AGRADECIMIENTOS

Un “gracias” a todos aquellos que con su experiencia y sabiduría nos cuentan historias; a las que cuidan nietos; a los que viven en hogares de ancianos y a los que abren sus hogares a las nuevas generaciones.

A los que trabajan y a los que ya no pueden...

A los que están alegres y a los que tienen pena...

A todos los que luchan por la igualdad...

A los que ya no están...

*A los que hicieron y nos hicieron nuestro presente
y sobre todo a los que creen en el mañana...*

A todos y a todas,

Gracias.

RESUMEN

La presente investigación es un estudio exploratorio y de carácter cualitativo, que tuvo como propósito general identificar los usos y valoraciones que los miembros de la tercera edad¹ hacen de la televisión abierta.

Para cumplir con nuestro objetivo se tomó como muestra a adultos mayores residentes en la comuna de Ñuñoa, que pertenecen a un estrato socio-económico medio. Se trabajó con dos variables: género (femenino y masculino) y tipo de vivienda (casa particular y el Hogar de Ancianos “El Buen Samaritano”).

Las técnicas utilizadas para la recolección de datos fueron dos: focus group y entrevista en profundidad. Se hicieron cuatro grupos focales (hombres- Hogar, hombres- casa, mujeres- Hogar y mujeres- casa). Luego se escogió a un integrante de cada uno de los grupos, quienes participaron de una entrevista en profundidad. Por medio de esta técnica, fue posible ahondar en algunos temas que, a través del focus, fueron tratados con más superficialidad.

El análisis de la información obtenida se realizó mediante dos bases de datos, una por cada técnica. Posteriormente, analizamos las dos fuentes de información, para luego unir ambos resultados en una recopilación general de los datos obtenidos. Lo cual junto con nuestras observaciones, percepciones y conceptos desprendidos del marco teórico, derivó en la interpretación de los datos y en la conformación de las conclusiones de esta tesis.

Los principales hallazgos de esta investigación son: en primer lugar, la variable vivienda (Hogar o particular), la cual resultó ser determinante en el uso y valoración de la TV, debido a que las circunstancias y el contexto que se presenta en cada tipo de vivienda, determinan diferentes estados emocionales en las audiencias. Esto conlleva a demandar distintos consumos dependiendo de las necesidades que buscan satisfacer con el medio. En este marco, la televisión se torna más importante dentro de la rutina de quienes viven en el Hogar, que en la de los adultos mayores de casa.

¹ Es necesario aclarar que, para efectos de una lectura más ágil, al referirnos a los adultos mayores, los nombraremos en términos masculinos. Lo cual no significa que la ausencia de terminologías de carácter femenino esté relacionado con una valoración menor.

Otro resultado es que los usos más comunes son entretenerse e informarse. De esta forma, buscan entre otras cosas, levantar su ánimo, estar vigente con lo que ocurre en la sociedad y sentirse parte de ésta.

En términos generales, los adultos mayores con los cuales trabajamos tienen una valoración positiva de la televisión abierta, principalmente porque logran satisfacer sus expectativas y necesidades.

Sin embargo, son poco críticos con la parrilla programática existente. Esto se nota al momento de hacerlos imaginar su “programa ideal”, en el que sólo incluyeron o quitaron características de sus espacios favoritos.

Finalmente y al contrario de lo que inferíamos al comienzo de esta investigación, los adultos mayores no solicitaron tener programas exclusivos para ellos. No obstante, al hablar de la imagen del adulto mayor en la pantalla, reclamaron su falta de presencia en películas y teleseries. Ellos enfatizaron que, además de aparecer poco en la pantalla, cuando los mostraban era en circunstancias -la mayoría de las veces- no acorde su realidad.

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación permanentemente construyen realidades según la percepción de quienes trabajan en ellos, influenciados por sus líneas editoriales e intereses definidos por las instituciones que los sustentan.

Estas construcciones de realidad muchas veces son aceptadas como verdaderas por los lectores, oyentes o telespectadores. De esta manera, no es extraño que la población se forme una determinada idea de situaciones o contextos que desconoce, confiando en lo que los medios de comunicación le presentan como realidad.

Como periodistas involucradas en este proceso de construcción, observamos que uno de los casos donde ocurre esto es en el tratamiento del tema de los adultos mayores. Recordando cuáles eran los mensajes transmitidos por los medios acerca de este grupo etéreo, a primera vista, observamos que generalmente las personas de la tercera edad no son noticia, que prácticamente no existen espacios comunicacionales dirigidos exclusivamente a ellos y que mayoritariamente se transmiten los mitos que existen sobre esta edad, creando una imagen casi homogéneamente negativa de los adultos mayores.

Considerando que según las proyecciones demográficas del Instituto Nacional de Estadísticas este grupo crecerá, llegando a ser cerca del 18% de la población chilena para el 2025 y observando que existe un gran interés hacia ellos desde áreas científicas y sociológicas, pero no en el ámbito de las comunicaciones, decidimos aplicar nuestros conocimientos en el estudio de este grupo vulnerable.

En un principio pensamos nuestra investigación a partir de la imagen que se proyecta de los adultos mayores en la televisión, por lo que analizaríamos la situación de dicho grupo etéreo desde el punto de vista del emisor. Pero luego, nos pareció más interesante y coherente con nuestro objetivo el que los adultos mayores fuesen escuchados, es decir, basar nuestra investigación desde el receptor, para que así fuesen los mismos integrantes de la tercera edad quienes nos dieran su parecer.

Basándonos en que ellos son grandes consumidores de televisión y la fuerza que tiene este medio para crear realidades, establecimos como objetivo general averiguar cuáles eran los usos y valoraciones que estas personas hacían de la televisión abierta para desde ahí y

conscientes de los prejuicios con que iniciamos nuestra investigación, sacar conclusiones de cómo sería una mejor televisión para los adultos mayores, como también sugerir - desde sus opiniones- qué imágenes de la tercera edad proyectar, para así producir un cambio cultural con respecto a la negativa visión que hay sobre los ancianos.

Como base teórica de nuestra investigación trabajamos fundamentalmente tres temas. En primer lugar hicimos un acercamiento cultural, demográfico, político y social de la tercera edad en Chile para comenzar a conocer a nuestro grupo objetivo. En segundo lugar, revisamos las teorías comunicacionales que nos servirían como sustento en la búsqueda y análisis de la información. Para finalmente investigar las características de la televisión como medio, su historia en nuestro país, su consumo y su relación con los adultos mayores.

Posteriormente, y a través de las técnicas de grupos focales y entrevistas en profundidad a adultos mayores -utilizando como variables el género y el tipo de vivienda- nos adentramos en su percepción y autopercepción de la tercera edad; el consumo, uso y valoración de televisión y la imagen de adulto mayor que según ellos proyectaba la televisión abierta.

En la presente investigación, los invitamos a conocer un acercamiento a las complejas relaciones que establece un grupo de la tercera edad con la televisión abierta.

Capítulo I.- MARCO TEÓRICO

I.I.- LA TERCERA EDAD EN CHILE

I.I.I.- Hacia una conceptualización de los adultos mayores

1.- Hablar de tercera edad: una conversación mítica y pesimista

Para comenzar a hablar sobre la tercera edad en Chile, quizás sea bueno acercarnos primero a distintas concepciones que hay sobre este grupo etéreo en la sociedad en general. Como consenso utilizaremos la definición de tercera edad que nace en la Asamblea Mundial del Envejecimiento, realizada en Viena (Austria), en 1985, donde se acordó que a partir de los 60 años de edad las personas son consideradas como ancianos o adultos mayores.

Pero, sin duda, la persona anciana no se define sólo por su edad. Tiene que ver también con una conceptualización cultural de b que significa ser un adulto mayor. “El envejecimiento como proceso de ponerse viejo es un proceso natural consubstancial a la finitud de los seres humanos, pero son las características de la sociedad en que viven las que condicionan tanto la cantidad de vida o el promedio de años que vivirán sus habitantes, como la calidad de vida o el cómo vivirán sus años de vejez. En otras palabras, envejecer no sólo es un proceso biológico, sino que también es un proceso social

. Asimismo, Peter Townsend, planteó que la situación actual de dependencia de los ancianos ha sido creada por la política social, es decir, es producto de las acciones llevadas a cabo por la sociedad.

En definitiva, si hoy existe una visión pesimista o paternalista hacia los ancianos, es la misma sociedad la que ha hecho esta construcción y a su vez, ha traspasado esta valoración (o desvaloración) a las personas mayores, las que en gran parte terminan por asumirla como propia. Ante esta construcción, Barros plantea que el envejecimiento se debe examinar desde dos niveles: el de la sociedad y el de los propios individuos que envejecen.

En lo que se refiere a la sociedad, plantea estudiar las oportunidades sociales ofrecidas para los que envejecen y las consecuencias de esto en términos de similitud de condiciones de vida, ya sea en cuanto a la cantidad, como a la calidad de vida que les tocará vivir.

En relación a los individuos que envejecen, la atención se debe centrar en cómo ellos enfrentan este proceso como propio. Es decir, la capacidad de adaptarse a los cambios físicos, de aceptar las pérdidas y frustraciones que conlleva el envejecimiento y buscar respuestas a los problemas que se les vayan presentando (ambos niveles serán tratados brevemente más adelante).

Sin duda, estas construcciones sociales varían de una cultura a otra. Por ejemplo, en las sociedades rurales del África tradicional, donde los ancianos son poco numerosos, cumplen un papel muy importante. Dada la relevancia que se le otorga a la oralidad, a los ancianos se les atribuye el “saber mítico”. “Poseer el secreto del mito, relato sagrado de los orígenes, equivale a conocer el sentido profundo de las cosas y la Ley de los Padres, es decir, el principio que rige y regula el orden social (...) Esta supremacía en el saber confiere

a los ancianos un papel fundamental en el plano educativo. Pues, además del conocimiento del mito, han de transmitir a los más jóvenes la historia del grupo y las reglas sociales a las que son depositarias

. En este caso, el envejecimiento pasa a ser un proceso de adquisición, teniendo una representación altamente positiva del viejo. Porque el mirar la vida como una progresión permanente que va más allá de la muerte, lleva a concebir la vejez como la última etapa de una ascensión hacia la plenitud y el poder.

En cambio, “las sociedades occidentales enfocan la vida humana en períodos sucesivos, de modo que tras las fases de crecimiento, madurez y de apogeo, vienen la decadencia, el ocaso y el fin ineluctable e irreversible

. Por ejemplo, ya acercándonos a nuestra realidad nacional, esto se evidencia en la definición que da el propio Instituto Nacional de Geriátrica “Presidente Eduardo Frei Montalva”, donde explica el envejecimiento individual, como un proceso normal del ciclo de vital en que ocurren una serie de cambios biológicos, psicológicos y sociales. Este proceso comienza en la vida intrauterina y continúa hasta la muerte, siendo más notorio desde los 70-75 años, a partir de los cuales se requiere un mayor tiempo para adaptarse a los cambios anteriormente mencionados

.

Más aún, se agrupa a los ancianos según su nivel de dependencia. Dentro del grupo que comprende a los adultos mayores hay quienes se pueden valer por sí mismos (autovalentes) (67%), otros que necesitan ayuda parcial para realizar sus actividades cotidianas (30%) y un grupo minoritario que es totalmente dependiente (3%)

.

Según el Instituto Nacional de Geriátrica, la funcionalidad o capacidad de valerse por sí mismo comprende capacidades físicas, psíquicas y sociales.

Entre las capacidades físicas se encuentran caminar fuera y dentro de la casa, bañarse, vestirse, alimentarse, prepararse las comidas, ir de comprar, llamar por teléfono, etc.

Las capacidades psíquicas tienen que ver con poder decidir por sí mismo, el estado de ánimo, la capacidad de orientación, poder relacionarse con otras personas, etc.

Finalmente, las capacidades sociales comprenden el disponer de recursos económicos, vivienda, disponibilidad de personas que lo puedan atender o ayudar cuando lo necesite.

Dependiendo de estas facultades, se diagnostica a un anciano como funcionalmente sano o funcionalmente enfermo.

Bajo esta concepción de la tercera edad, como último escalafón de un proceso de envejecimiento iniciado en la vida intrauterina, hay factores sociales que inciden en el empeoramiento de la calidad de vida

.

Así por ejemplo, el modelo médico tradicional conceptualizaba a la vejez en términos de déficit e involución. Luego, al ver que esta disminución no es necesariamente déficit, ya que el organismo funciona con niveles variables de superávit o reserva, se produce (o debería producirse) un vuelco de la medicina en busca de la prevención, tratamiento, y rehabilitación con el fin de dilatar el declinamiento y ayudar a los individuos a mantener su autonomía funcional hasta el final.

Otro mito a combatir, según la socióloga Barros, es el de asociar tercera edad con deterioro extremo y la incapacidad total. Esto, porque según datos de la Organización Panamericana de la Salud (OPS), la realidad es que sólo el 3% de los adultos mayores está postrado. Un 30% es frágil y el 67% es autovalente. Es por esto necesario poder diferenciar entre una etapa de vejez activa y una etapa de fragilidad y decrepitud (después de los 80 años). Esta distinción, ha llevado a algunos teóricos a acuñar el término “cuarta edad”. Es así como Louis-Vincent Thomas da esta denominación a los adultos mayores de 85 años

. En este sentido, ya no existiría un sólo grupo después de los sesenta años, sino que dos distintos. Y es posible que recién en la cuarta edad se pueda encontrar adultos mayores con un mayor deterioro físico.

El tema de la jubilación, la pérdida de la ocupación, la disminución del ingreso y deterioro de la identidad social es otro gran problema cultural y estructural de nuestra sociedad chilena. Como explica Barros en su análisis desde la sociedad, el derecho al retiro del trabajo establecido como un privilegio, suele imponerse a los individuos porque la sociedad necesita sus puestos. En el mundo occidental, donde prima una organización de la economía cuya meta principal es la producción, un anciano fuera del ámbito laboral pierde respeto y sentido de valía personal. “El problema es que la sociedad hasta el momento no ha sido capaz de definir un conjunto de actividades para los individuos que se retiran del trabajo; es decir, no ha creado un rol que sustituya al del trabajador, ni les ha definido una

función social alternativa

. Carmen Barros plantea como fundamental que, tanto el desarrollo personal como el desarrollo de la participación sean considerados tan importantes como el desarrollo económico. De esta manera, los ancianos podrían jugar un papel importante en nuestra sociedad mediante diversas formas de estar en el mundo, donde la productividad no sea el eje de la participación social.

2.-La heterogeneidad en este grupo etáreo

Otro aspecto importante a la hora de hablar de la tercera edad es el no tomar a este grupo como homogéneo, ya que así se podrá tener una visión más amplia para brindarles más variadas y adecuadas oportunidades. Como señaló Fernando Lolos en un Congreso que se hizo en Chile en torno al tema del Adulto Mayor:

“Con el incremento de la edad la gente no se vuelve más homogénea, sino todo lo contrario. Es una paradoja que hablemos de los ancianos o los adultos mayores como un grupo homogéneo cuando, precisamente, las diferencias entre las personas se van haciendo más acusadas a medida que progresamos en edad. Y por eso es que el desafío está en diseñar buenos lenguajes de oferta y buenas ofertas de servicios tomando en cuenta, cada vez con mayor precisión, el grado de individualidad irreversible que se da a medida que se progresa”.

Existen algunas catalogaciones. Hay autores que hablan de vejez social (jubilación laboral), vejez personal (características individuales concretas) y vejez biomédica (degradación biológica). Otra clasificación es la señalada anteriormente en relación a la tercera edad (60 a 85 años) y la cuarta edad (85 años y más). Para otros, la cuarta edad comenzaría a los 75 años. Una tercera diferenciación, es la hecha por el Instituto Geriátrico, citada anteriormente, y tiene que ver con el grado de autonomía del anciano, de acuerdo a esto puede ser funcionalmente sano o funcionalmente enfermo.

Otros factores que pueden influir en una categorización son las personas con quienes viven y la actividad que desempeñan, ya sea laboral, participativa o recreacional.

3.- La participación social de los adultos mayores

Como ya hemos señalado anteriormente, los adultos mayores no son homogéneos y una de las grandes diferencias entre ellos está dada por el nivel de actividad en que están insertos. Muchos de ellos participan activamente en organizaciones, haciéndolos sentir útiles y vigentes. Por ello, el Comité Nacional para el Adulto Mayor le da especial relevancia al hecho de que los adultos mayores participen en alguna instancia social. Es por eso que se la presentan como una instancia positiva; como un deber, por ser la forma en que se asume la responsabilidad de participar en el desarrollo de la comunidad, obligándose a estar informados acerca de qué está pasando en ella.

Asimismo, la participación social se la enseñan como un derecho, porque permite elegir a representantes propios y otorga la posibilidad de ser miembro de organizaciones sociales, o bien, ser dirigente de ellas.

Bajo el lema: “Chile necesita a sus adultos mayores: participación social”, el Comité elaboró un folleto donde explica los tipos de organizaciones que los adultos pueden participar. Estas son:

Organizaciones comunitarias:

Clubes de Adultos Mayores.

Unión Comunales de Adultos Mayores.

Junta de vecinos.

Otras organizaciones:

Organizaciones de consumidores.

Consejo económico social comunal.

Otras formas de participar:

Centros de padres y apoderados.

Cooperativas.

Organizaciones no Gubernamentales de Desarrollo (ONG's)

Programas para el Adulto Mayor en las Municipalidades.

Apoderados de mesa en actos eleccionarios.

Organizaciones deportivas.

Organizaciones de jubilados, etc.

Según el Comité Nacional para el Adulto Mayor

, históricamente las personas de la tercera edad han participado activamente en las directivas de las Juntas de Vecinos y en las Asociaciones de Pensionados. Pero además, en la actualidad han surgido los Clubes del Adulto Mayor dependientes de los municipios, de las iglesias y de instituciones de beneficencia, entre otros. Se reúnen en función de intereses comunes, para compartir con pares, para postular a fondos de proyectos concursables, para realizar actividades de capacitación, artísticas, recreativas y culturales.

Según un catastro de organizaciones sociales de adultos mayores en Chile, 108.728 adultos mayores (cerca del 10%) participan en organizaciones sociales dependientes de los municipios del país. Junto a esto, según personeros de la Iglesia Católica, aproximadamente 70 mil personas de la tercera edad pertenecerían a sus organizaciones (6,5% aproximadamente).

“La Región Metropolitana concentra el mayor número de adultos mayores organizados (46.064), seguida por la VIII Región (13.844), y la V Región (9.394). En la Región Metropolitana, existen 18 Uniones Comunales. En las regiones I, V y VIII el número de Uniones Comunales es de 3 por región. En las otras regiones del país el número de Uniones Comunales varía entre 2 y 0 por región. A nivel nacional, se han contabilizado 3.435 Clubes de Adultos Mayores, con un promedio de 37 socios por club”

.

Junto a esto, hay que considerar, como se dijo anteriormente, que la participación social se puede hacer también fuera de organizaciones sociales propias, como en los programas para los adultos mayores que ofrecen las municipalidades, o las ONG's, entre otras.

En relación con los programas para adultos mayores que ofrecen los municipios, según datos del Comité Nacional del Adulto Mayor, de las 343 comunas que posee nuestro país, 253 (73.7%) cuentan con ellos. Con esto, hemos querido demostrar, que existe un creciente interés tanto por parte de los adultos mayores por participar, como de los municipios por abrirles nuevos espacios para

su desarrollo personal. Y por lo tanto, no todas las personas de la tercera edad son inactivas.

I.I.II La tercera edad en cifras

Los números y estadísticas son importantes en nuestra tesis, porque en cierto sentido nos ayudarán a entender porqué ha ido cambiando, a nivel gubernamental y de expertos, la visión sobre el adulto mayor de una postura asistencialista a una más integral, la que busca darle un mayor sentido a esta etapa de la vida. Pero también serán fundamentales, para captar la importancia de que sea la sociedad entera la que asuma esta nueva realidad. Los datos que expondremos han sido rescatados de dos documentos del Mideplan correspondientes a la Encuesta Casen 1998

y a datos del Censo 1992

. Adem

s se obtuvieron cifras del Informe Comisión Nacional para el Adulto Mayor

y de un estudio de la tercera edad en Chile

.

En el cambio de visión sobre la tercera edad por parte de algunos sectores, creemos que un importante factor ha sido la evolución producida en la esperanza de vida de las personas. Esto, pues mientras en 1950 la edad promedio a la que se llegaba era de 54 años, hoy es de más 72.

Más aún, según datos proyectados por United Nations Population Fund, en el 2025, la población chilena incrementará su esperanza de vida en 2,5 años, llegando a tener una expectativa de vida de las más largas de América Latina (78,5 años).

Sin embargo, un análisis adicional basado en los nuevos escenarios posibles de la evolución de la mortalidad, abre la probabilidad de prolongar la vida más allá de los límites aceptados del ciclo vital. “La lucha contra las nuevas causas de muerte progresa en la tendencia descendente del riesgo de morir y presenta nuevas perspectivas que hacen posible un futuro optimista que plantea un nuevo techo vital cercano a los 120 años de esperanza de vida.”

Con este precedente, la esperanza de vida sufriría un incremento medio de nueve años para el conjunto de la población en el período 1995-2000. En el 2025, los varones alcanzarían una esperanza de vida de 79 años y las mujeres de 85.

En definitiva, hace cincuenta años, si las personas vivían aproximadamente hasta los sesenta, el cese de actividades laborales estaba muy cercano a la muerte. Es decir, no ocurría esta pérdida de rol social de que hablaba Barros. Hoy en cambio, una persona que jubila a los 60 o 65 años y deja de trabajar, ya sea voluntariamente o porque la sociedad ya no lo acepta como apto, fácilmente puede vivir 10, 20 o hasta 30 años más sin una actividad laboral definida.

Junto con esto, vemos que en los últimos años no sólo ha aumentado el techo vital, sino que además se ha incrementado y seguirá incrementándose el número de ancianos, debido a los avances en la medicina.

En Chile, en el período 1950-1995, la población de personas de sesenta años y más ha aumentado progresivamente de un 6,9% a un 9,6%.

Según la encuesta Casen de 1998 la población Adulta Mayor es de 1.529.136 personas (10,5% de la población). De ellas, el 43,3% son hombres y el 56,7% son mujeres.

Si observamos una proyección hecha por el Instituto Nacional de Estadística (INE) sobre la población anciana para este año (Ver tabla 1), vemos que este grupo estaría conformado por aproximadamente 1.550.283 personas. De éstas, 1.148.065 tendrían de 60 a 75 años.

Con estos datos, podemos decir que posiblemente más de un millón de adultos mayores, sin necesariamente estar en malas condiciones físicas, están jubilados y quizás sin trabajo, quedándoles tal vez 30 años de vida.

TABLA 1

Proyección de población urbana-rural, por sexo, según grupos de edad (2000)

Rango de Edad

Total

Urbano

Rural

Total

Hombres

Mujeres

Total

Hombres

Mujeres

60-64

459.896

380.966

172.137

208.829

78.930

43.196

35.734

65-69

385.756

326.324

141.236

185.088

59.432

32.061

27.371

70-74

302.413

251.398

102.803

148.595

51.015

27.007

24.008

75-79

203.438

169.162

63.652

105.510

34.276

17.621

16.655

80 y MÁS

198.780

166.375

53.589

112.786

32.405

15.286

17.119

Según proyecciones para el 2025, la tercera edad en Chile equivaldrá al 18% de la población. Los mayores de 60 años sobrepasarán los 4 millones. En tanto, los mayores de 75 llegarán a ser 1.300.000, es decir, entre el 32 y el 40% de la población anciana. Si además, consideramos los datos de la OPS que nos dice que el 67% de los adultos mayores

son autovalentes, ya no basta con brindarles sólo servicios asistenciales. Si bien, esto ya ha sido asumido por el Estado (ver políticas gubernamentales), es necesario que el resto de la sociedad cambie su visión negativa hacia los mayores y les brinden más oportunidades de desarrollo personal.

En la medida que se vaya conociendo más las realidades de los adultos mayores, se podrán derribar los mitos negativos que existen en torno a ellos. Dentro de este capítulo de las cifras, hay algunos datos que desmienten algunas creencias.

Con respecto a que los ancianos viven en soledad, en nuestro país eso ocurre en un 9,6%. El 63,5% vive con tres o más personas. Entonces, el punto quizás es analizar qué tan buena es la compañía que tienen que algunos se sienten tan solos. Al menos el 52,4% continúa casado. 28,5% de ellos es viudo y el 9,1% es soltero.

En relación con el tema de la pobreza, tampoco es cierto que la mayoría de los adultos mayores son pobres. Más bien el 11% se encuentra en esta condición, de los cuales 2,5 son indigentes.

En el tema laboral, si bien ya están en edad de ser jubilados, sólo el 57,4% de las mujeres y el 88,3% de los hombres de tercera edad, se encuentra inactivos. El resto trabaja o se encuentra cesante. Se ocupan mayoritariamente en Servicios Comunes Sociales (25%), Comercio, Restaurantes y Hoteles (22,3%) y Agricultura, Caza, Silvicultura (20,6%).

La proporción de personas de 70 a 80 años, registrados como población económicamente activa, es de cerca del 10% en nuestro país. Además, un 4,5% de los mayores de 80 años aún demandan empleo.

Lo importante de estas cifras es ser capaz de transmitir las en términos positivos, para ir cambiando la errónea idea que, en general, se ha construido en torno a la tercera edad.

Pero también hay datos que son menos alentadores, al menos, si no se logra variar el rol del anciano en nuestra sociedad.

Un factor importante en el nivel de dependencia de un adulto mayor es su estado civil. Si bien, el incremento de la esperanza de vida aumenta la probabilidad de vida en pareja, también se acrecientan las posibilidades de alcanzar la viudez en situaciones de limitación y deterioro. Esto repercute, finalmente, en una intensificación de dependencia sobre los otros miembros de la familia.

Esto hace pensar en los que cuidarán a los mayores. En Chile (como también en Argentina y Uruguay), el cuidado de los adultos mayores es una exigencia asumida principalmente por las mujeres de la familia. En 1950, cada adulto mayor, cuya edad oscilaba entre 65 y 79 años, disponía entre dos y tres cuidadores, de los cuales más de uno era mujer. Para el 2025, el número de cuidadores de adultos mayores de esta edad se habrá reducido a la mitad y tan sólo el 60-65% dispondrán al menos de un cuidador femenino en su red de soporte social.

El tema de quiénes son los más idóneos para el cuidado de los ancianos aún no está resuelto. “Aunque los debates públicos y las políticas sociales emergentes en los últimos años afirman que el hogar familiar es el hábitat más apropiado para el adulto mayor, no está confirmado que la coresidencia con miembros de otras generaciones sea la opción más apropiada. Estas circunstancias y condiciones ponen en entredicho un sistema familiar, y reclaman estrategias dirigidas a asistir tanto a los hogares nucleares como a los multigeneracionales. De lo contrario, el papel irremplazable de la familia, como canal de transmisión y transferencia intergeneracional de soporte se verá sometido a un deterioro inevitable.”

Como vemos, hay múltiples situaciones de las cuales es necesario conversar y debatir como sociedad, pero para ellos se hace imprescindible que el tema esté en el tapete y de una forma constructiva.

I.I.III.- Una mirada desde la salud

Atrás ha quedado el modelo biomédico de la salud en que el anciano era concebido como una patología. Hoy se maneja el “enfoque integral de la salud como bienestar”, donde se concibe a la salud como un completo estado de bienestar biológico, psicológico y social. La carencia de satisfacción en cualquiera de estas variables influye sobre las otras

.

1.-Dimensión biológica del envejecimiento

Uno de los importantes cambios a los que se debe enfrentar un adulto mayor son los

fisiológicos. El cuerpo va funcionando cada vez más lento, por lo que se debe ir produciendo una adaptación tanto personal como de las demás personas y de los servicios ofrecidos hacia ellos.

En términos generales, se produce una disminución hasta en un 40% de las células que efectúan la función de los diferentes órganos. Aumentan las células que constituyen el tejido conectivo o de relleno. La cantidad de agua del cuerpo, especialmente la intracelular, disminuye también hasta un 40%. Todo lo anterior produce una disminución del tamaño y de la capacidad de los diferentes órganos o sistemas al mismo porcentaje.

El Sistema Músculo Esquelético experimenta una leve disminución de la masa muscular y de la capacidad física. Además, hay una mayor tendencia a la pérdida de calcio en los huesos.

El Sistema Nervioso se ve afectado por disminución de la memoria de hechos recientes; el centro de la sed responde en forma más lenta al igual que el que regula la temperatura corporal, por lo que hay una mayor fragilidad a cambios bruscos de temperatura ambiental. Asimismo, hay una disminución leve del sueño profundo y de las horas de sueño.

En relación a los órganos de sentido, también pertenecientes al Sistema Nervioso, el olfato se hace menos intenso. El gusto disminuye en los sabores ácido y amargo, manteniéndose para lo salado y lo dulce. Se reduce la sensibilidad del tacto más profunda, como el de las piernas y los glúteos. Con respecto a la vista, disminuye la visión cercana como lejana. Además, puede aumentar la presión dentro del ojo y llevar a un glaucoma, que si no se trata podría producir ceguera. La audición, en tanto, también disminuye, dificultando la diferenciación entre una palabra y otra.

En el Aparato Respiratorio se produce un aumento de espacios dentro del pulmón, que retienen aire no útil, disminuyendo los espacios para el intercambio de oxígeno y anhídrido carbónico. El reflejo de la tos se pone más lento y hay una mayor tendencia a la producción de secreciones.

El corazón, componente principal del Aparato Cardiovascular, aminora su capacidad de bomba. Las arterias pueden colocarse más rígidas o duras y producir la enfermedad conocida como Hipertensión Arterial.

En cuanto al Aparato Digestivo, la mucosa que cubre toda la boca se adelgaza; hay

una menor producción de saliva. Las encías también se adelgazan y se retraen, lo que puede favorecer las caries dentales y la caída de dientes. En el estómago, se adelgaza el epitelio de su cara interna y se reduce la producción de ciertas sustancias que son importantes para disolver los alimentos. Se produce, además, una menor absorción de nutrientes y una lentitud en la velocidad con que se desechan los residuos, originando estreñimiento.

En relación al Sistema Genito Urinario, se limita la capacidad de filtración renal y de control de esfínteres.

En cuanto a la sexualidad, la frecuencia y calidad de la actividad sexual va a depender de la historia sexual previa y de las condiciones locales a nivel de genitales. Si bien se espera una baja en la frecuencia, la calidad va a depender de cómo se expresen los sentimientos, lo que suele mejorar en los Adultos Mayores.

Todos estos cambios tienen que ser considerados por la sociedad como fenómenos que se producen involuntariamente, de manera que deben ser asumidos como parte de sus vidas y así considerarlo en las distintas planificaciones de infraestructuras o comunicacionales.

En este sentido, la Organización Mundial de la Salud (OMS) ha optado por definir el estado de salud entre los ancianos no en términos de déficits, sino de mantenimiento de la capacidad funcional, es decir, la capacidad de funcionar autónomamente. Lo que importa es lo que el adulto mayor tiene, no ya aquello que le falta.

2.- Dimensión social y psicológica del envejecimiento

La sociedad, de acuerdo a la edad y estatus anteriores, asigna roles y expectativas de comportamiento. Estas tareas y funciones por edad se hicieron más explícitas con la industrialización y los cambios demográficos.

Se estableció que después de los 60 años, en el caso de las mujeres, y a los 65, en el caso de los hombres, las personas tenían que jubilar y dejar de trabajar. Este rito social utiliza un criterio que no está dado por las capacidades o tipo de trabajo y deja al anciano sin expectativas y funciones sociales claras, determinando a priori el término del rendimiento laboral.

Este cambio condiciona la sustitución de un modo de vida organizado en torno al trabajo por otro, en el que no hay pautas socialmente definidas; y en una sociedad en el que

el trabajo es el medio para ganarse el respeto de los demás, conlleva una desvalorización hacia el anciano. Junto a esto, la carencia de función productiva y empobrecimiento consecuente, en una sociedad consumista e industrial, se interpretan como inutilidad. Por otro lado, la tecnificación y velocidad de cambio en nuestra época trae una disminución del valor de la experiencia y la califica como caducidad.

A pesar de lo anterior, se ha constatado que no para todos los adultos mayores el dejar el trabajo es algo negativo. “Si la actividad en cuestión resultaba interesante y valiosa, disminuirla constituye una pérdida; por el contrario, si resultaba una carga, disminuirla representa un alivio”

El retiro del trabajo trae como consecuencia una mayor disponibilidad de tiempo libre, lo que produce una cierta desestructuración temporal de las actividades diarias. Asimismo, se ha observado que las personas de la tercera edad “tienen una cierta imposibilidad psicológica de proyectarse al futuro, tendiendo a autolimitarse al tiempo inmediato, a no intentar nada nuevo, a ponerse metas próximas como mecanismos de defensa para no frustrarse”

En lo psicológico, se produce una permanente adaptación a pérdidas y abandonos. “El nivel de bienestar de los ancianos depende del modo en cómo se adaptan a sus circunstancias existenciales, mediante la interpretación de lo que les sucede, la búsqueda de solución a problemas que son solucionables y la aceptación de las limitaciones y pérdidas inevitables”

Según Carmen Barros del Instituto de Sociología de la Universidad Católica, los adultos mayores se sentirán satisfechos en la medida que sean capaces de cumplir bien las tres tareas de desarrollo propias de esta etapa vital

:

Cumplir tareas vinculadas a la generatividad o al hecho que el ser humano es un ser en el mundo. Hacerlo es lo que suele llamarse un envejecimiento activo e implica realizar actividades supeditadas a un plan o proyecto vital, y estar en contacto con otros, es decir,

sentirse parte de un colectivo que va más allá de sí mismo.

Cumplir tareas relativas al desarrollo de la interioridad, de la reflexión que ayude a completar el ciclo vital y que abre las puertas de la trascendencia.

Aceptar las pérdidas y frustraciones que conlleva el envejecer, pero sin quedarse en una actitud de mera resignación, sino que promoviendo una lucha activa por conseguir una mejor calidad de vida.

La capacidad de adaptación depende en gran medida de las características individuales: flexibilidad, grado de control sobre la situación y orientación activa o pasiva que el sujeto presenta en relación a la búsqueda de soluciones. Asimismo, influye en esto la magnitud y calidad de los ajustes necesarios. Por ejemplo, es diferente un cambio de casa a la muerte del cónyuge.

En relación a las emociones, existen tres necesidades básicas muchas veces no satisfechas :

La necesidad de sentirse amado, valorado, importante y necesario, se satisface en el encuentro con el otro, es decir con la interacción social. La ausencia de interacción social produce en el anciano un fuerte sentimiento de soledad y de frustración, de abandono y de falta de raíces.

La necesidad de sentirse útil, que se satisface en gran medida en la posibilidad de dominar el ambiente, de mejorar la calidad de vida y de hacer cosas nuevas está muy menoscabada en la senescencia. Se le restan posibilidades de trabajo o simplemente se les margina del quehacer productivo. El sentimiento de inutilidad los ubica en un plano de inferioridad.

La necesidad de seguridad, que otrora se cifrara en la propia vitalidad, en la posesión de un cierto estatus y de una serie de bienes materiales, durante la senescencia se traduce en la necesidad de protección, liberación de la ansiedad y el miedo. Una persona anciana necesita de un medio razonablemente estable, en el que se sienta segura; necesita continuidad geográfica y biográfica.

I.IV.- Leyes para los Adultos Mayores

1.-Legislación sobre aspectos generales

La Constitución Política de Chile no contiene normas específicas para el adulto mayor, pero cuenta con principios aplicables al tema. Se reconocen la igualdad en dignidad y derechos a todas las personas y la necesidad de proteger y fortalecer la familia. Además, establece la finalidad del Estado de crear las condiciones sociales que permitan la realización espiritual y material de las personas, dar protección a la población y asegurar la participación en la vida nacional en igualdad de oportunidades para todos.

Asimismo, los derechos del adulto mayor a la independencia, la participación, el cuidado y la autorrealización y dignidad recogidos por la “Carta de derechos de las Personas Mayores”, son también reconocidos en nuestra legislación. Hay una legislación específica que enmarca las políticas de protección integral al envejecimiento y la vejez saludable.

Se encuentra legislado por Decreto Ministerial, la creación de los órganos asesores del Presidente e Intendencia en la formulación e implementación de políticas, planes y programas para el adulto mayor. Sin embargo, no existe legislación que establezca órganos ejecutores de las políticas a favor de los adultos mayores, ni tampoco de control de las instituciones proveedoras de servicios, del recurso humano ni concretamente de los planes y programas específicos.

2.-Legislación en Previsión Social

La Constitución chilena reconoce el derecho a la seguridad social y establece que el Estado debe garantizar el acceso a una prestación básica uniforme, otorgada a través de instituciones públicas o privadas, la opción de establecer las cotizaciones obligatorias y la vigilancia del ejercicio del derecho.

La legislación nacional reconoce dos sistemas de pensiones para el régimen contributivo:

Antiguo Sistema: régimen de reparto enmarcado por los valores de equidad y solidaridad intergeneracional.

Nuevo Sistema: basado en la capitalización individual.

Además se establece un régimen no contributivo: las Pensiones Asistenciales.

La creación de los órganos previsionales tienen un fundamento legal, así como la delegación de las funciones y obligaciones de las instituciones previsionales del Antiguo Sistema en el Instituto de Normalización Previsional (INP).

Con el objetivo de supervisar y controlar estos sistemas se creó la Superintendencia de Seguridad Social. En la legislación existente se encuentran los requisitos para acceder a cada uno de los beneficios previsionales, los montos y reajustes.

3.-Legislación en Salud

Nuestra Constitución asegura el derecho a la protección de la salud, mediante el libre acceso a las acciones de promoción, prevención y recuperación de la salud. El Estado tiene el rol de controlar y coordinar las instituciones y personal que presta estos servicios sanitarios.

También se garantiza el derecho a la libre elección del sistema de salud.

Sin embargo, no existe un marco jurídico específico que oriente a las personas, instituciones y actividades en la atención especial del adulto mayor. Tampoco hay una legislación que garantice las prestaciones a los adultos mayores ni que presente alternativas para la financiación de estos servicios. Asimismo, se denota la ausencia de una normativa de establecimientos y de recursos humanos destinados a la atención de este sector de la población. Pero existe un órgano de supervisión y control: la Superintendencia de Isapres. No obstante, los planes y programas que se ofrecen al adulto mayor están desarticulados y son insuficientes para cubrir sus necesidades básicas.

En los temas de promoción de la salud y prevención de enfermedades crónicas, no hay una normativa que garantice el acceso del adulto mayor a estos recursos.

4.-Legislación en Servicios Sociales

En cuanto a las prestaciones sociales específicas para el adulto mayor, sólo se encuentran reguladas mediante una normativa, la de vivienda y los establecimientos de larga estadía.

5.-Legislación en Vejez Activa

No hay una normativa para una vejez activa. Si bien actualmente la acreditación de instituciones para potenciar la participación social del adulto mayor, la formación de recursos especializados, la integración en un solo sistema de prestaciones y el desarrollo de planes y programas que faciliten la actividad e integración social del adulto mayor tienen

relevancia, esto no se ve reflejado en una legislación clara que garantice estos derechos.

I.I.V.- Recursos Humanos para el Adulto Mayor

En nuestro país la oferta de recursos humanos en geriatría y gerontología es escasa y, más aun, se concentra en Santiago y Concepción. La capacitación en geriatría de los médicos de Atención Primaria se interrumpió en 1999. Se hace necesario la formación de un mayor número de médicos, de manera que una masa crítica de especialistas pueda formar, a su vez, a los médicos generales.

Asimismo hay una carencia de personal de enfermería y auxiliar especializado en el adulto mayor.

Las carreras de Kinesiterapia, Nutrición y dietética, Trabajo Social y Odontología, no cuentan con especialización ni postgrados pertinentes al Adulto Mayor.

Los profesionales del cuidado de la higiene personal y la atención a domicilio pertenecen a empresas privadas y sus servicios son muy costosos. Algunas ONGs como el Hogar de Cristo, poseen programas de atención diurna, ayuda familiar y hogares.

En cuanto a las asociaciones de profesionales, todas las que están relacionadas con la tercera edad, tienen Sociedades Profesionales de afiliación voluntaria. Todas ellas tienen publicaciones para sus socios y efectúan cursos anuales y/o reuniones de actualización abiertas para que participen todos los profesionales del área respectiva.

En estos últimos tres años el tema del adulto mayor se ha tratado con regularidad.

I.I.VI.- Política Nacional para el Adulto Mayor y Programas Sociales

1.- Los avances en la visión estatal

El fenómeno del envejecimiento de la población es un hecho reciente, por lo que la inserción del tema del adulto mayor en la agenda de la política social ha sido un proceso lento en nuestro país. “Durante el régimen militar, las acciones sociales para la población mayor de sesenta años se circunscribió a los ámbitos previsionales y de salud, sin que ello implicara que se ejecutaran programas especiales para este grupo social. Al igual que en relación con la mayor parte de los otros colectivos, en este período se registran políticas asistenciales

. Durante ese período, específicamente en 1981, el gobierno se adhiere al “Plan Mundial sobre Envejecimiento” de las Naciones Unidas.

En 1990, la realidad del adulto mayor se muestra preocupante. Este grupo está creciendo en condiciones negativas: “el empobrecimiento que conlleva en el actual contexto de jubilación; las apreciaciones valóricas negativas respecto de la vejez, asociadas fundamentalmente a limitaciones y pérdidas, entre otras las de rol, prestigio, poder y ascendiente; la identificación de vejez con enfermedades y limitaciones físicas

.
El primer gobierno de la Concertación se da cuenta de la ausencia de una política estatal sobre el tema. Para diseñar ésta, decide iniciar un proceso de diagnóstico de la situación. Se estudian experiencias y tendencias extranjeras; se reúnen los técnicos nacionales para aunar diagnósticos parciales; se identifican áreas prioritarias de intervención; se busca un consenso respecto al enfoque con que se abordaría la temática; se reconoce la importancia de actores sociales como los municipios, los organismos públicos, las universidades, organizaciones no gubernamentales y de adultos mayores; los municipios se sensibilizan para iniciar programas pilotos de integración de las personas mayores.

La emergencia del tema del envejecimiento provoca una falta de coordinación para emprender acciones de una manera coherente

. Se valora que el tema está tomando vigencia, pero preocupa la dispersión de los programas y la escasa participación de la sociedad civil: “una política social sobre el envejecimiento y la vejez no puede cimentarse sobre la base de la sumatoria de los programas existentes; debe más bien basarse en una reflexión respecto de las necesidades presentes y futuras de este grupo, recaudar las diversas iniciativas que se desarrollan en función de una definición de política, con objetivos compartidos por todos los actores involucrados, y con programas estables en el tiempo, tanto en el aparato estatal como en la sociedad civil”

2.-Hacia la política actual

En 1995, el Presidente de la República, don Eduardo Frei Ruiz-Tagle, nombró una Comisión Amplia, con 38 integrantes entre profesionales, académicos, entre otros, con el

objetivo de que en un plazo de siete meses presentaran un proyecto de Política Social en beneficio del Adulto Mayor. Cumplida su tarea, la comisión fue disuelta. Luego, en noviembre de ese mismo año, el Presidente nombra un comité de diez personas presidido por la Sra. Marta Larraechea de Frei, con el fin de lograr la aplicación de la Política propuesta y hacerle el seguimiento y la evaluación correspondiente. De esta manera quedaba constituido el Comité Nacional para el Adulto Mayor.

En marzo de 1996, el Consejo de Gabinete de Ministros del Área Social, aprueba formalmente la Política sobre el adulto mayor.

En enero de 1997, el Presidente Frei, a través de un Decreto ordenó la creación de los Comités Regionales del Adulto Mayor, los que son presididos por el Intendente, integrados por los Secretarios Regionales Ministeriales del Área Social y por representantes de organizaciones de la sociedad civil.

Dos años más tarde, Frei firma el Mensaje con que envía el Proyecto de Ley al Parlamento, por el cual se pretende crear el Servicio Nacional del Adulto Mayor.

En marzo del 2000, don Ricardo Lagos Escobar asume el tercer gobierno de la Concertación. La primera dama, Sra. Luisa Durán de Lagos, pasa a ser la nueva Presidenta del Comité Nacional para el Adulto Mayor. Asimismo, en abril del mismo año, Lagos reitera la prioridad de la urgencia para el Proyecto de Ley que crea el Servicio Nacional. El proyecto aún está en trámite. Si se logra llevar a cabo, los mayores beneficios con respecto al comité existente serían, según Leandro Zamorano, actual miembro del Comité, contar con más recursos y tener un mayor poder fiscalizador de las instituciones que trabajan con adultos mayores.

En tanto, el 21 de mayo, Lagos, en su discurso presidencial se refirió a la necesidad de mejorar la previsión y la jubilación de los adultos mayores. Al mismo tiempo, señaló que los ancianos aún pueden ser un gran aporte a la sociedad por lo que hay que integrarlos. Estas fueron sus palabras al respecto:

“Debemos adaptarnos también a otros cambios, como el de la estructura demográfica, tal vez el mayor desafío que tendremos en los próximos años. Hacia el 2010, el 12 por ciento de la población será mayor de 60 años. Hacia el 2020 ó 2025, el 25% de nuestra población será mayor de 60 años. Esto significa que debemos abordar atentamente el tema de nuestra

seguridad social, si no queremos pagar altos costos en el futuro. ¡No repitamos la imprevisión que practicamos en el pasado!

Por ello quisiera decir aquí. Vamos a ser estrictos contra el no pago de cotizaciones previsionales que algunos entienden que pueden eludir livianamente. Estableceremos incentivos para la afiliación de los trabajadores por cuenta propia y los trabajadores de temporada, ellos también requieren de un sistema que les prevea para la vejez. Vamos a integrar a los adultos mayores a labores productivas, sociales, culturales y recreativas. El estar jubilado no quiere decir que no pueda seguir contribuyendo a la sociedad, usemos la imaginación para eso. Nos proponemos un progresivo aumento de las pensiones mínimas y asistenciales y lo haremos acorde aumente el ritmo de crecimiento de nuestra economía. Seguiremos avanzando en fórmulas que mejoren la rentabilidad, la transparencia y la competencia del sistema de administradoras de fondos de pensiones, pero también abordaremos el desafío que significa que probablemente en un futuro próximo, cuando las nuevas generaciones empiecen a jubilar, podamos constatar que muchos, sea por insuficiencia en sus ingresos o por extensas lagunas previsionales, no tienen los recursos para poder tener una pensión mínima”.

3.-La política del cambio cultural

En la política aprobada en marzo de 1996 se colocó como la gran meta “lograr un cambio cultural en toda la población que signifique un mejor trato y valoración de los Adultos Mayores en nuestra sociedad, lo que implica una percepción distinta sobre el envejecimiento y, alcanzar mejores niveles en la calidad de vida para todos los Adultos Mayores”.

Esta política está sustentada en dos valores: la equidad y la solidaridad intergeneracional.

Los principios que fundamentan esta política son autovalencia y envejecimiento activo; prevención y educación para un envejecimiento sano; flexibilidad en el diseño y aplicación de la política a favor del adulto mayor; descentralización y subsidiariedad y rol regulador del Estado.

Los objetivos de esta política son:

Fomentar la participación Social del Adulto Mayor.
Incentivar la formación de recursos humanos en el área.
Mejorar el potencial de salud de los Adultos Mayores.
Crear acciones y planes de prevención.
Focalizar los subsidios estatales en los sectores más pobres de Adultos Mayores.
Fortalecer la Responsabilidad Intergeneracional en la familia y la comunidad.
Fomentar el uso del tiempo libre y la recreación.
Institucionalizar la temática del envejecimiento.
Fomentar la asociatividad entre los Adultos Mayores.
Privilegiar el ámbito local en la ejecución de políticas para el Adulto Mayor.
Perfeccionar las normativas referidas a la Seguridad Social.
Mejorar los sistemas de atención a los pensionados.

4.-Panorama general de los programas sociales

En nuestro país existe una variedad de servicios sociales para el adulto mayor dispuestos por diferentes instituciones, organizaciones tanto públicas como privadas, ministerios, asociaciones, así como el Comité Nacional para el Adulto Mayor. Sin embargo, de acuerdo con el estudio del Adulto Mayor citado anteriormente

existe una serie de problemas en torno a éstos. Primero, se señala que estas iniciativas no cuentan con una buena coordinación. Además, se dice que hay un desconocimiento por parte de los adultos mayores, quienes no visualizan los beneficios de los programas disponibles. Por otro lado, se manifiesta una falta de difusión de las actividades para este grupo etareo. Recientemente, se está comenzando a difundir las iniciativas en instancias locales de participación como juntas de vecinos, clubes, entre otros.

Algunos de los principales programas sociales que hoy se encuentran en vigencia son los que se observan en la tabla 2.

TABLA 2

Programas sociales para el Adulto Mayor, Titularidad y Contenido

PROGRAMA

TITULARIDAD

CONTENIDO

Transporte

Metro S.A.

Máximo de dos viajes diarios en el Metro, con tarifa rebajada de lunes a viernes entre las 9:30 y las 17:30 horas y durante todo el horario de servicio los días sábado, domingos y festivos.

Vivienda

SERVIU

Ministerio de Vivienda y Urbanismo

Vivienda nueva, con terminaciones básicas que se entrega en “comodato” (préstamo gratuito en el caso de una renta familiar menor de 1,5 UF, en otros casos se pagará el 10% de la pensión).

Educación

Ministerio de Educación

Dirigido a personas analfabetas o con escolaridad incompleta y sin capacitación que deseen adquirirla, recuperarla o actualizarla, o desarrollar nuevas habilidades o competencias y enriquecer su formación personal y social. Además le permite acceder a programas de capacitación laboral. Este sistema pertenece a la llamada Educación de Adultos, donde se ofrecen tres tipos de posibilidades: educación básica y media científico humanista, educación básica y media orientada a la formación para el trabajo y programas especiales de Educación básica y media para la población trabajadora.

Turismo

Sernatur

El programa “Turismo para el Adulto Mayor” posee cuatro acciones: Talleres de capacitación turística para líderes comunitarios que después puedan preparar actividades turísticas al interior de su propio grupo; descuentos en servicios turísticos del país; un Encuentro Nacional de Turismo para el Adulto Mayor; calendario de actividades turístico-

recreativas.

Deporte y recreación

Digeder

Mediante un programa para el Adulto Mayor, se ofrecen clases de gimnasia, tres veces a la semana a personas de tercera edad autovalentes que tenga pocos recursos.

Descuentos

INP

Tarjeta de identificación del pensionado (TIP) que permite al pensionado del INP acceder a descuentos y servicios en más de 2.500 empresas adheridas a la campaña “Devolviendo la mano”, en rubros tales como farmacias, transporte, abarrotes, vestuario, recreación, pasajes aéreos, óptica, entre otros.

Ayudas técnicas

INP y FONADIS

Financiamiento total o parcial de ayudas técnicas, o bien ayudas existentes en stock, para personas con discapacidad. Las ayudas pueden ser sillas de rueda, bastones, carritos, andadores, lentes intraoculares, audífonos, entre otros.

Financiación de proyectos

Fondo de Inversión y Solidaridad Social (Fosis)

A través de su Programa de Desarrollo Social, el Fosis financia proyectos de adultos mayores que viven en condiciones de pobreza. Ellos pueden ser talleres artístico-recreativos, actividades deportivas, asesorías nutricionales, autocuidado en salud, equipamiento de sedes sociales, etc.

Estrategia de acción

Comité Nacional del Adulto Mayor

Promoción de las Organizaciones de los Adultos Mayores (Uniones Comunales de Asociaciones de Adultos Mayores).

Programas de capacitación y la realización del Encuentro del Adulto Mayor “Vivir la vida”.

Coordinación de los servicios públicos en sus programas para el adulto mayor.

Descentralización de la Política Social.

Publicaciones periódicas.

Según señala el estudio del que se ha hecho referencia, en general, los servicios sociales para los adultos mayores son escasos. Hay problemas de vivienda y escasez de recursos comunitarios para las personas con pérdida de autonomía.

Los únicos programas de atención a domicilio son privados y con precios que quedan fuera del alcance del 99% de las personas mayores. Se desconocen experiencias como centros y hospitales de día, en la mayor parte del país.

Los servicios sociales comunitarios de apoyo a las personas con incapacidades funcionales son casi inexistentes.

Hay una proliferación de hogares de ancianos, pero se carece de un censo fiable. Además, no existe un organismo que fiscalice la calidad de los servicios prestados por estas instituciones.

Ante la débil y descoordinada acción estatal, surgen las alternativas municipales. El ámbito local se ha ido convirtiendo en una fuente de desarrollo y participación para el adulto mayor.

Los equipos que trabajan con la tercera edad están compuestos, según el estudio, por personas que manifiestan un alto nivel de compromiso social y personal. Muchas veces los que generan los programas y actividades son los mismos que se consiguen el financiamiento. Este tipo de persona es escaso por eso, algunas veces, estas iniciativas no son repetibles a gran escala.

Otro factor que influye en los servicios sociales es la precariedad física o su localización, que impide la integración con las actividades habituales de los consultorios y centros.

I.II.- TEORÍAS DE COMUNICACIÓN

Con el fin de tener una base sólida en la que podamos apoyarnos para realizar nuestra investigación, se nos hace necesario hacer un recorrido por las que, a nuestro juicio, son las principales teorías y escuelas de comunicación que se han desarrollado a lo largo del tiempo. Ciertamente, algunos de los modelos básicos iniciales están un poco anticuados, pero aquí los recordamos por razones históricas y porque son "el suelo", los cimientos de trabajos posteriores.

Siguiendo esta lógica, realizaremos un análisis más profundo, sólo de aquellas teorías y/o conceptos, que consideramos nos serán útiles para la reflexión acerca del tema que nos interesa: la recepción de la televisión por parte de la tercera edad.

Para lograr un mapa conceptual atinente a esta investigación, se hace vital diferenciar los contextos en donde surgen las teorías y aquel en donde se desarrolla nuestro objeto de estudio. Es decir, acercarnos a las teorías a nivel mundial y, por otro lado, a la particularidad de América Latina, ya que cada teoría influye de distinta forma según las diferencias socioculturales, históricas y económicas en donde se aplica y se desarrolla. Es por esto que, por ejemplo, miraremos al Funcionalismo desde su concepción -en Estados Unidos- y también desde su adopción y desarrollo en Latinoamérica, donde ciertamente experimenta algunos cambios.

Por último, es importante dejar en claro que, más que teorías y escuelas, lo que rescatemos de esta revisión serán conceptos que nos ayuden en el presente estudio ya que, a nuestro parecer, no existe una sola teoría que abarque el foco de esta investigación, ni menos un estudio, en Chile, sobre nuestro objeto final: "conocer las relaciones que se dan entre la tercera edad y la televisión"; por lo que este trabajo se enmarca dentro de una investigación exploratoria.

I.II.I.- Tendencias teóricas mundiales

Como tendencias mundiales entenderemos aquellas escuelas y/o corrientes de pensamiento en torno a la comunicación, que surgieron desde comienzos del siglo XX en Estados Unidos, Inglaterra y Europa; y que han guiado, de cierta manera, la forma de pensar los procesos de comunicación.

Para nosotras es importante re-conocer estas teorías, ahora enfocándolas hacia

nuestro estudio, ya que nos permitirá comprender de mejor manera lo que nos estamos preguntando: ¿Cuáles son los usos, necesidades y valoraciones de los Adultos Mayores hacia la televisión?.

1.- Escuela de Chicago

A principios del siglo XX, alrededor de 1910, la comunicación es un tema que comienza a tomar gran fuerza en Estados Unidos, sobre todo porque se le relaciona con la construcción de un proyecto en el que la ciencia social se regirá por bases empíricas.

Es así como nace la escuela de Chicago, la que entiende la comunicación a través de un enfoque microsociológico de ésta en la organización de las comunidades. Esto, armoniza con una reflexión sobre la función del instrumento científico en la resolución de los grandes desequilibrios sociales. Entonces aquí, se toma a la ciudad como un verdadero laboratorio social, en donde confluyen y se realizan todo tipo de fenómenos sociales que pueden ser extrapolados a un nivel macro.

1.1.- La ciudad como un "laboratorio social"

Dentro de los principales representantes de esta escuela se destacan, en una primera etapa: Robert Ezra Park (1864-1944) autor de una tesis doctoral sobre "La masa y el público" (1903) y Georg Simmel; quienes se dedican al campo de la observación, privilegiado por esta escuela. Piensan la ciudad como un lugar de "movilidad", donde se relacionan distintas culturas, marginalidades, etcétera.

Ahora bien, a partir de estos estudios, Park y su colega E. W. Burgess, en 1921, denominan "ecología humana" (según un concepto inventado por Ernest Haeckel, en 1859) a la problemática sobre el estudio de las comunidades humanas. Así, atribuyen tres elementos definitorios en una comunidad: "una población organizada en un territorio, más o menos enraizada en éste, y cuyos miembros viven en una relación de interdependencia mutua de carácter simbiótico"

. Park explica que en la "ecología humana" hay una lucha por los espacios y ésta define las interacciones entre los distintos individuos, al mismo tiempo que aquella competencia actúa como principio organizacional. Por otro lado, dentro de la "ecología humana", existiría un orden moral, cuya función sería regular la competencia, y permitir que los individuos

puedan compartir la experiencia de unirse a la sociedad.

Ahora bien, Park utiliza este esquema para estudiar las relaciones y procesos de adaptación de distintas etnias en comunidades de inmigrantes. Sin embargo, aunque no apunte directamente a nuestro objeto de análisis, creemos interesante considerar la teoría de "ecología humana", en el sentido de que nuestro objeto de estudio es un grupo vulnerable dentro de la sociedad, que puede o no sentirse excluido de ella.

Es decir, al entender que dentro de una sociedad existen distintos grupos, con diversas necesidades y no todos con las mismas oportunidades de satisfacerlas, nos interesa tomar esta teoría en función de tratar de entender el sistema por el cual se da "cabida" o no, a los miembros de la tercera edad, de nuestro país, en la programación y difusión de espacios televisivos.

Debemos aclarar que la adecuación de esta teoría, la estudiaremos a partir de la información que nos den los adultos mayores con los cuales trabajaremos; como también con las entrevistas que realizamos a personas ligadas a la programación televisiva y al estudio de este medio de comunicación (Valerio Fuenzalida, investigador e integrante de la Sub-gerencia de Programación de TVN; Daniela Hunneus, antropóloga del Departamento de Investigación de TVN; Gustavo Ruz, sociólogo y coordinador del Programa del Adulto Mayor de la Universidad de Chile y Andrea Villalobos, secretaria del Centro de Estudios del Consejo Nacional de Televisión).

1.2.-Valoración de la persona (como ser único) y sus vivencias

Otros teóricos e investigadores preponderantes en esta corriente pragmática son John Dewey (1859-1952) y George Mead (1863-1931), quienes utilizaron la metodología etnográfica (monografías de barrio, observación participante y análisis de historias vividas) para estudiar las interacciones sociales, ya que la microsociología de la escuela de Chicago parte de las manifestaciones subjetivas del actor. Éste es entonces, otro antecedente teórico que toma en cuenta nuestro estudio, el que se enmarca dentro de la etnografía, por ser ésta, una tendencia que valora como principal fuente de información, a la vivencia del actor o protagonista de nuestra investigación.

Por último, creemos importante tener en consideración para nuestro estudio, que la etnografía "está supeditada a una concepción del proceso de individuación, de la

construcción del self...y, si bien es cierto que el individuo está sometido a las fuerzas de la homogeneidad, tiene sin embargo la capacidad de sustraerse a ella."

. Es decir, si bien las personas tienen una tendencia natural a la homogenización, ya que buscan la adaptación a su medio, esto no significa que todos sean una masa amorfa. Este punto es relevante para nuestro estudio de las audiencias que conforman la tercera edad, ya que se debe tener en claro que cada individuo tiene un aporte distinto e importante. Por más que algunas veces actúen como masa, lo que hace que exista comunicación es la diversidad individual. Por esta razón pensamos que nuestra investigación se hace relevante.

2.- Mass Communication Research

La supremacía de la escuela de Chicago, que durará hasta las vísperas de la Segunda Guerra Mundial, es sustituida por una nueva corriente, cuyo esquema de análisis funcional desvía la investigación hacia medidas cuantitativas. Esta tendencia es la base de la corriente surgida en los años 40, denominada: Mass Communication Research (M.C.R.).

2.1.-¿Una audiencia hipnotizada?

La base del dispositivo conceptual de esta corriente data de 1927. "Propaganda Techniques in the World War", libro de Harold D. Lasswell (1902-1978), utiliza la experiencia de la Primera Guerra Mundial, para explicar que la propaganda va de la mano con la democracia. Es decir, la difusión de la propaganda a través de los medios de comunicación, suscita la adhesión de las masas para lograr ciertos objetivos.

Esta forma de ver a los medios de comunicación masiva, como instrumentos de persuasión, logra instaurar la creencia -dentro de la M.C.R. - de que estos son omnipotentes y que influyen en las personas a través del esquema estímulo-respuesta. De esta concepción nace el término "aguja hipodérmica" (también creado por Lasswell), el cual afirma que los medios y sus mensajes tiene un efecto "directo e indiferenciado sobre los individuos atomizados".

Las principales críticas a la Fórmula de Lasswell se refieren a su idea de que el comunicador tiene como intención la influencia, la persuasión sobre el receptor, lo que lleva a exagerar los efectos de los medios sobre las audiencias; así como también a su omisión con respecto del elemento feedback o retroalimentación. Estos puntos son

entendidos como reflejo de "la opinión general de la época en que se formuló"

Sin embargo, dentro de esta misma escuela, entre los años 40 y 50, surge como una innovación el descubrimiento de un tercer elemento dentro del proceso comunicativo. Ahora éste no sólo tiene un punto inicial y uno final, sino que aparece un elemento intermediario.

A raíz de lo anterior, dos importantes investigaciones, encabezadas por el sociólogo Paul Lazarsfeld (1901-1976), surgen como cuestionamiento del principio mecanicista de Laswell que, como ya lo explicamos, habla de un efecto directo e indiferenciado de los medios en una sociedad de masas.

2.2.- El tercero en el camino

"The People's Choice" (1944) y "Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communication" (1955), fueron los estudios que sentaron la aparición de un tercer elemento en el proceso de comunicación de masas.

En estas investigaciones se volvió a poner énfasis en la importancia del "grupo primario", lo que llevó a la creación de la teoría del "Doble Paso" o "Two-step flow". Ésta, afirma que el proceso de comunicación se da en dos etapas, donde los "líderes de opinión" tienen una acción decisiva. "En el primer escalón están las personas relativamente bien informadas por estar directamente expuestas a los medios de comunicación; en el segundo, las que frecuentan menos los medios de comunicación y que dependen de las otras para obtener la información"

Siguiendo esta lógica aparecieron modelos que codificaron los distintos escalones o steps (conciencia, interés, evaluación, prueba, adopción o rechazo) que sirvieron como pautas para determinar los modos de comunicación, de masas o interpersonales, más aptos para producir la adopción de un mensaje.

2.3.- Un pequeño giro

Si bien, la Mass Communication Research se fundó en la creencia de que los medios eran omnipotentes, más adelante se esfuerza en relativizar sus efectos en los receptores,

"pero nunca puso en duda la visión instrumental que había presidido el nacimiento de la teoría lasswelliana."

La sociología funcionalista de los medios de comunicación se basa en las preguntas planteadas por Laswell: ¿Quién dice qué por qué canal a quién y con qué efecto?. Esta línea de investigación es enfocada hacia los efectos en los receptores, para lograr una eficacia en la propaganda de los que financian los mensajes. Es decir, si bien existe una preocupación con respecto a la audiencia, ésta se encamina hacia cómo influir en el público, para aumentar su consumo. Al tener un enfoque cuantitativo, se basa en datos empíricos, medibles y generalizables, por lo que, para nuestro estudio, no es utilizable ya que nosotras buscamos una mirada subjetiva y particular, es decir, cualitativa.

Sin embargo, como dijimos anteriormente, la sociología funcionalista se fue abriendo a los estudios etnográficos sobre la audiencia y la recepción, gracias a la corriente denominada: "Usos y gratificaciones". Ésta, comenzó a influenciar los pensamientos comunicacionales con respecto a los receptores, coexistiendo con otras teorías de la época.

2.4.- La lectura negociada

La corriente denominada "Usos y gratificaciones" se interesa en estudiar las satisfacciones de necesidades u obtención de gratificaciones por parte de los usuarios de los medios de comunicación de masas, cuestionándose: ¿qué hace la gente con los medios?.

Elihu Katz, uno de los principales exponentes de esta corriente sociológica, plantea que para llegar a preguntarse sobre esta problemática, se alejaron, tanto de la "teoría de los efectos directos" (Laswell) como de la "teoría de los efectos indirectos o limitados" (dentro de la que se sitúa la "agenda setting" que dice a la gente en qué hay que pensar).

En la investigación de los usos y gratificaciones existe un periodo "clásico" y uno "moderno". El primero se desarrolla en los estudios realizados en los años cuarenta, donde "el enfoque de este periodo inicial fue descrito por Klapper (1960) como una "orientación funcional", que podría dar cuenta del atractivo "escapista" de los medios."

. Aquí se mencionan funciones simples por parte de los medios como: estimular la imaginación, dar relajación y ofrecer una base común para las relaciones sociales. Además, "las diferencias

en los motivos para prestar atención a los medios de difusión, se estudiaron también como variables en la investigación de los efectos (Blumler y McQuail, 1968)."

En el surgimiento del periodo "moderno" se dio un paso fundamental, al dejar de lado la investigación de los efectos, ya que "durante los años sesenta, la audiencia llegó a ser estudiada por sí misma, con elecciones y respuestas a los medios de difusión que requerían ser comprendidas y explicadas con independencia de cualquier consideración del efecto de los medios"

. Lo importante es que este modelo plantea, esencialmente, que la audiencia es activa y que, por lo tanto, puede tomar sus propias decisiones. Es decir, "la medida en que una audiencia puede considerarse activa se relaciona, ante todo, con el grado en que se produce una elección con una motivación clara y coherente"

. Y por otra parte, que el uso de los medios no es el único modo de satisfacer sus necesidades.

Partiendo de estas ideas básicas, Rosengren (1974) elaboró un modelo en el que plantea que "las necesidades del individuo constituyen el punto de partida (...) tienen que ser percibidas como problemas y tiene que percibirse alguna solución potencial (...) esto lleva a la formulación de los motivos para el uso de los medios o para otros tipos de conductas."

Esta nueva versión se podría entender como que: "las circunstancias sociales personales y las disposiciones psicológicas, influyen conjuntamente sobre los hábitos generales de uso de los medios de comunicación y también sobre las creencias y las expectativas, acerca de los beneficios ofrecidos por los medios de comunicación, que modelan los actos específicos de elección y consumo de los medios de comunicación, seguidos de evaluaciones de la experiencia (con consecuencia para el uso posterior de los medios de comunicación) y, posiblemente, aplicaciones, en otras áreas de la experiencia y la actividad social, de los beneficios obtenidos."

. Obviamente, aquí se enuncia una secuencia demasiado lógica y racional, la cual, creemos, podría manifestarse en distintos grados de conciencia o inconciencia, en cada "actor" de las audiencias existentes.

Es importante recordar que este modelo da gran importancia a la estructura social y

a las características individuales de cada miembro de las audiencias, como por ejemplo, la posición social o la etapa y situación en el ciclo vital. Es por esto, que el modelo explicado nos ayudará a reflexionar acerca de la vejez y sus necesidades, tomando como base de interpretación su contexto y situación personal.

"La corriente de los Usos y gratificaciones profundiza en los años ochenta en su propia noción de lectura negociada: el sentido y los efectos nacen de la interacción de los textos y las funciones asumidas por las audiencias. Las decodificaciones se vinculan con la implicación de éstas; esta implicación depende a su vez de la forma en que las diferentes culturas construyen la función del receptor."

Katz afirma que las investigaciones realizadas a la luz de los usos y gratificaciones, devuelven al receptor su capacidad movilizadora y de decisión. Plantea además, que estos estudios crean una especie de convergencia entre los herederos de la sociología funcionalista y la teoría crítica.

La principal contribución del enfoque de usos y gratificaciones ha sido "permitir una mejor descripción de la audiencia, de su conducta, de los diferentes medios y de los diferentes tipos de contenidos en términos de su poder de atracción de audiencia"

.

Sin embargo, una de las mayores críticas que recibe es que "resalta en exceso la actividad de la audiencia, frente a la evidencia que muestra que al menos ver la televisión se hace con poca selectividad (Barwise y Ehrenberg, 1988)."

"El hecho de que las audiencias, en alguna medida, seleccionen entre canales y tipos de contenido es un presupuesto básico del conjunto de la industria de los medios de comunicación, que difícilmente puede ponerse en duda; sin embargo, es sorprendente el lugar que ocupa la disputa en torno a la cantidad efectiva de selección existente, y las grandes dosis de evidencia que muestran que una elevada proporción del uso de medios de comunicación es habitual y no selectivo."

Ahora bien, si el uso de los medios de comunicación no fuera, en ningún modo, selectivo, no se podría recurrir a ellos para satisfacer necesidades, es decir, no se presentaría como "una manera significativa, como instrumento de solución de problemas, y ni siquiera serían portadores del significado que el usuario les atribuye."

Por lo anterior, utilizaremos algunos aspectos de la teoría de los usos y gratificaciones, ya

que parte de nuestros objetivos son el conocer y entender cómo utilizan la producción televisiva los miembros de la tercera edad, y cuáles son las necesidades (si es que las hay, conscientes o no) que satisfacen al ver televisión.

Estos dos puntos serán estudiados y analizados desde la mirada social (interacción y contexto) e individual de cada anciano. Esto porque creemos que los posibles usos, necesidades y satisfacciones de nuestro grupo de estudio con respecto a la televisión, están relacionados con la etapa biológica y social que viven estas personas (la vejez), así como también con el desarrollo personal que presenten al momento de ser estudiados.

3.-Los Estudios Culturales

Paralelo al desarrollo de la teoría de los usos y gratificaciones, durante los sesenta y los setenta, aparece en Gran Bretaña una corriente denominada: Estudios Culturales, la que tiene su sitio de investigación en el Centro de Birmingham.

3.1.- Mirar alrededor

Los estudios culturales se basan en que el contexto y las significaciones son los que construyen la cultura y, por ende, las acciones y pensamientos de la audiencia. Se estudian las formas históricas que adoptan en cada realidad las instituciones mediáticas, la televisión, la prensa y la publicidad.

Muchas influencias enriquecen el marco conceptual. Primero, el interaccionismo social de la escuela de Chicago, con el que "se recupera la intención de trabajar en una dimensión etnográfica y analizar los valores y las significaciones vividas. Esta tradición coincide con la etnográfica británica que ha renovado la forma de hacer la historia social, desde "abajo", creando talleres de historia oral"

En la construcción de sentido de los mensajes, al receptor se le reconoce un cometido activo y se destaca la importancia del contexto de la recepción. Este punto es clave para nuestra investigación, ya que creemos que no existe una audiencia pasiva, sino

muchas audiencias influenciadas por contextos diferentes, y esto da aún más riqueza al sentido de nuestro estudio.

3.2.- Escucho y digo

Stuart Hall (director del Centre of Contemporary Cultural Studies, entre 1968 y 1979) realiza un importante trabajo con respecto a la función ideológica de los medios de comunicación y la naturaleza de la ideología.

En su artículo "Encoding/Decoding", publicado en la década del 70, analiza el proceso de comunicación televisiva diferenciando cuatro momentos: producción, circulación, distribución/consumo y reproducción. Estos tienen sus propias formas y condiciones de existencia, pero, igualmente, están articulados entre sí y determinados por relaciones de poder institucionales. "La audiencia es al mismo tiempo el receptor y la fuente del mensaje, porque los esquemas de producción (momento de la codificación) responden a las imágenes que la institución televisiva se hace de la audiencia, y a códigos profesionales".

Por otra parte, el análisis de Hall, desde el punto de vista de la audiencia, define tres formas de descodificar los mensajes. La primera se refiere a los puntos de vista hegemónicos dentro de la sociedad: el sentido común. La segunda habla de la interpretación de los mensajes desde un marco referencial distinto, contrario a la visión presentada en el mensaje. Por último, está el código negociado, que es una mezcla entre la oposición y la adaptación, en donde se toma en cuenta parte de los valores dominantes, pero también se suscribe a situaciones vividas, para refutar las definiciones normalmente compartidas.

El planteamiento base de los estudios culturales coincide, de alguna manera, con las directrices de esta tesis, sobre todo en lo que se refiere a la influencia e importancia que tiene el contexto más cercano, en las personas estudiadas. El que el contexto, la cultura y las relaciones interpersonales influyan en los receptores, y que estos sean comprendidos como seres individuales y pensantes; hacen de estos una fuente inagotable de información y conocimientos útiles para desarrollar, por ejemplo, cada vez mejores programas televisivos en pro de un crecimiento y democratización cultural.

Sin embargo, parece necesario tomar en cuenta las palabras dichas por Shudson: "Si bien es cierto, es justo observar que las audiencias no absorben la cultura como si fueran

esponjas, esto no equivale a suponer que la audiencia popular es siempre crítica o creativa en sus respuestas, como tampoco lo es la audiencia de elite"

, esto lo hemos notado a nuestro alrededor y en nosotras mismas, por lo que nos parece interesante rescatar esta idea.

4.- Etnometodologías

En primer lugar, es necesario destacar que fue, justamente gracias a los estudios culturales, que en la década del 70 se comenzó a acentuar una nueva tendencia en la cual se desplazaba el estudio de los textos hacia las audiencias.

Dentro del desplazamiento del estudio del mensaje al receptor, se incluye la investigación etnometodológica, cuyo fundador es Harold Garfinkel (1917- 1987) quien planteaba que la naturaleza y las características de ese saber que los actores (receptores) aplican a las circunstancias de su existencia y la necesidad de conceptualarlo, van a constituir "los elementos claves de todo verdadero análisis de la acción social"

.

4.1.- ¿Qué haces a diario?

La forma de investigar en la etnometodología consiste en analizar las actividades diarias de los sujetos a investigar, a modo de hacer visibles sus estructuras de vida - prácticas comunes, conocimiento común, estructuras sociales y razonamiento sociológico práctico- con el fin de detectar y examinar sus circunstancias para poder analizarlas. "El trabajo del etnometodólogo consiste en identificar las operaciones a través de las cuales la gente se da cuenta y da cuenta de lo que es y de lo que hace en acciones corrientes y en contextos de interacción variados... el contexto influye en el supuesto contenido de la acción, y ésta, a su vez, contribuye también al sentido progresivamente elaborado del contexto, de la propia situación. El hecho social, por lo tanto, ya no viene dado. Es el resultado de la actividad de los actores para dar sentido a su práctica cotidiana."

Aaron Cicourel, uno de los etnometodólogos que más se ha interesado por la crítica a la escuela de la Mass Communication Research, afirma, en su obra "Method and Measurement in Sociology" (1964), que "el análisis de contenido manifiesto y el método de las técnicas cuantitativas de investigación, son incapaces de dar cuenta de la dimensión subjetiva del proceso de comunicación"

y rehabilita al receptor su capacidad de interpretar y producir sentido.

Ahora bien, la etnometodología se inspira ampliamente en la obra del filósofo y sociólogo austríaco Alfred Schütz (1899-1959). Tomará de él, el concepto de "existencias de conocimientos": "el mundo social se interpreta en función de categorías y de construcciones de sentido común, que constituyen los recursos gracias a los cuales los actores sociales logran una comprensión intersubjetiva y consiguen orientarse unos respecto de los otros".

Las "existencias de conocimiento" nos servirán para conocer más a fondo el mundo de nuestro grupo de estudio. En general, el sistema de investigación etnometodológica nos ayudará a conocer la dieta mediática, el consumo de la programación televisiva y las actividades complementarias a estas, que realicen los miembros de nuestro grupo de estudio.

I.II.II.-Latinoamérica

A nuestro juicio, es necesario conocer las tendencias particulares sobre las teorías de comunicación, que se fueron forjando en América Latina; su evolución e influencia en la investigación sobre la audiencia, la recepción. Esto, porque no podemos dejar de reconocer, como se ha planteado a lo largo de este recorrido teórico; que el contexto y el medio ambiente donde se desarrollan las teorías y estudios, condicionan los resultados de cada investigación.

Es por este motivo que nuestro trabajo, si bien asumirá ciertas influencias que se dieron en el ámbito mundial; centrará su atención en aquellas teorías o conceptos que se relacionen más directamente con la realidad chilena. Es decir, a continuación revisaremos teorías y conceptualizaciones que, independientes del lugar geográfico y cultural donde hayan surgido, se adecuan a la realidad que estamos estudiando.

1.- El funcionalismo

1.1.- La audiencia muda

Lo primero que hay que señalar respecto de esta Escuela, es que ella no surge en Latinoamérica. Sin embargo, es también incluida en esta parte de la revisión teórica, como forma de conocer y evaluar la manera en que se desarrolló en esta parte del planeta.

Desde el punto de vista de las audiencias, el tema preponderante para este enfoque ha sido el de los efectos de los medios de comunicación con relación a la recepción, pero desde el punto de vista de la eficacia del mensaje y no de la voz de la audiencia. Ahora bien, esta tendencia (que aparece en América Latina a fines del 50), de origen y base metodológica naciente de la sociología clásica y la psicología conductista, no ha logrado tener una opción clara y definitiva acerca de cómo influye la comunicación, sus mensajes, en el público; o dicen que es altamente persuasiva o que afecta de manera mínima a los destinatarios.

Otro punto refutable es que plantean que los investigadores son neutros y que, por lo tanto, no influyen ni interfieren en el proceso de la investigación. Además, esta metodología no toma en cuenta el contexto sociocultural en el que se desarrollan los procesos de recepción ni de investigación. "Pero tal vez lo más concluyente sea que sus resultados no han alterado mínimamente la práctica de los medios masivos, en especial de la TV"

. Es m

s, la hipótesis de que los medios tienen gran influencia en la audiencia provocó reacciones que llegaron a instaurar en gran parte de América Latina "una ideología anti-medios masivos"

.

2.- La semiología y la corriente crítica de investigación

En los años 60 se desarrolla la Escuela Semiológica en América Latina, con la finalidad de "detectar la ideología implícita en los mensajes, que a primera vista no es descifrable y demostrar como esa ideología es coherente con el sistema económico y político hegemónico en un país y en una región como la Latinoamericana"

. Es decir, esta escuela da herramientas para el análisis de los mensajes comprendidos en los textos.

2.1.- El mensaje tras la puerta

Según el argentino Héctor Schmucler

, la semiología aparecía para algunos como el opuesto al funcionalismo, ya que se

preocupaba de la realidad del mensaje y lo que quería decir en su profundidad, postulando que todo texto tiene un mensaje implícito. A diferencia de los funcionalistas, quienes se interesaron en la función del mensaje y el uso de los medios.

La escuela estructuralista - semiótica se vio impulsada y reforzada por el desarrollo de la teoría de la dependencia económica, la que fue elaborada en Latinoamérica como una forma de explicar el subdesarrollo. Ésta postulaba que la ideología implícita en los mensajes - que actuaba como elemento de superestructura para imponer inconscientemente un orden económico - sentaba las bases del sentido común que, se creía, estaba bastante manejado. Es decir, se le dio a los mensajes un valor de alta eficiencia sobre las "masas" y a estas, una mínima, si es que no nula, capacidad de acción y reflexión.

Otro punto a considerar, en las influencias de los estudios realizados en esta época en América Latina, es el análisis de la estructura de la propiedad de los medios, el que fue mostrando los distintos procesos de concentración en la propiedad, especialmente de los medios masivos y la transnacionalización de la propiedad y de la circulación de mensajes, los que dieron origen a las políticas nacionales de comunicación. Éstas, también dejaron de lado la recepción, reemplazándola por estudios realizados sobre la base de los planteamientos anteriores; por lo que se acentuó el interés por la emisión y se minimizó el tema de las audiencias como objeto de estudio.

Ahora bien, en América Latina los estudios semiológicos, la teoría de la dependencia y el análisis de la estructura de la propiedad de los medios; fueron los pilares fundamentales de lo que luego se llamó la "corriente crítica de comunicación", que tuvo gran incidencia en la década del 70, tanto en la formación de comunicadores, los estudios y las prácticas políticas.

La tendencia semiótica de buscar el mensaje tras el mensaje "comenzó por la prensa escrita, para luego trasladarse a la televisión, especialmente a las telenovelas"

. Sin embargo, su aporte al conocimiento de la recepción no fue decisivo ya que, si nos basamos en el principio básico de la semiología, la investigación a la recepción no sería indispensable, al ser los mensajes altamente eficientes, es decir, la audiencia asume todo el mensaje de manera pasiva, sin procesar nada, por lo que inevitablemente consumirá la ideología implícita en los mensajes que le llegan. En cierto modo, se siguió observando a la audiencia por medio de una aguja hipodérmica encubierta, por lo que, a nuestro juicio, la

semiología y el funcionalismo no serían opuestos, en el sentido de que al observar su centro investigativo, ambos anulan el estudio de la recepción como fuente importante de conocimiento en el proceso comunicativo.

Entonces, según la semiología para educar al receptor se debería centrar la atención en el análisis profundo del mensaje, la ideología que lo sostiene y en la forma de construcción del texto por parte del emisor. Es decir, ni siquiera se piensa en un posible aporte de la audiencia como foco de investigación y productor de sentido.

En definitiva, al estudiar los pilares fundamentales de la corriente crítica de comunicación, estimamos que, desde el punto de vista de la capacidad reflexiva del receptor, no se piensa que éste pueda discernir y dar su propia valoración y significación a los mensajes, a menos que esté informado "sociológicamente sobre los procesos de concentración de los medios, de la transnacionalización de la propiedad y de la circulación de los mensajes"

. Es decir, todo apunta al polo de emisión y no a la capacidad crítica de la audiencia.

3.- Recambio teórico: De la crisis al re-nacimiento

En el libro "El televidente activo" de Valerio Fuenzalida y María Elena Hermosilla; se habla de que hay varios puntos que indican un nuevo cariz en los estudios de comunicación. Lo que no deja de relacionarse, por supuesto, con las distintas situaciones políticas y culturales que se han desarrollado en Latinoamérica, durante las décadas del 70, 80 y 90.

Según los autores, estos puntos vendrían a demostrar por qué las corrientes anteriores estarían en crisis, y por qué en distintos países surgen corrientes que valoran con gran fuerza los estudios de la recepción.

3.1.- Tres puntadas sin hilo

En primer lugar, afirman que las tendencias anteriores fracasaron en su intento de transformar la televisión y los medios de comunicación masivos en general; ya que las investigaciones, las denuncias sobre la concentración de la propiedad y el manejo ideológico, no afectaron a los medios y que, es más, estos se consolidaron. Es decir, "la investigación no fue capaz de alterar la situación de las industrias culturales"

. Los autores plantean que, si bien aquellos estudios ayudaron a realizar un avance en el

conocimiento de los fenómenos de la comunicación, no lograron otorgar las herramientas que deseaban dar a las personas que aspiraban transformar la realidad latinoamericana.

Un segundo punto a considerar, según Fuenzalida y Hermsilla, es que la teoría que hablaba acerca de la omnipotencia de los medios masivos, en algunos campos, no se ha concretizado; y plantean como ejemplo, los gobiernos dictatoriales que hicieron uso persuasivo de los medios y que, sin embargo, fracasaron en su intento de cambiar las ideas políticas y percepciones de la población opositora.

En tercer lugar, tampoco se han confirmado las ideas de que el emisor es impermeable y homogéneo; si no que es "un conjunto complejo en que se reproducen los problemas de la vida social..."

.

3.2.- La esperanza de un nacimiento

Fuenzalida y Hermsilla plantean que el momento actual de los estudios de comunicación está lleno de interrogantes y desafíos. Dentro de estos, está el de América Latina donde, según ellos, existe la aspiración de construir una teoría propia, proponiendo paradigmas y elaborando metodologías acordes con nuestra realidad.

Los estudios de recepción, afirman, "serían una contribución valiosa a las nuevas teorizaciones y una originalidad latinoamericana pues son casi inexistentes en otras partes del mundo"

Lo anterior nos anima, aún más, a realizar nuestro estudio ya que, como dicen los autores, es necesario tener propuestas teóricas, metodológicas y también temáticas, que sean propias de nuestra idiosincrasia, para poder desarrollarnos mejor como continente y como país. Y por esto tomamos un estudio de recepción, ya que, a nuestro juicio, es la forma más eficaz de acercarse a las distintas realidades.

4.- Estudios de Recepción

4.1.- Acercándonos a las audiencias

La unidimensionalidad que se le atribuía al proceso existente entre el emisor y el receptor fue la directriz que caracterizó por varios años los estudios de comunicación. Continuamente se citaba "la teoría de la sociedad de masas", la cual daba cuenta de que era

posible “inyectar directamente al público la intención socialmente comunicativa y que el éxito de su impacto era seguro, puesto que el individuo había roto sus lazos primarios con los grupos (familia, parentela, vecindario)”

. En este sentido se creía que todos los sujetos asimilaban de igual forma los mensajes emitidos por los medios de comunicación.

No obstante, en la década del cuarenta se llegó a la conclusión de que el individuo nunca cortaba con los lazos anteriormente mencionados; que la influencia de los medios era “interceptada, censurada y desviada por diversos sistemas sociales de creación de opinión y de ejercicio de influencia”

y que además, los receptores se tornaban activos, lo cual apuntaba a considerarlos como individuos capaces de seleccionar determinados mensajes. De esta forma, se comienza a atribuir una mayor complejidad al estudio de las audiencias, las cuales, sin dudas ya no constituyen una masa uniforme que recibe los mensajes de igual manera. Y es así, como muchos comunicólogos empiezan a coincidir que las audiencias no se pueden medir como un fenómeno exacto.

En este sentido, el autor Guillermo Orozco argumenta que la complejidad que existe para conocer a la audiencia de manera más profunda radica en parte por la condición de los sujetos que se ven expuestos a los medios masivos; quienes “son muchas cosas a la vez, miembros de una familia, una comunidad, un barrio, una cultura, trabajadores, hombres o mujeres, jóvenes o viejos, sujetos políticos, individuos, etcétera.”

Al mismo tiempo, el autor explica que el conocimiento de las audiencias se hace aún más difícil, por las segmentaciones que normalmente realizan los investigadores antes de llevar a cabo sus estudios. Con esto nos referimos a las demarcaciones que comúnmente se hacen para definir una audiencia específica, utilizando variables como: nivel de ingresos, nivel educativo, tipo de ocupación, etcétera.

A juicio de Orozco, la problemática deriva “porque no hay relaciones causales nítidas entre medios, mensajes y recepción, porque precisamente segmentando a la audiencia con los criterios socioeconómicos existentes, una vez que se exploran y recrean sus procesos de recepción específicos, parece que estos procesos y sus resultados se encuentran bastante libres de condicionamientos estructurales. La actividad, y a veces hasta la hiperactividad de la audiencia frente a los medios y su gran movilidad cognoscitiva ha hecho que los

investigadores se refieran a los receptores como “nómadas” de la comunicación.”

De esta forma, queda claro que acercarnos lo más posible a la audiencia en estudio, resulta imprescindible para determinar posteriormente la relación que se da entre determinados integrantes de la tercera edad y un medio masivo como la televisión. Pero ciertamente no basta con segmentar de acuerdo al nivel socioeconómico o a la edad de quienes ya han pasado los sesenta y cinco años. Porque estas características más bien constituyen una entrada, mientras que las experiencias individuales y el contexto sociocultural son los que definen a mayor profundidad los procesos de producción e intercambio de significados.

Tal como lo mencionamos anteriormente, la audiencia se presenta como un conjunto de agentes activos, cuya interacción con los medios nunca estará bien determinada. No obstante, sí podríamos decir que existen distintos factores que nos permiten deducir que la audiencia, sí está condicionada y mediada de diversas maneras.

En este sentido, Orozco rescata dos tipos de criterios para lograr un mayor acercamiento, en cuanto a la actividad de la audiencia frente a los medios: los generales y los comunicacionales.

Los criterios generales aportarían una primera diferenciación de la audiencia, en tanto ésta se compone por individuos contextualizados histórica y socioeconómicamente de manera particular. Estas directrices más amplias, nos permitirán explorar los ámbitos en los cuales se llevan a cabo los procesos más específicos de recepción.

En cuanto a lo comunicacional, el teórico se refiere al mismo proceso de recepción. El momento de exposición a un medio “es más que un mero momento, porque la apropiación, resistencia o rechazo de los mensajes recibidos son el producto de una negociación del receptor y de la influencia de diferentes mediaciones. Este proceso no es tampoco lineal, inequívoco, transparente, ni se reduce a lo que sucede durante el contacto directo con los medios y los mensajes. Es un proceso que se extiende en el tiempo mezclándose con la vida cotidiana. Además, es muy complejo y en él intervienen los múltiples condicionamientos situacionales, culturales, estructurales, racionales y emotivos.”

En cuanto a los criterios generales, es posible desarrollar un mayor acercamiento a la audiencia en estudio, tomando en cuenta lo señalado por Denis McQuail, al referirse a las investigaciones hechas en torno a la relación existente entre el uso intenso de los medios de comunicación y las diferentes formas de marginalidad. Con esto nos referimos a que "el uso

muy intenso de los medios de comunicación compite con la interacción social normal en cuanto al tiempo que se dedica a cada cosa. Hay dos cuerpos de datos significativos a este respecto: uno indica que un uso abundante está correlacionado con la mala adaptación social y otros rasgos problemáticos; el otro asocia el uso intenso de los medios de comunicación (especialmente de la televisión) con otras formas de marginalidad social, como la enfermedad, la vejez, el desempleo, o la pobreza"

No obstante, tras el desarrollo de posteriores investigaciones se ha demostrado que no necesariamente el uso intenso de los medios de comunicación tiene las causas y efectos antes nombrados, por lo que nuestra hipótesis sobre la posible acentuación del uso de la televisión en la vejez, sólo lo podremos constatar una vez realizada nuestra investigación. Sin embargo, debido al tipo de investigación que realizaremos, el resultado no será aplicable a la situación de la tercera edad en general.

Por otra parte, consideramos interesante para nuestra investigación tomar en cuenta lo que James Lull ha denominado como los usos sociales. Esta tipología está compuesta por cinco grandes usos: estructural; relacional; afiliación o evitación; aprendizaje social y competencia/dominio. "El estructural, se refiere a los usos de los medios de comunicación como telón de fondo que proporciona compañía, y regula las pautas de actividad y conversación (...). El apartado relacional es el mismo que antes se había llamado la función de "acuñar intercambios". Los medios de comunicación proporcionan un terreno común para manifestar las propias opiniones. La dimensión "afiliación" considera los medios de comunicación en tanto vehículos para conseguir o evitar el contacto físico y verbal, así como la función que cumplen de reforzar "la solidaridad de la familia", mantener las relaciones y disminuir las tensiones. El "aprendizaje social" está relacionado, sobre todo, con diversos aspectos de la socialización. La "competencia/dominio" se refiere a cuestiones como el cumplimiento y el reforzamiento de los roles, a la revalidación de los argumentos, a ser un "líder de opinión" o "el primero en tener la noticia"

4.2.- El receptor y su experiencia: bases del proceso de selección

Por mediaciones entendemos las diversas instancias de significación que se dan entre el receptor y el mensaje emitido por un medio, lo cual inevitablemente, deriva en un proceso de negociación entre ambas partes. Dichas mediaciones juegan de manera casi

imperceptible, un papel muy importante en el proceso de recepción. Es decir, las mediaciones se llevan a cabo gracias a los accesos que un individuo tiene a una gran cantidad de fuentes.

En el caso del segmento con el cual trabajaremos, el significado que algunos miembros de la tercera edad le otorguen a los mensajes que reciben de la televisión dependerá, por ejemplo: si estos participan o no en grupos de interés, si viven solos, si tienen una base cultural amplia, etcétera.

Ahora bien, podríamos decir que desprenderemos ciertos aspectos de la corriente de Análisis Crítico de Recepción, puesto que el entendimiento y comprensión de las diversas mediaciones que el segmento en estudio lleve a cabo, serán fundamentales para establecer la relación existente entre la tercera edad y la televisión, y como este grupo recibe los mensajes del medio.

Junto a esto y tal como lo propone Orozco, creemos que un concepto interesante de utilizar para acercarnos más a la audiencia que estudiaremos es el de Los Supertemas. Según la definición del propio autor, “por supertemas se entiende a aquellos universos temáticos que son cotidianamente importantes para la audiencia”.

En otras palabras, podemos entender como supertemas, las preferencias temáticas de los mensajes a los cuales la audiencia prefiere exponerse. Los temas que a una persona le resultan más importantes, se encuentran, la mayoría de las veces, en estrecha relación con el núcleo social al cual el individuo pertenece.

Lo anterior se relaciona con la comprobación, que a juicio de F. Böckelmann sería la más interesante hecha por Lazarsfeld, quien decía que los mensajes emitidos por los medios son percibidos selectivamente y que el efecto de esto estriba en el reforzamiento de las convicciones de los receptores.

De acuerdo al postulado de Lazarsfeld “el receptor se esfuerza de una manera triple en absorber las declaraciones e impresiones que confirman sus predisposiciones sociales y psíquicas que son consonantes con sus intereses, y en expulsar, corregir o bloquear los argumentos o asociaciones que son disonantes con sus predisposiciones”

En este sentido, seguramente los miembros de la tercera edad en estudio tenderán a rechazar determinados temas que no sean consonantes con sus predisposiciones. Por

ejemplo, si ellos reconocen la etapa que están viviendo como un momento triste en sus vidas, seguramente, no querrán exponerse a mensajes que refuercen el sentimiento de angustia.

Al mismo tiempo, el conocer las preferencias temáticas de la audiencia, nos permite vincular directamente qué es lo que al receptor le interesa de la vida cotidiana, en relación con los mensajes emitidos por los medios. El develar las áreas de interés del segmento en estudio, derivará, sin duda, en un mayor conocimiento de los integrantes de la tercera edad. En cuanto a los aspectos que influyen en el proceso de recepción, nos encontramos con otro concepto que nos ha parecido interesante rescatar. Este es el de las Comunidades de Apropiación. Estas se refieren a que los miembros de la audiencia participan en variadas comunidades de significación, tales como la familia, la escuela, universidad, etcétera. Y es a juicio del autor, justamente en aquellas instancias, donde “intercambiamos las apropiaciones que hemos hecho de los mensajes y nos reapropiamos hasta producir una significación definitiva”.

Cabe destacar, que ambos conceptos; el de Supertemas y el de las Comunidades de Apropiación se relacionan estrechamente entre sí, ya que son los primeros, los que justamente se generan en dichas instancias de significación.

Por otra parte y tal como lo ha expresado Guillermo Orozco, “la manera en que se dan las apropiaciones simultáneas y se llega a una apropiación-significación definitiva es el resultado del proceso de recepción. En el análisis de la recepción, entonces, es importante explorar las principales comunidades de la audiencia, para indagar los sentidos de la comunicación que está en juego en recepciones específicas”.

Finalmente, y tal como lo señala F. Böckelmann, es justamente la selectividad del receptor, basada en la experiencia, lo que constituye el factor básico en la red del efecto de la comunicación de masas.

4.3.- Recepción y televisión: más allá de la pantalla

Si hablamos de televisión y recepción, debemos inevitablemente asumir como punto de partida que se trata de una relación lo suficientemente compleja, pues trasciende el mero momento de estar frente a la pantalla.

Tal como lo ha dicho Guillermo Orozco la relación entre los receptores y la TV “no

es unívoca y directa, sino por el contrario, está mediatizada por distintos elementos situacionales, institucionales, culturales, económicos, políticos. Ni el emisor ni los receptores están en el vacío; son sujetos situados socioculturalmente”.

De esto se puede desprender que la situación en la cual se encuentran los adultos mayores en estudio, será fundamental para obtener una mayor comprensión de la relación de éstos con el medio televisivo. Seguramente, quienes vivan en el hogar de ancianos no sólo se expondrán mayormente a la TV, sino que también le otorgarán diversas valoraciones y sentido al momento de compararlos con quienes habitan en sus casas particulares.

En este sentido, se torna fundamental reconocer la red de mediaciones del individuo, pues ésta nos ayudará a entender mejor la relación entre el receptor y el medio. De esta forma, cabe precisar que, dentro de los aspectos que pueden resultar determinantes para el proceso de recepción, podemos encontrar los siguientes: nivel educativo de los adultos mayores; la realización de otras actividades; su anterior relación con el medio y sus relaciones familiares, entre otras cosas. Ya que seguramente, son estas algunas de las características determinantes en el proceso de recepción, pues a partir de los significados que obtienen en sus diversas mediaciones, van también a construir la significación que le otorgarán a los mensajes televisivos.

Al mismo tiempo, el autor, habla de las mediaciones de referencia, es decir, las diversas “identidades” del receptor. Dentro de estas destaca el sexo del individuo, cultura, raza, procedencia geográfica y condición socioeconómica, entre otras cosas, las cuales, inciden diferencialmente en la interacción del sujeto y el mensaje de la TV.

Así, según la conceptualización de Jacobson, desarrollada en 1968, los géneros televisivos constituyen un canal comunicativo que contacta al televidente con el emisor, previamente a la exposición ante una obra particular”

Un ejemplo de esto, es el hecho de que el ser hombre o mujer, tiene implicaciones puntuales en la percepción del medio y su programación. Tal como lo señala Orozco, estudios recientes muestran que todos, desde pequeños, desarrollan lo que se denomina “patrón mental de género”. Una clara influencia de esto se manifiesta en la selección que hombres o mujeres hacen de los programas. Un caso bastante común tiene que ver con las telenovelas y el deporte en general. Las mujeres, generalmente, disfrutan viendo teleseries,

mientras que los hombres disfrutan, por ejemplo, viendo el box.

Al mismo tiempo, Valerio Fuenzalida enfatiza que en los estudios de recepción de telenovelas se constata que en las audiencias también ocurren los procesos de identificación y proyección.

La identificación con las narraciones exhibidas por la TV se da si el receptor ve un reconocimiento de “algo suyo”. Así frente a las teleseries las personas esperan encontrar algo parecido a su realidad.

En este marco, Fuenzalida argumenta que existe una identificación con lo que se reconoce como propio, lo cual da sentido al atractivo que las producciones y artistas nacionales ejercen sobre los receptores.

El estrato socioeconómico también afecta la relación que se da entre un individuo y el medio. Tal como lo dice Orozco, “la pertenencia a un determinado estrato no sólo influye en la cantidad de programación que se consume diariamente, sino que también en el horario para ver televisión y, principalmente, en el tipo de programación consumida.”

Valerio Fuenzalida también reconoce diferencias en la exposición a la TV de acuerdo al nivel socio económico o cultural del receptor. Según este autor: “los estratos que disponen de mayor información acumulada (estudios, exposición a otras fuentes de información, principalmente escritas) valoran programas de TV con mayor información conceptualizada de carácter abstracto y general, con la presencia de especialistas para debatir ideas; es decir una TV más analítica y racionalizada”

.

Así, quienes dispongan de mayores fuentes de información, o quienes tengan un bagaje cultural más amplio, seguramente se expondrán en menor medida a programas, por ejemplo, de tipo testimonial, los cuales según Fuenzalida, sí son de gran consumo en los sectores menos informados, ya que la enseñanza se da por medio de historias reales y con personajes concretos, y no a través del análisis, puesto que aquello requiere del conocimiento, la mayoría de las veces, de determinados conceptos.

Sin duda, ya está claro que “ni los mensajes, ni los receptores brotan espontáneamente. Por el contrario, su origen está fuera del presente, y por lo tanto explicar su proceso de negociación remite a su trayectoria de relación con la TV”

.

Como bien sabemos los estudios con respecto a la televidencia han cambiado sustancialmente, hoy se reconoce la complejidad de este proceso. El paradigma tradicional enfocado en el momento de ver televisión se ha dejado de lado y ya no radica la importancia en encender el televisor, cambiar de canal, distraerse de lo que uno está viendo, o finalmente en apagarlo. Con los Estudios Críticos en América Latina se empieza a asumir que estas decisiones no surgen de manera espontánea, ni se limitan al momento de estar frente a la pantalla.

Es decir, el proceso de recepción no se acaba una vez apagado el televisor, mas bien antecede y prosigue al mero momento exponerse al medio. Al mismo tiempo, se entiende “que el sujeto receptor no se enfrenta a la pantalla con la mente en blanco, sino que “trae” en ella una serie de actitudes, ideas y valores o “repertorio cultural” que pone en juego con los repertorios preferentes propuestos en los mensajes televisivos”

Junto a esto podemos decir que el mensaje televisivo es llevado por los individuos a otras instancias sociales, grupos de amigos, vecinos, familiares, etcétera. De esta forma, el mensaje que alguna vez apareció en la pantalla es reapropiado varias veces, dependiendo del significado que el individuo le otorgue en sus múltiples mediaciones. Así, no existe ninguna garantía de que la apropiación final del mensaje vaya en la misma dirección de lo entregado por la TV en el momento de su transmisión.

De esta forma, podemos decir que el proceso de recepción está enmarcado dentro del ámbito colectivo, pues el individuo puede pertenecer a una o varias instituciones sociales; como por ejemplo: su familia, escuela, o vecindario. El individuo está inserto dentro de éstas y los mensajes de cada una de ellas se ven interrelacionados por el sujeto debido a su simultánea pertenencia.

Así, tal como lo ha expresado Guillermo Orozco: “La programación televisiva a veces sirve de insumo de la comunicación en otras instituciones; a veces más bien las suprime. Por ejemplo el estar frente al televisor reduce el tiempo de conversación con los amigos, en la calle o, por el contrario, lo que “ocurrió ayer en la telenovela da pie para una larga charla entre varias vecinas”

I.III.- TELEVISIÓN ABIERTA

El presente capítulo se encuentra dividido en dos grandes temas. En el primero se hace una revisión de diferentes aspectos y propiedades de este medio de comunicación. Junto con recorrer las principales características de la televisión y el desarrollo cronológico que se ha dado en nuestro país; el énfasis se ha puesto en la descripción del lenguaje que se utiliza en la TV para la entrega de los mensajes y cómo determina el modo en el que las audiencias los reciben.

Por otra parte, consideramos necesario incluir antecedentes actuales del medio y de lo que pasa con la televisión por cable y satelital.

La segunda parte de este capítulo es un cruce que explora la relación que existe entre medios de comunicación y tercera edad, construido en base a las entrevistas realizadas a Valerio Fuenzalida, Daniela Hunneus, Manuel Pereira, Gustavo Ruz y Andrea Villalobos.

- PRIMERA PARTE:

I.III.I.- Características de la televisión

1.- El medio como medio

La televisión es un medio de comunicación audiovisual que tiene como finalidad la difusión colectiva de los mensajes. Es básicamente la transformación en luz de “un impulso eléctrico, que viaja por cables hasta un transmisor y de allí a una antena que emite la señal al aire en forma de ondas electromagnéticas. Estas ondas son recogidas por las antenas de los receptores del público y aparecen nuevamente en sus pantallas como impulsos de luz, conformando la imagen originada en el estudio o en el exterior.”

Si bien la historia de la TV, data aproximadamente de los años 20, la primera transmisión se realizó en Inglaterra ya finalizando esta década (1927), la cual estuvo a cargo de la BBC. Ésta se caracterizó por su poca regularidad en los horarios de emisión y por ser un sistema absolutamente mecánico.

En ese mismo país comenzó el sistema de programación en 1936, sólo 3 años antes que lo hiciera Estados Unidos.

Las incursiones en Latinoamérica comenzaron con experimentaciones en Ciudad de

México en el año 1934, para que ya en 1942 se contara con la primera estación de TV, del continente.

Lo que ocurrió en Chile, se detalla en el punto I.III.II del presente capítulo.

2.- Más allá de lo técnico

Un análisis de la TV no es posible de ser realizado sin incluir los factores sociales que han definido sus contenidos y la manera como entrega los mensajes.

Dentro de sus principales características se encuentra que se perfila como un reproductor de la realidad, mediante la entrega de las informaciones y la producción de programas que realiza, vale decir da a conocer una parte de la realidad que a diario se vive. Por ejemplo, en las noticias se puede hablar de que la televisión es capaz de visualizar las informaciones, por tanto las aparta menos de la realidad.

Su legitimidad está dada principalmente porque apela a la emotividad de los receptores, mediante el lenguaje que utiliza. Éste, que es audiovisual y denotativo, permite un alto grado de verosimilitud con relación a la realidad, lo cual se traduce en un nivel de credibilidad para los receptores respecto a los mensajes que entrega.

“Las características lúdicas- afectivas del lenguaje audiovisual; la eficiencia de la televisión es más bien motivadora (de la audiencia) en el ámbito de los afectos y las actitudes.”

A diferencia de la radio, otro medio que se caracteriza por la inmediatez en la entrega de la información, la TV no sólo da el énfasis, que apela a la emoción, por medio de la voz, sino también por la imagen, los rostros o la comunicación no verbal que transmiten sus locutores.

Junto a esto, el que la televisión involucre varios sentidos, y por ende refuerce cada uno de los mensajes con las imágenes y el sonido, produce un mayor nivel de retención y de comprensión de los contenidos que entrega.

Martínez Albertos

, establece tres códigos básicos del mensaje televisado: icónico, lingüístico y sonoro. El primero basa su importancia en los procesos de percepción visual, vale decir, en la relevancia de las imágenes que la TV entrega, se desprende una gran fuerza comunicativa que es percibida por los receptores.

El código lingüístico no sólo responde a las informaciones verbales, sino además incluye

aquellos ruidos o silencios que son transmitidos a los receptores. Por otra parte, dentro de éste encontramos la connotación que los emisores le dan a diferentes jergas especializadas, por ejemplo de los médicos o abogados y a aquellos lenguajes que connotan una determinada clase social, actitud artística, etc., lo cual si bien no es directamente dicho, el telespectador logra percibirlo.

Por último, el código sonoro, “comprende los sonidos de la gama musical y las combinaciones de la gramática tonal.”

Aquí el receptor se encuentra frente a música o tonalidades que pueden ser desconocidas y cumplir sólo el objetivo de acompañar la información que se está entregando, o también puede ser asociada con otro significante y apelar directamente a una emoción o sensación específica.

Para que el mensaje sea bien comprendido, es preciso un adecuado manejo de los tres códigos, es decir una correcta coordinación, pero teniendo como base que la TV es ante todo imagen. Por otra parte, este medio al usar la lógica de la emoción, busca lograr la participación y empatía con el receptor, lo cual se da básicamente en las transmisiones que son en directo, ya que su inmediatez, reforzada con las imágenes, evoca la sensación de cercanía de los telespectadores.

Sin embargo, es importante considerar que cada uno de los receptores que se exponen a los mensajes no es pasivo, es decir va a tener ciertos niveles de respuestas y de valoraciones frente a cada uno de los contenidos que percibe.

Existen “distintas calidades de atención a la TV, motivaciones diferenciales ante los programas, diferentes estados de ánimo y disposiciones, juicios individuales y grupales en base con la propia cultura, reconocimiento, identificación, etc.”

De acuerdo a esta idea el receptor sólo se transforma en audiencia de aquellos mensajes frente a los cuales siente motivación, atracción o un especial interés, estado que en la mayoría de las veces está condicionado por el nivel de protagonismo e identificación con los personajes o contenidos de los mensajes.

Por otra parte, es preciso considerar que la audiencia no sólo absorbe y “traga” las ideas que el medio está entregando, sino que además puede generar ante ellos una respuesta crítica y en muchos casos resistirse o negar la información que esta otorgando. Por esto, la audiencia puede interpretar los contenidos de distintas maneras, sobre todo considerando

-como se enunció en los párrafos anteriores- que mediante la producción de los mensajes se apela a la emotividad de los receptores.

3.- Propiedades del lenguaje audiovisual:

Fuenzalida

, enumera una serie de características de los signos audiovisuales, que determinan la relación más afectiva que conceptual o analítica de los televidentes con el medio.

Entre ellas destacan:

Signos concretos: se refiere a que los signos entregados no corresponden a signos abstractos, como palabras o conceptos, sino que son signos concretos. Vale decir, imágenes visuales de personas o cosas que tienen una fuerte incidencia afectiva en las audiencias.

Signos dinámicos: al igual que en el teatro, la radio y el cine los signos en la TV, son entregados mediante una secuencia temporal. Esto los diferencia, por ejemplo, de las fotografías, la pintura o las esculturas, lo que permite que mediante la “característica dinámica- temporal el lenguaje audiovisual es mucho más apto para narrar historias”

.

Riqueza informativa: cualquier imagen icónica que es transmitida por la TV, entrega una serie de signos ricos en la cantidad de comunicación que brinda. Por ejemplo, frente a una imagen concreta de algún objeto, los receptores son capaces de decodificar el color, la forma, el porte, etc.

Potencial afectivo: los signos entregados por la televisión son capaces de provocar en el receptor recuerdos, asociaciones, sentimientos o emociones. “La imagen visual concreta privilegia la comunicación humana a través de signos gestuales y no verbales, el más importante de los cuales es el rostro humano, que impactan más afectiva que analíticamente.”

Por lo tanto, más que las palabras, el rostro y la comunicación no verbal de quién está frente a la cámara es capaz de provocar en los receptores grandes emociones de agrado o desagrado. Es por esta razón, que la telegenia es fundamental en el medio de comunicación,

al producirse un nivel de familiaridad o una relación íntima entre el espectador y el rostro que transmite.

Polisemia: “Barthes, señala que la polisemia implica una cadena flotante de significados, entre los cuales el lector elige algunos e ignora otros”. Junto a esta idea la imprecisión de significados en las imágenes sin texto es de un alto nivel. “Las dos funciones centrales de la palabra ante la imagen: la función de anclaje para limitar la dispersión de significados; ayudar a denominar y orientar hacia connotaciones deseadas; y la función de revelo que ocurre más bien en los mensajes narrativos, en los cuales imagen y palabra se alternan para entregar la información que hace progresar la acción.”

El código de la palabra: Al presentarse en la televisión la unión de la imagen con la palabra, hace menos fugaz a ésta última que cuando se encuentra sólo escrita. Con estas características se ha producido un cambio que genera una nueva cultura oral, donde la TV, viene a competir con los noticiarios de radio y los periódicos, donde “la recepción se vuelve familiar, ruidosa, interrumpida, con atención variable y discontinuada, comentada, cotidianizada; se asiste menos a salas espacialmente acondicionadas para leer, ver cine, y presenciar obras de teatro, de modo silencioso y concentrado.”

Musicalización: El poder de la música (código básicamente emocional) tras la imagen ayuda a orientar el significado de ésta y a producir en el receptor una determinada emoción. Por lo tanto “la polisemia de la imagen se ve reforzada, entonces, con el código evocador de la música y del sonido.”

Polidiscursividad de los géneros: Cada canal ofrece una variada parilla programática. Con el paso del tiempo, las estaciones de TV modifican sus programas y los contenidos de éstos, en relación con el cansancio, la atracción o saturación del público. Sin embargo, este proceso tiene su base en la idea de continuidad con la memoria cultural popular. Por lo tanto, el receptor no tiene una relación uniforme y única con la polidiscursividad de los géneros, sino que ésta es diversificada respecto a su memoria cultural, a sus gustos y expectativas. Bajo esta idea no es posible hablar de una relación con la televisión, sino de varias relaciones y expectativas de los receptores con el medio.

Percepción asociativa: El telespectador se enfrenta a una serie de elementos al momento de ver TV. No sólo las imágenes, sino que las palabras, la música, la diferencia de los contenidos entre un programa y otro y el sinnúmero de mensajes; todo esto, más el uso de la elipsis

obligan a la audiencia a reconstruir y asociar de manera activa los mensajes emitidos. Por lo tanto, los receptores “decodifican de una manera consciente y racional sólo algunos elementos de la significación propuesta por estos mensajes. Otra parte muy importante es percibida afectiva, o subliminalmente, o no es percibida; algunas significaciones no son percibidas conscientemente en un primer visionado, pero pueden serlo en una segunda o tercera exposición la mensaje; sin embargo, en el primer visionado han sido vistas subliminalmente sin llegar a la percepción consciente.”

De esto se extrae que a partir de la memoria, de la experiencia, o de otros factores externos al mensaje, los receptores asocian y reconstruyen su propias percepción e interpretación de los mensajes a los que se exponen. A partir de este supuesto, es que la necesidad de comentar y de conocer las significaciones y apreciaciones de otros frente al mismo mensaje, trae un nivel de gratificación en la audiencia y permite captar significaciones que no se percataron en una primera exposición, o discrepancias en los significados.

- Diferente eficiencia cultural del nuevo lenguaje: Las diferencias del lenguaje lúdico afectivo, en relación al tradicional lenguaje lecto- escrito han producido un cambio en las hábitos y las costumbres sociales. En un momento se esperaba que la televisión reemplazara a la escuela y fuera una “fuente” que brindara conocimientos de la alta cultura. Sin embargo, y por las características propias de del lenguaje que usa la TV, es más propio para las narraciones de historias, de espectáculos y de entretenimiento lúdica. El lenguaje lúdico- afectivo, no se rige tanto por la lógica conceptual, sino que tiende a la ficción, a la fantasía y al ludismo, más a que a difundir la alta cultura o la escuela.”

Bajo esta idea es posible entender la contradicción de demandas por parte de los receptores por la transmisión de programas culturales y educativos, en comparación a la cantidad de recepción que tienen los espacios que corresponden al género de entretenimiento.

I.III.II.- Cronología de la televisión en Chile

El caso de la televisión en Chile, es posible de ser mirado en una división cronológica de seis etapas,

en las que se presentan diversas características dominantes, por ejemplo, en relación con el control de los dueños o con las leyes que al nivel de políticas públicas van definiendo su protagonismo en la sociedad y el modo, así como las temáticas a las que se expondrán los receptores.

1.- Universitarios experimentando (1959-1962)

En un comienzo este medio fue considerado como un patrimonio de exclusividad educativa, y por ende universitaria. Es de esta manera como durante el gobierno de Jorge Alessandri (1958- 1964) se promulgó un Decreto que establecía que sólo las universidades podían operar canales de televisión, y por lo tanto sólo cumpliría estrictamente con fines educativos y se les prohibía toda función publicitaria.

Desde 1952, la Universidad de Chile, la Pontificia Universidad Católica y la Universidad Católica de Valparaíso, comenzaron una serie de investigaciones y de experimentos tecnológicos para desarrollar este medio emergente.

Las transmisiones oficiales se iniciaron:

El 21 de Agosto de 1959: Universidad Católica, usando la frecuencia 2.

El 22 de Agosto de 1959: Universidad Católica de Valparaíso, por la frecuencia 8.

El 4 de noviembre: la Universidad de Chile, por la frecuencia 9.

Dentro de las principales características de este momento experimental de la televisión se destacan: la transmisión en horario reducido; improvisación de la programación, donde la mayoría eran comentarios frente a una cámara fija; el lenguaje utilizado era similar al de la radio y el teatro; trabajo no remunerado del personal; el material audiovisual era conseguido en embajadas y cinematecas; los informativos eran reproducciones de la prensa y la radio; la audiencia no llegaba a más de 5 mil receptores; el carácter educacional era predominante, manifestándose en programación pedagógica e instruccional.

2.- La fiebre por el Mundial y por los Motorola (1962- 1964)

Se comenzaron a perfeccionar los equipos, ya que era imprescindible que la transmisión de los partidos del mundial fueran en directo a los hogares de los chilenos. Por otra parte, se produjo en el país una fiebre por este evento, y los habitantes empezaron a comprar más aparatos Motorola (industria que en ese año empieza a operar en el país).

Es de esta forma, que a finales del año 62, ya habían en Chile alrededor de 20 mil receptores. Un hito relevante de este período, es que se presentó de manera tácita el déficit financiero para cubrir los nuevos objetivos técnicos y de transmisión que estaban naciendo. Por esto, la idea de que sólo era un medio educativo v/s una solución a los problemas de financiamiento, pasó a ser un tema de debate nacional.

En 1963 el Congreso rechazó, por petición del Consejo de Rectores de las Universidades Chilenas, la aprobación de un cuerpo legal que autorizaba la competitividad y el funcionamiento libre de la TV.

Sin embargo, ya en 1964 (cuando en Chile habían 47 mil aparatos) el concepto de “sólo educación” comenzó a desplazarse lentamente hacia el de la entretención, reflejado en los programas traídos de Estados Unidos y por ejemplo, en el nacimiento de la carrera televisiva de Don Francisco, con su primer programa El Show Dominical.

Por otra parte, y debido a la contingencia social los programas políticos – sociales empiezan a aparecer. Otro hito es la primera teleserie “Esta es mi familia” y el primer noticiario hecho para la televisión: Reporter Esso.

En esos momentos la televisión sólo se transmitía en las ciudades de Santiago y Valparaíso. Frente a esto las demás regiones del país comienzan a presentar una fuerte demanda y un gran interés por este medio.

3.- TV Estatal (1964- 1970)

Al asumir Frei Montalva, el Estado se ve en la necesidad de realizar una política global y nacional frente a este medio, basándose en la idea de que la televisión además de ser educativa debía entretener y satisfacer las demandas sociales de todo el país.

Con esto comienza la creación de un canal estatal, que era el único indicado para transmitir en todas las regiones de Chile, coartando la expansión de los canales universitarios a las provincias. Es así, como en 1969, Televisión Nacional de Chile (TVN) por la frecuencia nº 7 empieza sus funciones, con transmisiones pilotos en Arica, Antofagasta y Punta Arenas.

En 1970, y ya estable en Santiago, la señal llegaba a todo el país hasta la isla de Chiloé, con un horario de 12 horas diarias.

Es en esos minutos cuando empieza la carrera competitiva de “todo por el rating”, ya que el primer noticiario del 7 no era tan visto como el del canal católico, razón por la cual el canal estatal se llevó hasta a su conductor (Cesar Antonio Santis).

También es relevante en materia de programación los primeros espacios de discusión y crítica, que eran básicamente de entrevistas a personajes de varios sectores de la sociedad. En el área de la política, en 1970 se dio el programa Decisión 70´ que mostró las cuatro posturas de los candidatos a la presidencia.

Respecto a la emisión cultural, los espacios educativos y de divulgación científico- cultural, así como la transmisión de obras de teatro y los primeros concursos en la TV, hacen sus primeras apariciones.

4.- Un Proceso que se está consolidando (1970- 1980)

La Ley de Televisión N° 17.377, promulgada en octubre de 1970 estipuló que las funciones de la TV, eran las de:

Comunicar e integrar al país.

Difundir el conocimiento de los problemas nacionales básicos y procurar la participación de todos los chilenos en las grandes incitativas encaminadas a resolverlos.

Afirmar los valores nacionales, los valores culturales y morales, la dignidad y el respeto a los derechos de las personas y de la familia.

Informar objetivamente sobre el acontecer nacional.

A la televisión universitaria le corresponde ser la libre expresión pluralista de la conciencia crítica y del pensamiento creador.

La Ley estableció que la propaganda comercial era aceptada de forma parcial; se fijó un límite a la transmisión de la publicidad (máx. 12 minutos por hora).

En relación con la política, se estableció un espacio de debate semanal pluralista, donde se aseguró que fuera equitativo y que se permitiera el derecho a réplica.

En ese mismo año, 1970, se le entrega al naciente Consejo Nacional de Televisión (CNTV) la responsabilidad de velar por el cumplimiento de los objetivos establecidos en la Ley.

Frente al contexto político que se vivía, el medio cobró gran importancia, sobre todo en relación con la emisión de los programas de debate y de contenidos políticos.

Debates, donde hasta se llegaban a los insultos personales de los invitados, y noticiarios, que a juicio de muchos, entregaban informaciones sesgadas, produjeron que la TV no cobrara tanta credibilidad como en sus inicios.

En el año 73', con el Golpe de Estado, se ve un profundo cambio en el medio. A través de los Decretos Leyes, la televisión quedó absolutamente supeditada a la Junta Militar, por ejemplo, con las nuevas designaciones tanto de los Rectores de las Universidades, como del nuevo directorio de TVN.

Junto a esta nueva disposición, en 1975 se dictó una nueva Ley que estipuló que los canales de TV se debían autofinanciar, aunque la regulación de la publicidad se mantuvo sin modificaciones (desde 1970).

El sueño, ahora en colores, se va perfilando de otra manera, principalmente, por el auge de programas humorísticos, y más tarde los musicales. Por otro lado, los noticiarios reflejan claramente una información controlada por las manos de la dictadura militar.

5.- La producción nacional (1980- 1989)

A comienzos de la década de los ochenta la programación nacional era de sólo un 31%, y fue en ese momento cuando comienza la fiebre por la elaboración de programas "made in Chile". Entre ellos la primera teleserie nacional: La madrastra caracteriza la época, al igual que las emisiones con grandes grupos de baile y una dominación de los sketch humorísticos.

Además, empieza la igualdad de programas en determinado horario, por ejemplo, los del mediodía de concursos.

El énfasis predominante fue el género de la entretenimiento, que obviamente elevó los costos de la producción y aumentó la cantidad de horas de transmisión.

Comenzaron además los programas del género periodístico, como Informe Especial y en el área de la investigación científica, Mundo 83 popularizó los avances mundiales.

El fiel protagonista de la TV: el fútbol, comienza a ocupar más tiempo que sólo la transmisión de partidos, iniciándose los espacios de comentarios deportivos.

6.- La privatización y el momento actual (1989-2000)

Junto con la vuelta de la democracia, se refunda el Consejo Nacional de Televisión y con ello se permite la creación de canales privados, y por ende, la entrada de inversionistas extranjeros al país.

En 1990, empieza sus transmisiones Megavisión (frecuencia 9); en 1991 La Red (frecuencia 4) y en 1995 Canal 2 Rock & Pop y en la misma época nace el canal 22 Gran Santiago TV.

Ya en esta década se ve un cambio a una programación más dinámica, como un fiel reflejo del fin de la dictadura militar, con esto aparecen – en los noticiarios- los móviles en directo y los temas se acercan más hacia los intereses sociales de la ciudadanía.

Otra característica de la época, es el incremento de las teleseries, que pasaron a ser el “gran producto de cada canal”, en ellas empezó una mayor inversión y un cambio en los personajes hacia “los más reales”.

Hoy en Chile existen alrededor de 3 millones y medio de aparatos. Esta información del CNTV, de acuerdo al censo de 1996 afirma que:

En los centros urbanos del país existían en promedio 1.89 televisores por hogar.

En los sectores socioeconómicos altos es de 2.7, en los medios 2.04 y en los bajos 1.59.

El 97% de los hogares de las ciudades poseen al menos 1 televisor.

La distribución de la televisión abierta es básicamente: Canal 7 (Estatal); Canal 13 (Universitario); Canal 11 (Universitario más capitales extranjeros); Canal 5 (Universitario); Canal 9 (Capitales chilenos más capitales mexicanos); Canal 4 (capitales privados y chilenos, privados). Todos estos canales se encuentran bajo el sistema de autorregulación televisiva, donde cada canal propone su programación, las que no deben salirse de las normas establecidas por el CNTV.

Respecto a las producciones fílmicas, éstas se exponen a la censura y a la calificación cinematográfica, por medio del Consejo de Calificación Cinematográfica.

Siguiendo con los aspectos legales, todas las emisoras conforman la Asociación Nacional de Televisión: ANATEL, “cuyo propósito es el de defender los intereses comunes del grupo y establecer las pautas comunes de autorregulación”

Las instancias sancionadoras que actúan frente a los profesionales que trabajan en los

canales asociados a ANATEL, intervienen a través de Colegio de Periodistas y del Consejo de Ética de los Medios de Comunicación, que a su vez es dependiente de la Asociación Nacional de la Prensa.

Por otra parte, en la actualidad la programación de los canales está medida por el nivel de sintonía que les atribuye los receptores. Con esto se produce la “guerra” por cuál de los canales obtiene mayor puntaje con el rating.

Actualmente, los canales con más sintonía son el 7 y 13, presentando grandes diferencias en puntos de rating con los otros canales, que es lo que en definitiva maneja el nivel de publicidad, y por ende el dinero con cuenta cada emisora.

En relación con el rating, una de las características de la TV de los 90’es la importancia de las teleseries al ser ganchos, para los programas previos y los noticiarios, ya que luego de la emisión de éstos se transmiten los programas del denominado “horario prime”. Éste comienza a las 20:00 horas y junto con la programación de las 22:00 horas marcan los más altos puntos de rating.

La guerra del rating tiene su “trinchera” principal en las teleseries, y de acuerdo a la tabla de 1998

(donde Megavisión inició su producción de teleseries), este género produce en la audiencia una exposición constante, por lo que se relaciona que al ver la telenovela, se continuará con el noticiario, y de acuerdo a la lógica cronológica luego el televidente seguirá viendo el estelar del canal.

Otro punto que denota las preferencias de los canales son la transmisión de los partidos de fútbol, lo que está reflejado en las altas sumas que se cancelan por los derechos de transmisión.

En estos momentos, otro hito importante es que lentamente ha comenzado la masificación de la TV por cable, con lo cual las programaciones chilenas cada vez son más relevantes, a la vez que menos segmentadas.

La situación chilena respecto a la TV por cable, será analizada en el punto número I.III:V- del presente capítulo.

I.III.III.- Cifras que hablan de la TV abierta

Las presentes tablas que muestran resultados de los estudios del CNTV, de los años 1998 y 1999, extraídos de la página web del consejo, muestran la realidad chilena respecto a la televisión abierta y su consumo.

- Número Promedio de televisores en hogares, según estrato socioeconómico

NSE ALTO

2.77 televisores/ hogar.

NSE MEDIO

2.04 televisores/ hogar

NSE BAJO

1.59 televisores/ hogar

De acuerdo a estos datos, la diferencia en el promedio de los televisores, no presenta mayores variables entre los tres estratos socioeconómicos. Esta situación refleja la masificación de los aparatos, que se dio desde las décadas pasadas, dejando de manifiesto la presencia del televisor en todos los hogares.

En relación con lo que es el consumo de televisión en cada uno de los estratos socioeconómicos, hay un mayor promedio en el nivel alto, lo que en cierta medida puede estar condicionado por el número de aparatos presentes en dichos hogares, lo cual es posible de estimar en que cada miembro que habita en la casa tiene la posibilidad de ver TV de forma individual.

- Consumo televisivo según el día de la semana

Promedio de Horas que se ve la TV

Día de la semana

3.6 horas

Día Sábado

2.9 horas

Día Domingo

2.9 horas

Con los datos del consumo de televisión respecto a cada uno de los días de la semana, se puede determinar que el “ver la TV” está directamente ligado a la utilización del tiempo libre, es decir las personas se sientan frente a este medio, principalmente en sus espacios de ocio.

- Porcentaje de televisores por hogar

Televisores por hogares

No tiene

3.7%

1

38.7%

2

34.5%

3

16.9%

4 o más

6.1%

Con respecto a lo que se puede observar en esta tabla, la cantidad de aparatos por hogar sigue manteniendo su mayor promedio en un aparato, con lo cual es posible interpretar que la exposición a la TV no es un proceso mayoritariamente individual, sino, en cambio convoca a la familia.

I.III.IV.- Una mirada a los géneros más habituales de la TV

Hay distintas categorías que establecen las características y la división sobre los géneros de televisión, sin embargo, para efectos de esta tesis se recopiló información de varias fuentes (CNTV y textos referentes a la televisión) porque, consideramos importante y más aclaratorio para nuestro trabajo, establecer una clasificación distinta. De esta forma se trabajará sobre la base de seis géneros televisivos.

- Género Periodístico: Aquí se van a considerar todos los espacios que tienen por principal objetivo entregar información noticiosa tanto nacional como internacional. Los principales programas son los noticiarios, reportajes de actualidad y reportajes de otros temas.

- Reality Show. Los temas que aquí se abordan, por lo general, se basan en las denuncias frente a aspectos “oscuros” o dolorosos de la vida diaria. Pero, no se puede olvidar que además hay una especial preocupación por mostrar aquellos grupos que han luchado y se esmeran en superar este tipo de problemas.

- Género de entretenimiento: Dentro de este género se incluirán los programas de conversación y de entrevistas, misceláneos, teleseries, seriales, películas, musicales y concursos.

- Género Infantil. Este género va a incluir todos aquellos programas que son dirigidos exclusivamente al grupo etáreo de los niños y niñas. Muchas veces presentan contenidos educativos, o son tan sólo de entretenimiento. Su lenguaje es simple, lúdico y dentro del formato que utilizan es característico el uso de colores y la participación de personajes.

- Género de Deportes A este género pertenecen todas aquellas transmisiones de fútbol, tenis, olimpiadas, natación, etc. En el formato utilizado por estos programas se encuentra, generalmente, el relato en directo de lo que ocurre en el juego, y comentarios previos y posteriores.

Género de Educación, Ciencia y Cultura Los programas que pertenecen a este género utilizan, por lo general, un lenguaje más formal, y su estructura es más simple y sobria que los otros programas. En ellos, se desarrolla uno o varios temas por un tiempo prolongado. La misión de educar es lo que prevalece este tipo de programación.

I.III.V.- Chilenos abonados y colgados del cable

Un estudio realizado por el Consejo Nacional de Televisión, bajo el título de “Televisión por cable en Chile, 1998

arroja resultados que demuestran la situación actual de los chilenos, en relación con la contratación de los servicios de la televisión por cable

“La cantidad de abonados a televisión por cable en Chile alcanzó los 701.056 hogares, lo que representó una penetración de un 21,3% a nivel nacional

Del total de abonados, un 57% se concentró en regiones y el 43% restante se ubicó en la Región Metropolitana. Paralelamente, en este mismo período se contabilizaron 86 localidades que contaron con los servicios de televisión por cable a lo largo del país.

Esto representa un incremento de un 9,6% respecto al 19,4% que registró la tasa de penetración en 1997. Paralelamente, si se comparan estos datos en el período 1994-1998, la variación experimentada por esta tasa alcanzó un 151%.

La concentración del mercado es en torno a dos principales empresas cableoperadoras: VTR Cablexpress y Metrópolis Intercom, las que en conjunto concentraron un 95% del total del mercado. El 5% restante se repartió entre 23 operadores que ofrecieron servicios de televisión por cable.

De acuerdo con los datos obtenidos en este informe, se mantuvo en este período la tendencia La oferta total de señales en televisión por cable durante 1998 alcanzó las 164, con un promedio de 3.182 horas de emisión diaria. De este total, un 63,4% correspondió a

señales de origen extranjero y un 36,6% de origen nacional. Con relación a las señales temáticas durante este período, las de Películas alcanzaron un total de 15, lo que en horas de emisión significó un promedio diario de 360 horas.

Junto a las características de la situación actual de la televisión por cable, otro punto relevante, que a nuestro juicio viene a representar una de sus principales características es que entregan a sus consumidores una programación diversificada y segmentada, junto a un conocimiento previo de los contenidos a los que se podrá tener acceso, ya que cada canal presenta una determinada característica en su programación. Por lo tanto si se desea ver películas se va directamente a las estaciones como HBO Olé; Cine Canal; Cinemax, entre otras.

Una mirada de la programación que entregan los canales de televisión por cable, se puede observar en la siguiente tabla elaborada por el Centro de Estudios Mediales de la Universidad Diego Portales, en 1998.

DISTRIBUCIÓN DE GÉNEROS EN METRÓPOLIS- INTERCOM

Género

Nº de programas

Cine y Series

16

Noticias

5

Educación, Ciencia y Cultura

10

Deportes

3

TV internacional

11

Cable Servicios

3

Musicales

7

Infantiles

7

TV Local

11

A esto se suma la ausencia de tantos avisos publicitarios. Por otra parte, el cable se ha presentado como una “ventana” al mundo donde en forma inmediata se puede tener información de lo que está pasando en otras realidades y culturas, aún siendo estas muy lejanas a los chilenos.

Un punto importante de análisis en relación de la televisión por cable, es que “el uso de la TV por cable en Santiago, por la presencia de otros medios de gran alcance, entra en la lógica de la competencia, no pudiendo hasta el momento, derribar del prime time a los denominados estelares de la TV abierta”

La situación del acceso a la TV por cable en Santiago, respecto a lo que ocurre en regiones presenta una diferencia considerable “mediante el cableado óptico, en regiones las compañías conectan a los hogares a un tercio del precio de Santiago. Con esto se está dando una necesidad creada”

frente a los receptores de regiones.

I.III.VI.- TV Satelital

Además de la masificación de los hogares que acceden a la TV por cable (aproximadamente un 23%, contabilizando los suscritos como los “colgados”

), ahora se suma la introducción de la televisión satelital (SKY TV)

Si bien, hoy no es posible determinar el nivel de masificación que se ha producido de esta nueva tecnología, probablemente será una de las competencias directas de la televisión por cable, debido a las características que presenta.

La televisión digital viene a constituir otro medio de transmisión de señales a grandes distancias. “Un repetidor de microondas en un satélite, retransmite la señal a una estación receptora terrestre, que se encarga de distribuirla a nivel local. Los problemas principales de los satélites de comunicación para la transmisión, son la distorsión y el debilitamiento de la señal al atravesar la atmósfera”

La televisión satelital permite acceder a una imagen y sonido digital. Dentro de las ventajas que presenta, se encuentran “el Mosaico” (pantalla interactiva de las en la que se visualizan todos los canales y es posible seleccionar de acuerdo a las preferencias del usuario; el “Control Parental”, por medio del cual es posible seleccionar qué canales podrán ser vistos por los menores de edad, y la “Guía de Programación” donde en la misma pantalla se puede tener acceso a la oferta de programación de todos los canales.

SEGUNDA PARTE

I.III.VII.-Tercera edad y Medios de Comunicación

1.- ¿Cómo es la relación con la TV?

Hasta el momento y tal como lo asegura la secretaria de Estudios del Consejo Nacional de Televisión, Andrea Villalobos, en el CNTV no se han llevado a cabo investigaciones específicas en cuanto a la tercera edad y su relación con la TV. Sólo se han tomado muestras de este grupo etáreo en estudios generales, como por ejemplo, en la investigación de los géneros más vistos entre la población chilena.

Al tener acceso a dicha investigación, se observó que la clasificación que se establecía por edad, incluía a los mayores de 45 en el último rango, con lo cual se evidencia

una carencia en este tipo de investigaciones del análisis del consumo de TV que hacen específicamente los mayores de 60 años.

Según Andrea Villalobos, este hecho “se debe más que nada a que la preocupación del organismo radica fundamentalmente en los niños y el tema de la educación”.

Esto constituye un problema, en la medida de que el organismo de gobierno que estudia la televisión no ha tenido un acercamiento al tema. Esta situación se torna aún peor, si consideramos que el Consejo Nacional de Televisión no tiene, según Andrea Villalobos, presupuestado ningún tipo de investigaciones que se preocupen fundamentalmente de los adultos mayores.

Una postura similar podemos encontrar en Daniela Huneuss, antropóloga del Departamento de Investigación de Televisión Nacional, quien dice: “las necesidades de los viejos frente a la televisión no creo que estén muy cubiertas, y nunca se ha hecho nada (investigaciones), nada que roce el tema”.

Ella piensa que uno de los motivos de esta falta de interés por estudiar la realidad del adulto mayor se debe a que “no es un grupo estadísticamente significativo, aunque lo seremos. El trabajo aquí es muy “como al día”. No es que aquí pensemos la sociedad o las imágenes que estamos proyectando, todo funciona muy rápido. La competencia, los avisadores, también te empujan a un cierto tipo de televisión. En realidad, el que no existan investigaciones ni aquí ni en el Consejo Nacional de Televisión es una cuestión como bien coherentes con el resto de la sociedad, o sea, no son importantes, no más”

Sin embargo, Hunneus cree que sería positivo trabajar con segmentos etéreos. Incluso ella lo ha propuesto en su canal.

Por otra parte, el Comité Nacional para el Adulto Mayor, dentro de su objetivo de provocar un cambio cultural de la sociedad con respecto a la tercera edad, cree fundamental lograr una alianza con los medios de comunicación. Está consciente de que hasta ahora no es un tema prioritario para éstos. “Hay algunos medios que han tratado de tomar el tema del envejecimiento. Pero no es noticia”

Su Secretario Ejecutivo, Manuel Pereira explica, por ejemplo, que la primera vez que el actual Presidente de la República trató el tema públicamente, los diarios sólo dos frases al

respecto.

Dice que por el momento han hecho una alianza tácita con los medios. Por ejemplo, han logrado que cambien el término de “viejo”, por el de “adulto mayor”. Además, se han preocupado de difundir sus actividades y alimentar con información a programas de radio. En cuanto a la programación, propone mostrar una imagen positiva del adulto mayor. “Me interesaría mucho un guionista de una teleserie que me ponga un viejo choro y no un viejo achacoso o enfermo. Una telenovela nos ayudaría fantásticamente a lograr el cambio cultural”.

Valerio Fuenzalida, coincide en que las telenovelas son un género apropiado para proyectar una imagen positiva de los adultos mayores. Esto, porque la tendencia de hoy no es tanto a segmentar, sino que a hacer programas que convoquen a una variedad de personas. Explica que antes, como hace veinte años, existían incluso franjas dirigidas a ciertos grupos etáreos. Sin embargo dice que “hoy día toda esa idea de las franjas o que hay segmentos es una idea que no está respaldada por la realidad, por la audiencia. La audiencia siempre es pluri- segmentada, es decir hay niños con jóvenes, dueñas de casa; más bien hay segmentos que están todos juntos, y esto ha llevado cada vez más a eliminar esta cuestión y también lleva a que los programas tienen que convocar a toda a la gente que los está viendo”.

En este sentido, explica que si se busca tener una temática para la tercera edad, la forma de hacerlo es interesando al mayor número de personas posible. “El ejemplo de la telenovela es muy nítido, porque se sabe que en la casa hay un abanico de edades. La TV trata de poner historias y personajes que llamen la atención a todos los que están en la casa, gente joven, niños, tercera edad. Tanta variedad de personajes que logre satisfacer a la misma variedad de audiencia que hay en al casa”.

Respecto a la imagen que se muestra de la tercera edad en la pantalla, coincide con la postura de Huneuss, en la medida que los canales no se formulan esa pregunta, y sólo se incluye esta temática en algunos programas como “Buenos Días a Todos, en que en ciertas épocas del año, se aborda este tema, desde la perspectiva de un psicólogo, un geriatra, etc., que hacen ciclos. Pero, esto tampoco es una cuestión sistemática”.

La idea de formular qué es lo que los adultos mayores quieren ver en la TV, Fuenzalida la asocia con la existencia de “cierta comprobación de que a ellos les gusta ver energía, vitalidad y eso lo ven mucho en gente joven. Ellos son uno de los grupos que más reclama

gente joven, porque es una manera de identificarse con vitalidad que aparece en pantalla, Es muy sutil, no es una relación uno a uno, como hay audiencia vieja, pongámosles viejos en pantalla, eso es muy mecánico”.

2.- La experiencia vertida en un medio

Respecto a los medios de comunicación que están enfocados al trabajo con los adultos mayores, quisimos rescatar el ejemplo de “Nosotros. Los Adultos Mayores” un periódico que está hecho con, para y desde los adultos mayores, pero que pone su énfasis en destacar la importancia para la sociedad y de valorar la experiencia de los miembros de este grupo.

Este diario comenzó a imprimirse el año pasado y busca a través de sus artículos, mostrar la voz de los miembros de la tercera edad; además de brindar un espacio para que científicos o especialistas de diversas disciplinas, escriban acerca de este segmento de la población.

Su director y representante legal, Gustavo Ruz, es el coordinador del programa del adulto mayor de la Universidad de Chile, el cual depende de la rectoría de dicha casa de estudios. Junto con llevar varios años trabajando el tema de la tercera edad, actualmente realiza comentarios en radio Chilena, donde intenta desamarrar mitos que la sociedad tiene sobre lo que significa cumplir los 60 años.

“Todo tiene sus ventajas y desventajas. Entender las ventajas de la tercera edad es lo que yo trato de hacer en el programa: de la experiencia, de la madurez, del conocimiento, la ventaja del conocimiento por el pasado de la vida. Si tú llegaste a los 70 por definición, eres una persona tremenda, pasaste por miles de pruebas.”

Su trabajo en “Nosotros”, se realiza sin apoyo gubernamental, y las persona de la tercer edad con las que realiza su labor, pertenecen a diferentes entidades como los programas del adulto mayor de las municipalidades de todo Santiago, los clubes de adultos mayores, las comunidades que trabajan con el apoyo de la Vicaría de la Pastoral Social, los gremios de jubilados de distintos oficios y profesiones y los círculos culturales creados por los adultos mayores, entre otras entidades.

El propósito que está detrás de esta publicación es comprometerse y aportar “al

fortalecimiento de la organización social de los adultos mayores y a su integración social.”

Por esto Ruz señala, que si bien el tema de la tercera edad puede ser abordado de forma multidisciplinaria, al trabajar con esta temática se debe partir de lo que dicen los miembros de este grupo, y no limitarse a lo que les pasa a su edad, sino que extender el abanico a una serie de contenidos propios de la sociedad en general. “No hacer que el tema de los viejos sea analizado sólo por los viejos y ellos sólo puedan pronunciarse o hablar sobre los temas de su edad. El viejo te puede hablar con propiedad sobre el cambio de los pañales o sobre la educación en la pubertad, sobre la vida pre y post matrimonial.”

A juicio de Ruz, lo que ocurre con el problema del adulto mayor en la sociedad, es posible de enfocar en dos facetas que lo constituyen. La primera guarda relación con la deuda económica que tiene el Estado con este segmento, donde desde 1981 se les quitó el reajuste a sus pensiones. En este punto hay una reivindicación económica que el país le debe a los adultos mayores, sobre todo al considerar que un gran porcentaje de los miembros de la tercera edad presentan grandes carencias en el plano económico.

Por otra parte, existe un abandono intelectual, donde en culturas como la chilena se les prohíbe a los ciudadanos mayores continuar aportando al desarrollo cultural y social del país, ya que se consideran que después de los 60 años son inútiles en el plano intelectual.

Al conjugar estos dos factores, y si se analiza en qué medida contribuyen los medios de comunicación a esta situación, la opinión de Ruz es tajante al determinarles gran cuota de responsabilidad en esta temática, al no informar sobre lo que ocurre en relación con este tema.

Los medios junto no dar a conocer parte de la realidad, en las imágenes que proyectan no representan el papel que juega el adulto mayor en la sociedad. Al casi no verse miembros de la tercera edad en la pantalla, estos son borrados de la memoria colectiva de las diferentes audiencias que se exponen a los medios. Otro de los puntos por donde pasa el problema de los medios de comunicación con los adultos mayores, es que los comunicadores, desde los directores hacia abajo, no están preparados académicamente, así como tampoco concienciados de la problemática. Por tanto, desde el vocabulario con el cual se refieren a este segmento de la población, hasta el incluir contenidos relacionados al tema, queda fuera de la pauta de contenidos de las informaciones que transmiten, en general en todos los espacios de TV.

Ruz, enfatiza que “con esa cultura chata, comunican a los auditores, al público objeto, una imagen del adulto mayor que es incivilizada, que no obedece a una realidad, que obedece a la necesidad del mercado que estos viejos se mueran luego porque consumen poco... hay que silenciarlos, porque no juegan un rol importante.”

Al mismo tiempo, señala que el por qué los adultos mayores no se ven en los medios, guarda directa relación con que éste define un segmento mayoritario de consumidores entre los que se encuentra los niños y los jóvenes. Por lo tanto, en la gran mayoría de los avisos pasan imágenes que se enfocan a estos grupos, en los cuáles quedan fueran los ancianos.

Por otra parte y con respecto al mismo tema, en el “Seminario Internacional Adultos Mayores: Integración Social, Cambio Cultural y Calidad de Vida. Desafíos para el nuevo Siglo” (realizado en Santiago, el 2,3 y 4 de Noviembre de 2000) se trató el tema de los medios y la tercera edad. A través del módulo “Cultura y Medios de Comunicación” las organizaciones sociales de adultos mayores concluyeron su visión respecto a la imagen de los adultos mayores en los medios de comunicación. Ésta guarda directa relación con lo expuesto por Ruz, ya que en las conclusiones se pudo observar que:

“Los adultos mayores han sido categóricos en señalar que no están de acuerdo con la imagen que se presenta de ellos/ellas en los diferentes medios de comunicación. El general el trato de los medios negativo, despectivo. Como los medios trabajan con el marketing y la publicidad su interés se dirige principalmente al sector social joven y con mayor demanda económica/consumo y capacidad de compra, quedando rezagados el sector de personas mayores En general, se observa que los adultos mayores son descalificados y ridiculizados a través de los medios de comunicación, especialmente en la televisión”.

En el mismo seminario, los adultos mayores señalaron se debería mostrar una imagen “positiva, es decir, debiera mostrar a los adultos mayores cumpliendo un rol activo y participativo en sus diferentes espacios, no sólo dentro de la familia sino que también dentro de la sociedad en general, especialmente participando en las distintas organizaciones. Se observa que los medios de comunicación, especialmente la televisión, no cumple con las funciones que se les ha asignado, pues si bien entretiene no logra educar respecto a valores que promueven una imagen positiva de la vejez.”

Según las conclusiones del seminario, lo que pasa con los medios de comunicación y los

adultos mayores, es una situación que no se va a mantener así por mucho tiempo, básicamente porque el país está pronto a cambiar su estructura social. Se va a producir un cambio, no sólo por el incremento del número de personas de la tercera edad, sino por el cambio de concepción, donde se considerará que el adulto mayor tiene la capacidad de influir en la sociedad a través del voto, de su capacidad de consumo y de la influencia en sus nietos y en resto de la cultura.

Esta situación será similar a la ocurrida en países como los europeos, donde el cambio social ha pasado por los medios de comunicación, y por lo tanto es posible ver en ellos que “hoy están empezando a hablar del adulto mayor, están empezando a entrevistar en sus programas a personas de la tercera edad, es noticia lo que hacen o lo que dicen y en su perfil de comunicadores, ponen personas mayores también, esto en Europa es normal que un animador sea una persona de 60 años. Los locutores de continuidad de la tele también sea un adulto mayor. El tema de la edad o de las arrugas no influye si la dicción o si la voz es cálida”

Por otra parte, Ruz opina, que la fuerza de los miembros de la tercera edad para producir un cambio en la sociedad, pasa por características propias de ellos como el liderazgo que tienen al organizarse, “la llegada a muchos sectores, son miembros reales, son activos, van a los compromisos, van a las reuniones, pagan sus cuotas, redactan bien, hablan bien, cuando hablan son mucho mejores oradores. Ellos estudiaron en un liceo donde la educación fue mejor que la gente que estudió en los 70 u 80, de manera que este grupo tiende a impactar más”.

A modo de conclusión, respecto a medios y tercera edad, Ruz declara:

“De lo que se trata ahora es que en la medida de que haya difusión sobre estos problemas y sobre la gravedad de estos problemas el resto de la sociedad puede reaccionar. Nuestro paradigma principal y hacia donde apuntan los programas y las investigaciones es que el tema de los adultos mayores los resolvemos entre todos, los niños, los jóvenes, los adultos, es un problema de la sociedad chilena. Nos interesa educarnos, recibir, enriquecernos nosotros con los conocimientos que tienen los adultos mayores y resolver su situación económica como país, porque es necesario para Chile. No por piedad, ni lástima, sino porque Chile sería mejor si esta gente estuviera enseñando lo que sabe y Chile sería mejor

si está gente tuviera una capacidad de consumo que les permitiera estar ingresados al mercado.”

Mientras se espera que este cambio ocurra, los adultos mayores que participaron en el Seminario Internacional, realizaron una serie de proposiciones que a juicio de ellos y ellas ayudaría de gran manera. Básicamente, postulan que hay que aceptar que debido a los intereses de los medios de comunicación, va a ser muy difícil modificar la situación actual. Sin embargo, esta aceptación no significa no actuar y las propuestas que realizan son las de moverse en otro plano, vale decir generar sus propios medios de comunicación:

“1-. El “mensuario” de los jubilados y pensionados.

2-. Boletines de las Uniones comunales de Adultos Mayores. Éstas pueden ser propias o realizarse en conjunto con la Juntas de Vecinos, contando para ellos con apoyo de las Direcciones de desarrollo Comunitario de los Municipios.

3-. Diarios Murales en cada organización de adulto mayor que estimule el intercambio de información y creatividad.

4-. Radios Comunitarias de las Uniones Comunales de adultos mayores”.

CAPÍTULO II.- DISEÑO METODOLÓGICO

II.I.-Un Estudio Exploratorio

Las percepciones de determinados integrantes de la sociedad en relación con los medios de comunicación se han convertido en el objetivo de numerosos estudios. Sin

embargo, la mayoría de los estudios en Chile consisten en medición de rating a través del sistema people meter, encuestas y grupos focales. Los dos primeros son de corte cuantitativo la cual no involucra necesariamente el contexto de los telespectadores.

Junto a esto, observamos que el Consejo Nacional de Televisión, uno de los principales organismos que estudia la recepción y producción de la TV, no ha realizado investigaciones específicas del grupo de tercera edad. Al mismo tiempo que, en los estudios que recogen información relacionadas con los grupos etáreos, no se considera a los mayores de sesenta como un grupo específico.

Además, tras haber revisado la literatura correspondiente a los objetivos de nuestra investigación, nos dimos cuenta de que sólo existen esbozos relacionados al tema exclusivo de la televisión y tercera edad en Chile, lo que refleja que aún no se ha desarrollado ningún estudio al respecto.

En definitiva, nuestra investigación tendrá un carácter exploratorio, puesto que tal como lo han expresado los autores Hernández y Fernández en su libro “Metodología de la investigación”, dichos estudios “se efectúan cuando el objetivo es examinar un tema o problema poco estudiado o que no ha sido abordado antes. Es decir cuando la revisión de la literatura reveló que únicamente hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio.”

II.II.- Una perspectiva cualitativa para abordar la relación tercera edad y televisión

Lograr comprender a la audiencia en cuestión, es sin duda, uno de los propósitos fundamentales de nuestro estudio. Y para esto, el enfoque que adoptaremos es el cualitativo.

De acuerdo con lo que dice Enric Saperas, el objetivo primordial de una investigación cualitativa es “comprender el sentido de las acciones sociales o de los individuos que las realizan, mediante la generación de una intersubjetividad conocida por los actores sociales y realizada en determinadas situaciones.”

El cualitativista cree en las profundas diferencias entre los seres humanos, motivo por el cual no pueden ser encasillados como un todo. “No existe una realidad única y cada

observador crea la realidad formando parte del proceso de investigación. Se trata de una realidad subjetiva, que existe sólo en referencia al observador”.

De este modo, comprendemos nuestra investigación como un acercamiento cualitativo a las relaciones que establecen las personas de la tercera edad con la televisión abierta, en el sentido de que nos interesan sus particulares percepciones respecto de ésta. Es decir, no buscamos representatividad ni generalizar conclusiones. Más bien, pretendemos conocer los usos y valoraciones que el grupo de adultos mayores en estudio hace de la TV abierta

Si bien nuestras conclusiones no serán generalizables para la percepción que tienen de la TV la totalidad de los integrantes de la tercera edad en Chile; sí nos ayudarán a aumentar la comprensión de la problemática.

El cualitativista “desarrolla teorías en simbiosis con su propio proceso de investigación: la teoría “canaliza los datos” y emerge formando parte del proceso de investigación; evolucionando a partir de los datos al mismo tiempo que los recolecta”

Es decir, nuestra misión será, en base a las teorías planteadas en el marco teórico, obtener de la información en terreno lo que nos parezca más relevante para poder responder nuestra pregunta de investigación.

Tras todo lo anteriormente expuesto, queda claro que la investigación cualitativa es el enfoque más apropiado para acercarnos a las relaciones que existen entre determinados integrantes de la tercera edad y la televisión. Pues creemos que con este tipo de estudio tendremos más claro cuáles son los usos y valoraciones que hacen del medio.

3.- El porqué de la intencionalidad de la muestra

Nuestro grupo objetivo, la tercera edad, no es homogéneo. Existen diversas características que los diferencian, como por ejemplo, el nivel de autovalencia, la situación socioeconómica, el nivel socio cultural, el tipo de vivienda, etc.

Para este estudio hemos seleccionado una muestra de adultos mayores con ciertas características. Si bien es cierto que es un grupo reducido (explicado en los párrafos siguientes), esperamos que constituyan un gran aporte en cuanto a la información que

requeriremos según los objetivos planteados en nuestra investigación. Como dice José Ignacio Ruiz Olabuénaga, “el muestreo utilizado en la investigación cualitativa, exige al investigador que se coloque en la situación que mejor le permita recoger la información relevante para el concepto o teoría buscada. El muestreo se orienta a la selección de aquellas unidades y dimensiones que le garanticen mejor la cantidad y la calidad de la información”

.
De esta forma, el muestreo utilizado será intencional, es decir, “no obedece a unas reglas fijas ni específicas de antemano el número de unidades a seleccionar. Acepta, en principio, que este número deberá ser alterado a lo largo de la investigación”

. Puesto que es posible que la riqueza de la información no cumpla las expectativas y sea necesario agregar más unidades a nuestro muestreo. Asimismo, puede que interrumamos la selección de unidades de selección si llegáramos a un punto de saturación o repetición de la información.

La muestra inicial que utilizaremos para la investigación estará constituida por personas que tengan sobre sesenta años. El rango etáreo lo establecimos sobre la base de la definición elaborada en la Asamblea Mundial del Envejecimiento, realizada en Viena en 1985. En esa instancia se acordó que a partir de los 60 años de edad las personas son consideradas adultos mayores.

El límite de edad no estará especificado, ya que nuestro criterio de elección al respecto se basará sólo en que el adulto mayor sea autovalente, vale decir, que además de encontrarse lúcidos, tengan la capacidad para poder realizar sus necesidades básicas (levantarse, caminar, asearse, comer, entre otras) en completa autonomía.

El hecho de haber escogido adultos mayores autovalentes apunta más bien a la situación de independencia en que estos se encuentran. A diferencia de los integrantes de la tercera edad que están postrados, quienes, muchas veces, no tienen otra opción que exponerse constantemente a los medios masivos. Por esto, creemos que las informaciones sobre los usos y las valoraciones de la TV, serán más ricas en los adultos mayores autovalentes, en la medida en que presentan mayor interacción con otros grupos, medios de comunicación o simplemente otras actividades que los adultos mayores que están postrados.

Dentro de los integrantes del grupo etáreo escogido, hemos delimitado las siguientes características generales:

- Adultos mayores que vivan en la comuna de Ñuñoa.

Optamos por trabajar con adultos mayores de Ñuñoa, porque esta comuna presenta dos variables que nos interesaban que estuvieran presentes. Primero, que fuese un sector donde habitaran gran cantidad de personas de la tercera edad. Y segundo, que fuera más o menos representativa del nivel socioeconómico nacional. Entrecruzando ambas variables, vimos que el mayor porcentaje de adultos mayores, según la “Síntesis estadística Chile 1999”, perteneciente al INE, está presente en Providencia (22%). Sin embargo, a la vez de acuerdo a un cuadro del panorama comunal del INE

, en el que se muestra la población y su línea de pobreza, Providencia es el sector que menos habitantes pobres tiene. En este sentido se aleja bastante de lo que es la realidad del país, por lo tanto optamos por trabajar con Ñuñoa, ya que es la comuna que posee el segundo mayor porcentaje de adultos mayores dentro de su población (18,3%), pero socioeconómicamente no es tan alto como Providencia.

Otro aspecto que nos llevó a optar por la comuna ya mencionada es la gran cantidad de actividades que se realizan para el adulto mayor, pues aparte de contar con una serie de centros particulares, la Municipalidad de Ñuñoa ha desarrollado todo un plan de participación para que los miembros de la tercera edad puedan desarrollarse en diversas áreas.

- Adultos mayores que reconozcan ver televisión.

Y dentro del grupo de los adultos mayores que viven en la comuna de Ñuñoa, hemos delimitado las siguientes variables que serán determinantes para las unidades de análisis: Hogar de ancianos y casa particular. Con esto, queremos investigar las diferencias en torno a la relación con la TV que se puedan dar entre los integrantes de la tercera edad que viven distintas realidades y tienen distintos accesos a otras fuentes.

- Adultos mayores que vivan en Hogares de Ancianos de la comuna de Ñuñoa.

Las casas de reposos y los hogares de ancianos, son una alternativa de vivienda para

un segmento de este grupo etéreo. Sólo en la comuna de Ñuñoa nos encontramos con 51 hogares registrados en el catastro de “Estudios Hogares de Larga Estadía para Adultos Mayores. Región Metropolitana”

, por lo que se hace importante conocer los usos y las valoraciones que este segmento realiza de la TV. En algunos hogares, la única forma de distracción con que cuentan los ancianos es la televisión

.

- Adultos mayores que vivan en casas particulares, en la comuna de Ñuñoa.

Dentro de este grupo, hemos escogido trabajar con aquellos que participan en las clases de gimnasia ofrecidas por la Municipalidad de Ñuñoa para las personas de la tercera edad. Esta decisión tiene dos motivaciones. La primera tiene que ver con la viabilidad de trabajar con ellos. Al estar ya reunidos permite facilitar la invitación a participar. Asimismo, al contar con el permiso respectivo para juntarnos en dependencias del gimnasio ayuda a que estas personas accedan a juntarse después de sus clases sin necesidad de tener que trasladarse a un lugar desconocido. La segunda motivación para trabajar con este grupo que participa en actividades recreativas es que según nuestra percepción y a modo de hipótesis, las valoraciones y usos que ellos realicen de la TV, pueden ser diferentes, ya que al participar en actividades y usar su tiempo en relacionarse con otros individuos ajenos a su familia, y de su misma edad, creemos que el medio no se constituye en un aspecto fundamental dentro de sus rutinas.

4.- Dos Técnicas Para la Recolección de Datos

Los grupos focales

El focus group será lo primero que utilizaremos para recolectar los datos necesarios. Ésta técnica, frecuentemente usada en las investigaciones sociales, consiste en la realización de una entrevista, en la que un grupo homogéneo de personas –guiados por un moderador- dan información de materias específicas a través de una discusión interactiva.

De esta forma, las respuestas de quienes participen en los focus groups serán los datos que posteriormente analizaremos. Pues es a partir de estos, que luego llegaremos a las

conclusiones de nuestra investigación.

Se realizarán cuatro grupos focales. Dos con personas que vivan en el Hogar de ancianos y dos con los de casa particular. Mientras que en ambos casos estarán separados hombres de mujeres.

La realización de grupos focales a hombres separados de las mujeres apunta a lo expresado por la antropóloga Daniela Hunneus, (del departamento de investigación de Televisión Nacional de Chile) quien en una entrevista efectuada nos enfatizó la importancia de separar por género al momento de aplicar una técnica de recolección de datos como el focus. Según su experiencia, la interacción entre hombres y mujeres de la tercera edad se hace difícil. Puesto que las integrantes del género femenino tienden a ser más extrovertidas, produciendo así una retracción de los hombres.

Entrevista en profundidad como segunda técnica de recolección

Como una manera de profundizar la información recogida en los grupos focales, haremos entrevistas en profundidad a quienes, según lo observado, nos parezcan que nos pueden entregar más datos relevantes de su relación con la televisión.

“En la entrevista, el investigador busca encontrar lo que es importante y significativo en la mente de los informantes, sus significados, perspectivas e interpretaciones, el modo en que ellos ven, clasifican y experimentan su propio mundo”

.

De esta forma, la entrevista en profundidad se torna fundamental, sobre todo, porque puede que en los grupos focales, algunos adultos mayores no nos oigan bien o sean poco participativos, lo cual quedaría solucionado profundizando sus opiniones en forma personal.

Por lo explicado anteriormente, el número de entrevistas dependerá de la riqueza de la información acumulada.

Finalmente, decidimos realizar cuatro entrevistas. Escogimos a un integrante de cada grupo, es decir, a una mujer y a un hombre del Hogar, como también a un hombre y mujer de casa particular. En este sentido, la selección de quienes participaron en la segunda técnica tuvo relación con quienes pensamos que podrían aportarnos más datos para nuestro trabajo.

Por otra parte, la entrevista a realizar será individual y no estructurada

,sobre todo, por las características que esta modalidad ofrece. En ésta se obtienen, generalmente, respuestas emocionales; aquí se formulan preguntas de acuerdo a las áreas de interés, pero sin un esquema fijo. Además, se puede alterar con frecuencia el orden y forma de las preguntas, añadiendo nuevas si es preciso. Junto a esto, se puede explicar cuando la pregunta no quede claro, estableciendo así una relación equilibrada entre familiaridad y profesionalidad, entre otras cosas.

Pauta de preguntas de ambas técnicas

En relación con desarrollo de la técnica de los grupos focales, las categorías de análisis que se van a utilizar para recolectar los datos, son:

Tema 1: Percepción del concepto de tercera edad en Chile.

¿Qué significa para ustedes ser parte de la tercera edad?

¿Creen que en Chile ustedes tienen oportunidades?

¿Con qué obstáculos se han encontrado durante estos últimos años?

¿Sienten que tienen beneficios por pertenecer a la tercera edad?

¿Cómo creen que los ve la gente a ustedes?

¿Le encuentran razón a las opiniones que tiene la gente sobre ustedes?

Tema 2: Televisión

-Consumo de televisión (horas de exposición y con quién la ven)

¿Cuándo ve tele?

¿Con quién ve tele?

¿Quién maneja la tele? ¿Quién decide qué programa se ve?

- Programación televisiva

¿Cuáles son sus programas favoritos? ¿Por qué? Horario, comerciales, conductor, lenguaje, duración del programa, sección, nivel de comprensión, ritmo del programa.

¿Qué conductores o personajes ustedes admiran?

- Usos que hacen del medio

¿Para qué ven televisión?

Tema 3:

- Imagen que se proyecta de la tercera edad en televisión.

¿Salen adultos mayores en la televisión?

¿Cómo son los que salen?

¿Ellos se parecen a ustedes? Identificación

- Percepción de los temas que aborda la TV

¿De qué tema se habla más en la TV?

¿Hablan de temas importantes para ustedes?

- Valoraciones positivas y negativas frente a la TV.

Ligándolo a lo anterior, ¿qué no les gusta de la televisión?

¿Qué le cambiaría?

¿Qué le falta a la TV?

Imagine un programa ideal.

Los pasos a seguir en la realización del focus group son:

- 1.- Presentación de la moderadora y la secretaria e introducción al grupo de discusión.
- 2.- Desarrollo de la pauta de preguntas elaborada.
- 3.- Entrega de algún presente por su participación.

Para la entrevista en profundidad utilizaremos el siguiente cuestionario:

Tema 1: Que nos cuente de su vida en términos generales, pero sobre todo, cuáles fueron los cambios más importantes que se produjeron al jubilar y/o al entrar en la tercera edad.

Tema 2: La televisión.

¿Cómo encuentra que es la televisión hoy en día?

¿En qué se diferencia a la que veía hace veinte o treinta años?

¿Qué extraña de esa televisión y qué valora actualmente?

¿Con qué se siente más identificado de todo lo que se muestra en la TV?

¿Ve películas o seriales?

¿Cuáles son los programas que más ve?

¿Qué le gusta o disgusta de aquellos programas?

¿Por qué lo ve?

¿Está de acuerdo con los invitados, el lenguaje utilizado, el horario y los conductores del programa mencionado?

¿Qué es lo que más le molesta de la programación televisiva?

Tema 3: Demandas y críticas.

Una noticia que aparece en la TV: ¿es siempre verdadera?, ¿por qué?

¿Qué entiende por programa cultural y qué características debiera tener éste?

Piense en su programa ideal...

Tema 4: Seguimiento (en las visitas previas y post entrevistas en profundidad)

¿Qué hizo ayer? (para saber su rutina diaria)

Dieta Medial. ¿Cuántas horas ve televisión, escucha radio o lee la prensa escrita?

Capítulo III.- ANÁLISIS DE DATOS

El análisis de los cuatro grupos focales y entrevistas en profundidad realizados está hecho a partir de dos base de datos elaboradas (una para cada técnica). Éstas se encuentran en anexos y poseen las categorías de análisis, junto con sus definiciones y frases dichas por nuestros entrevistados. Por ello, en esta parte sólo hemos vuelto a poner algunas definiciones. Las demás pueden ser revisadas en el anexo.

En esta parte, hemos resumido los datos obtenidos en ambas técnicas, de manera separada. La generalización y las conclusiones vienen en los siguientes capítulos.

III.I.- Análisis focus group

Tal como señalamos en nuestro marco teórico, el grupo de la tercera edad no es homogéneo. En nuestro diseño metodológico optamos por observar las diferencias que se podrían producir por género y tipo de vivienda. Y tras la investigación nos hemos encontrado con que la visión que tienen de la etapa de la vida en que se encuentran es muy

distinta según estas variables. Situación que influye en la manera de usar y valorar la televisión abierta.

1.- Percepción y Autopercepción de La Tercera Edad.

Entenderemos por percepción de la tercera edad, la disposición, accionar y mirada que los adultos mayores perciben de parte de la sociedad en general con respecto a ellos, lo cual los lleva a sentirse valorados o no. La autopercepción, en cambio, la hemos definido como la forma en que una persona se conoce y define a sí misma.

Aunque en general notamos que las personas investigadas tienen una visión más bien negativa de la tercera edad, vemos que el nivel de frustración es muy distinto entre un grupo y otro.

1.1.- Según diferencia de género

En primer lugar, observamos que los hombres son más negativos que las mujeres. Esto es respaldado por la antropóloga Daniela Hunneus, quien concluyó –a partir de una investigación sobre tercera edad- que a los hombres le afecta mucho más el dejar de trabajar y quedar desocupados que a las mujeres. Esto, porque ellas tienen una doble jornada laboral (una dentro del hogar y otra afuera), y al jubilar siguen cumpliendo su labor de dueña de casa (en el caso del hogar de ancianos hacen trabajos manuales). A diferencia de los hombres, los que muchos se quedan sin el rol de proveedor de sus familias, tras jubilar. Éste es uno de los papeles fundamentales atribuido, la mayoría de las veces, al género masculino. Así, el sentirse discriminados laboralmente es una de las situaciones que más daña su autoestima.

- Eduardo (hombre casa): no hay respeto por la gente de la tercera edad, creen que no podemos trabajar.

- René (hombre hogar): ...ya se termina la vida de uno, no es eterno.

Por otra parte, para la mujer resulta muy importante el sentirse queridas y valoradas dentro del ámbito familiar, ya que es en este entorno donde han cumplido el rol fundamental que la sociedad les ha dispuesto históricamente: madre, esposa y dueña de casa.

- María Ester (mujer casa): Ya no somos las abuelitas tontitas. Ya no somos las abuelitas que estamos arrinconaditas tejiendo.
- Zunilda: (mujer hogar) Me siento muy bien... tengo una familia formada, tengo mis nietos y mis hijas, todos, todos estamos bien.

1.2.- Según diferencia de vivienda

En segundo lugar, pudimos ver que el tipo de vida que se da por la diferencia del lugar donde habitan (hogar de ancianos o casa particular) los hace tener opiniones disímiles sobre la realidad del adulto mayor. Por ejemplo, las personas que viven en el hogar no tienen proyectos a futuro, viven el día a día y se sienten muy cercanos a la muerte. Asimismo, dicen que deben acortar el día. Junto a esto, por el hecho de vivir en un hogar de ancianos, en el que deben asumir un horario establecido y donde no siempre se les permite salir libremente, les dificulta la posibilidad de participar en actividades foráneas al establecimiento donde viven.

- Olga (mujer hogar): el adulto mayor que está en este lugar no tiene acceso. Otras personas sí lo tienen, las que pueden salir de sus casas y pueden llegar a la hora que crean conveniente.

Opinan que están abandonados por las políticas públicas y que no tienen oportunidades. Esta mirada negativa de su vida la proyectan a todos los adultos mayores, no diferenciando la existencia de otras realidades de adultos mayores diferente a la suya dentro de Chile.

- Sergio (hombre hogar): “Nosotros estamos literalmente esperando que llegue la carroza, esa es la verdad. Uno piensa que puede hacer algo para el futuro y no se cuenta con cooperaciones, con nada, ni con las autoridades políticas y menos las de aquí.”
- Olga (mujer hogar): “Para mi eso es una cosa de cada día no más, yo digo que uno está viviendo el día, un día más que se nos ha regalado...”

Al mismo tiempo, les influye el abandono familiar y tienen un sentimiento de que son carga

para los otros.

- Humberto (hombre hogar) “ya la familia prácticamente a uno lo tiene aquí desahuciado. Lo que pasa que cualquier tipo de gastos o costos que uno represente para la familia es duro, duro de llevar”.

Por su parte, los que viven en casas particulares se proyectan a futuro y no sienten que su vida se ha acabado. Valoran las oportunidades que se les brinda por ser parte de la tercera edad y piensan que ahora existe una mejor visión de la sociedad hacia ellos.

- Luis: (hombre casa): “Yo no me considero bajo ningún punto terminado”.

- Eduardo (66 años, hombre casa): yo entré a este curso (gimnasia) (...)estoy como más despierto, más alegre. (...) Entonces yo creo que es positivo, actualmente es positivo ser adulto mayor. (...) Por suerte nosotros estamos en esta comuna, donde hace muchísimo tiempo las autoridades se dieron cuenta de que existíamos.

- María Ester (mujer casa): Ahora se ha tomado conciencia con la tercera edad, ya no estamos tan discriminados como era antes.

Para los de la casa, las enfermedades no son un tema que les interese mayormente. De hecho, mientras los entrevistamos, prácticamente no nos hablaron de problemas de salud. Tienen conciencia de que ellos viven esta etapa de sus vidas de manera óptima. Mientras que, para el grupo de los que viven en el Hogar, su deterioro físico es la esencia de su autopercepción negativa. De hecho, dentro de sus peticiones está el contar con un equipo de profesionales especializados en el bienestar psíquico y físico de la tercera edad.

- Humberto (hombre hogar): A mí tampoco me gusta porque a medida que uno va cumpliendo edades y va llegando a una cierta etapa de la vida se le van juntando achaques, enfermedades, por lo tanto, uno empieza a vivir otra realidad.(...).Por qué, por último no nos ponen un especialista, o que sé yo, un kinesiólogo, una persona que nos ayude a ser más útiles..

El grupo de los hombres del Hogar es el más negativo de todos. Están disconformes con su edad, sienten que tienen problemas y que no se les otorgan espacios para ser útiles. Lamentan ya no ser atractivos para las mujeres y comentan tener la necesidad de recibir cariño y afecto.

- Sergio (hombre hogar): sencillamente no tenemos nada que hacer, sencillamente ver lo que uno ha hecho en el pasado, y tratar de hacer algo útil para el futuro.
- Sergio (hombre hogar): Que compartieran más la vida con nosotros, que nos inviten más a compartir con los nietos

El otro extremo de esta realidad es el que recalcan las mujeres que viven en casas particulares, las que tienen una visión bastante más positiva de sus vidas. Consideran que tienen derechos, que están integradas a la sociedad y se sienten respetadas.

- Francisca (mujer casa): Tenemos bastantes oportunidades los adultos mayores. Más que ninguna comuna (...) hay hartas cosas para aprender. (...) Nos han integrado.

2. Consumo De Televisión

2.1 Horario y duración de programas

Con respecto al consumo de televisión, vemos que se exponen gran cantidad de horas a este medio. En la mañana (6:30 a 12:00), ven todos los grupos menos los hombres del Hogar. Sin embargo, en la tarde (12:00 a 20:00) y en la noche (20:00 a hora de cierre) son los horarios más utilizados para ver televisión, por parte de todos los grupos estudiados.

- Olga (mujer hogar): “En la mañana,... después de almuerzo ... y en la noche”.
- Jorge (hombre casa): “Yo veo todos los días, en la mañana y en el día. Me amezco con la tele”.
- Juana y Aurelia (mujeres hogar): “Después de almuerzo”.
- Luis (hombre casa): “Si hay un programa que a mi me interese, puedo estar hasta la una o dos de la mañana”.

2.2 Temas

En cuanto a la programación televisiva y los temas tratados en el medio, se puede observar un rechazo general por los contenidos que abordan temáticas que para ellos resultan negativas.

- Francisca (mujer casa) “Noticias no mucho, muy negativo todo”.
- Humberto (hombre hogar): “Pero, sabes que a mi no me gusta ver el drama de otras personas, de otros adultos, porque es el de uno, ya al ser el de uno no me gusta, esa es mi opinión”.

Así también, valoran que la televisión transmita mensajes positivos, la presencia del humor y la exhibición de imágenes tiernas.

- Zunilda (mujer hogar): “A mi me gustan las cosas entretenidas y eso es lo que me gusta a mí, las cosas agradables”.

Los hombres del Hogar rechazan los contenidos que aluden a la sexualidad en algunos programas de televisión. Manifiestan una preocupación por el horario en que éstos son exhibidos, fundamentalmente, por la facilidad de que estas escenas sean vistas por menores de edad.

- Sergio (hombre hogar): “En Chilevisión a pleno día se dan programas netamente sexuales, de erotismo a las tres de la tarde y cualquier día, y eso es totalmente contra productivo”.

2.3 Géneros y programas

Dentro de los géneros más vistos se destaca el género periodístico. De éste, los programas que más ven son los reportajes y reportajes de actualidad, al igual que los noticiarios.

- Olga (mujer hogar): “Me gusta también escuchar las noticias y saber, saber lo que pasa a

fuera de esta casa”.

- Hugo (hombre hogar): “Al sur del mundo, al fin del mundo, son instructivos porque nos hacen conocer el país”.
- Raúl (hombre casa): (Contacto) “es muy bueno, porque ahonda en las cosas que están ocurriendo”

El otro género más visto corresponde al de entretenimiento; aquí los programas preferidos son los misceláneos y los de conversación y entrevistas. Los más nombrados son: “Viva el lunes”. “De Pé A Pá”, “Maravilloso”, “El Triciclo”, “Corazón Partío”, “Sábados Gigantes” y “Venga Conmigo”.

Las teleseries (nacionales y extranjeras) son vistas por las mujeres, mientras que para los hombres existe un rechazo a este espacio televisivo.

- Olga (mujer hogar) (ve las teleseries) “del trece y después la serial del Brasil y nada más”.
- Morelia (mujer casa): “En la tarde una comedia”.
- Humberto (hombre hogar): “Yo hace tiempo que no veo teleseries, pero hay algunas que no se justifican como las mexicanas, venezolanas, son un bodrio ¡ un bodrio!”.

Dentro del género infantil nombran El Profesor Rossa y El Chavo del Ocho. Estos son utilizados, según nuestros entrevistados, como programas que les enseñan, entretienen y también los hacen reír.

- Ester (mujer casa): “El programa del Profesor Rossa, me gusta mucho. El Guru Guru (...) Me gustan las cosas con más inocencia”.

Las películas y seriales no son nombradas mayormente. Sólo ven las de Cantinflas u otras de la época en que ellos eran más jóvenes. Y con respecto a las seriales, sólo una persona (hombre casa) nombra a Los Venegas.

El deporte es otra área programática que les llama la atención a todos. Por otra parte, les gusta ver folclore y música chilena.

- Hugo (hombre hogar): “Mire a mi gustan por lo alegre, los programas en que cantan, lo mejores son los del folclore chileno”.

Un área que se repite con frecuencia en las respuestas, es el gusto y el deseo de ver programas “culturales”. Dentro de éstos, están encasillados muchos de los espacios antes nombrados, por lo tanto, hemos entendido por cultural un programa que les aporte conocimiento nuevo. Definición que nos dan ellos mismos.

- Humberto (hombre hogar): “Esos programas culturizados, por ejemplo que dan el domingo en la tarde en televisión Nacional, esos de... la naturaleza no sé cuanto... uh, son fantásticos”.

Los espacios que son de menor preferencia corresponden a los géneros de “entretención-concursos” y “reality show”.

Respecto a los programas que no les gustan, estos se relacionan a las temáticas tratadas en ellos. Por lo tanto, corresponden principalmente a aquellos que tocan temas que para ellos resultan negativos.

2.4 Conductores

Existe una concordancia entre los programas que más les gustan, con su preferencia por los conductores de éstos. Si bien nombran conductores entre los 18 y 24 años, lo que más demandan son animadores adultos de edad media, es decir entre los 30 y 45 años, aproximadamente.

De éstos los más señalados son: Cecilia Bolocco, Kike Morandé, Alvaro Salas, Don Francisco, César Antonio Santis, entre otros. Ellos destacan, principalmente, la correcta forma de hablar, la apariencia física, su nivel de cultura, la empatía, la seriedad, entre otras.

- Ester (mujer casa): (respecto a Cecilia Bolocco) “me gusta como habla... la encuentro una mujer muy inteligente, muy capaz. Me gusta la gente empeñosa, que sabe lo que quiere”.

- Humberto (hombre hogar): “ella es tan suelta, tan ágil para hablar (...) los chistes, con su

oportunismo”.

2.5-. Manera de ver TV

La forma de exponerse frente al medio no es siempre la misma y presenta variaciones, de acuerdo a distintos factores externos, como por ejemplo si su exposición es solo, si el tema es de gran interés, o si va a realizar otras actividades al mismo tiempo.

Aquí no se encontró una generalización determinada, pero algunos ejemplos son:

- Zunilida (mujer hogar): “Claro, claro y a mí me gusta estar tranquila viendo la tele, solamente poniendo atención a la tele”.
- Olga (mujer hogar): “Siempre estoy tejiendo, o estoy escribiendo, o estoy haciendo otra cosa mientras la tele está prendida. Yo un poco miro y un poco veo lo que estoy haciendo”.

3-. Usos de la televisión

Se determinaron varios usos que los hombres y las mujeres de la tercera edad hacen de la televisión abierta.

3.1 Comentar: Utilizar la Tv, para tener temáticas de conversación y sentirse parte de la contingencia

Este uso aparece como esencial para los hombres que viven en el Hogar de ancianos. Debido a unos cambios en la estructura de la residencia, ya no tienen un espacio para ver juntos TV., lo cual disminuyó el interés por exponerse al medio.

- Sergio (hombre hogar): “Incluso ha habido cambios en la estructura del hogar que nos han hecho perder las posibilidades, antes teníamos en el tercer piso un hall grande, con mesas, donde había un televisor, donde además practicábamos juegos y mirábamos tv, (...) Yo perdí el entusiasmo de compartir, de contarnos chistes, de comentar los programas que estábamos viendo”.

La necesidad de comentar un programa de TV, no es tan relevante en los demás grupos, sin embargo algunos señalan que les gusta comentar.

- Zunilda (mujer hogar): “Sí, de repente comentamos (refiriéndose a la señora Olga) lo que está bueno o lo que está malo, si nos agradó, si no nos agradó(...)”

3.2.- Entretención: Utilizar la tv, para divertirse o distraerse.

Este uso se presenta en todos los grupos entrevistados, y el usar la TV para entretenerse, se vincula con la preferencia por exponerse a programas alegres en los que cuentan chistes, etc. Esto se evidencia no sólo por las respuestas en que lo reconocen, si no porque además los programas que ellos más ven corresponden a este género.

- Luis (hombre casa): (con respecto a para qué ve Tv): “para entretenerse, si es que hay tiempo”.

Para los hombres y mujeres que viven en el Hogar de ancianos, la necesidad de entretención es mayor que en el otro grupo con que se trabajó. Por lo tanto, la entretención se vincula con otros usos, como por ejemplo el acortar el día, reírse, etc.

- Aurelia (mujer hogar): “Para entretenernos y como bien han dicho, desahogarse bien, ver lo que están dando y para ver lo que pasa en otras partes (...) para acortar el día también, pero más para saber como tratan a los niños”.

- Humberto (hombre hogar): “por ejemplo, el Viva el Lunes, hay parejas jóvenes, y uno se suelta mucho con los chistes y todas esas cosas que cuentan, el Salas, me gustan me entretiene”.

3.3.- Compañía: Utilizar la TV, para no sentirse solo(a)

Las mujeres, tanto las que viven en casa como en el Hogar, usan la TV como una forma de acompañarse ya que, la mayoría de las veces, mantienen encendida la televisión mientras realizan otras labores.

- Ester (mujer casa): “Si veo la tele, veo h tele. (...)Yo veo tele sola, porque vivo sola. Cuando viene alguien a la casa, entonces prefiero conversar o caminar, tocar guitarra. No nos vamos a poner a ver televisión”.

- Olga (mujer hogar): “Siempre estoy tejiendo, o estoy escribiendo, o estoy haciendo otra cosa mientras la tele está prendida. Yo un poco miro y un poco veo lo que estoy haciendo”.

3.4-. Informarse: Utilizar la TV, para estar al tanto de los diversos sucesos de actualidad tanto nacional como internacional.

Este uso también se presenta en todos los grupos con los que se trabajó. Ellos afirman que se exponen constantemente a los noticiarios televisivos. Dicen que este uso se da por una necesidad de seguir aprendiendo y de estar vigentes.

- Eduardo (hombre casa): “en el caso mío, como primera cosa es para instruirme, porque de repente uno sale a otra parte y le dicen tal noticia y uno no tiene idea, entonces queda fuera”.

Los hombres y mujeres que viven en el Hogar de ancianos, al usar la TV para informarse, hacen una mediación entre su realidad inmediata y lo que ocurre en el país y en el resto del mundo.

- Sergio (hombre hogar): “Entretención, y medio cultural y manteniéndonos al día de lo que pasa, porque nosotros prácticamente estamos encerrados entonces nos sirve para saber qué pasa con el mundo”.

3.5-. Reírse y levantar el ánimo: Utilizar la televisión como un modo de alegrar su vida para evadir las problemáticas que viven.

Este uso es exclusivo de los hombres y mujeres que viven en el Hogar de ancianos. Esta directamente relacionado con el bajo estado de ánimo en que se encuentran y del cual manifiestan querer salir.

- Sergio (hombre hogar): “reviven el espíritu, levantan el ánimo, la moral”.

3.6-. Punto de reunión: Utilizar la TV como un medio que logra aunar personas a su alrededor, aunque sea sin el especial interés por el contenido de su programación.

Las mujeres de casa y los hombres de Hogar usan la TV como un punto de reunión.

Las primeras aprovechan ésta, para estar con sus familiares, mientras que los hombres de Hogar lo hacen con los otros adultos mayores que habitan en la residencia.

- Francisca (mujer casa): “Prefiero ver con ella (hija), tengo que aprovechar los ratos que estoy con ella”.

3.7.- Conocer otras realidades: Utilizar la TV para tener una visión de lo que pasa fuera del Hogar de ancianos.

Los adultos mayores que viven en el Hogar de ancianos, ven la TV como una de las pocas instancias que les permite ver lo que ocurre en otro lugar. El usar de esta manera al medio, les ayuda a sentirse menos aislados y solos.

- Sergio (hombre hogar): “claro, también nos ponen al día de las cosas que están pasando allá afuera, que sé yo, tal vez es la sensación de que nos informan de cómo e está desarrollando el progreso, los diversos problemas nuevos que se están presentando en el mundo”.

3.7.- Aprender: Utilizar la TV para adquirir conocimientos y así mantenerse vigentes, sentirse útiles y tener tema de conversación.

Este uso se manifiesta en las mujeres y los hombres del Hogar. Está ligado con la autopercepción de querer sentirse útiles y ser valorados por esto.

- Sergio (hombre hogar): “Entretención, y medio cultural y manteniéndonos al día de lo que pasa, porque nosotros prácticamente estamos encerrados entonces nos sirve para saber qué pasa con el mundo”.

3.9.- Acortar el día: Utilizar la TV para sentir que las horas del día pasan más rápido, ya que en el Hogar no tienen muchas actividades.

El Hogar de ancianos no les brinda a sus habitantes buenas posibilidades de recreación y de esparcimiento, por lo que la TV les ayuda a sentir que el tiempo pasa más rápido.

- Juana (mujer hogar): “Porque uno está al tanto de lo que está pasando y es bueno. El tiempo y todas esas cosas (...) Sí, por acortar el tiempo, también se acorta mucho”

4.- Valoración de la televisión

En general, la opinión de los grupos entrevistados presenta una valorización más bien positiva respecto a la televisión abierta. En este sentido, los valores que les atribuyen tienen directa relación con la utilidad que el medio les puede prestar.

Los hombres que viven en el Hogar de ancianos encuentran buena a la televisión por la posibilidad que les brinda de aprender y de adquirir nuevos conocimientos.

- René (hombre hogar): “la televisión es muy buena en el aspecto que uno aprende más oyendo y viendo la televisión, que todo lo que aprende en los estudios”.

La rapidez en la entrega de la información, es otro de los puntos que destacan con respecto al medio.

- Luis (hombre hogar): “lo extraordinario de la televisión es que tiran las noticias así (hace chasquear los dedos), al tiro, la inmediatez y esa es una razón para conseguir la información por medio de la televisión”.

Por otra parte, existen distintas percepciones respecto a la capacidad de la televisión de prestar ayuda solidaria, vale decir impulsar campañas sociales.

- Olga (mujer hogar):” Sí, porque como hicieron la campaña en el siete de las mediaguas la cumplieron con creces, se pasaron de las 2.000 mediaguas que ellos iban a juntar. Eso fue una buena campaña. También las campañas que hace Don Francisco con eso de la Teletón. Aunque yo no la veo, la he visto muchas veces y es un gran aporte para las personas que sufren por no tener donde vivir bien, por no tener el pan necesario y todo eso”.

- Zunilda (mujer hogar): “No, es casi poco lo que ayuda (...) Por eso le digo que la tele es

poco lo que coopera”.

Lo negativo que ellos ven en este medio de comunicación es la falta de profundidad al abordar determinadas temáticas.

- Ester (mujer casa): “Hay mucha superficialidad. Sí. Llevan a gente a unos programas y de repente son tan malos”.

Esta idea de superficialidad está vinculada con la carencia, que los grupos determinan, de cierto tipo de temas que se aborden la programación. Además se liga con valorar a la TV por cable superior a la abierta, principalmente porque esta última depende de la programación extranjera.

- Francisca (mujer casa): “encuentro que hay poco para los niños. Y en cuanto a salud también porque uno ve por el cable en la Televisión Española hay unos excelentes programas”.

- Sergio (hombre hogar): “encuentro que la TV hace muy poco por la geografía de Chile, por la cultura de Chile, donde se enseñe eso, también la música chilena.... Todo el tiempo estamos dependiendo de programas extranjeros, en vez de hacer los propios”.

4.1 Capacidad crítica

Por otra parte y con respecto a la capacidad crítica que los adultos mayores entrevistados tienen en torno al medio se puede desprender lo siguiente. Sólo el grupo de las mujeres casa tienen noción de la construcción social de realidad, sin embargo ellas, y el resto, no son capaces de llevar a cabo críticas profundas a la programación televisiva.

- M^o Ester (mujer casa): (spot Fundación Las Rosas) “Yo no sé si es la realidad, pero ahí se ve que están todos bien cuidaditos, en sus sillitas bien empolvaditas(...)No sé más adentro cómo será, porque como uno no van no sabe cómo está el más allá o si eso es para la presentación no más, como se hace en muchos casos”.

- M^oEster (mujer casa): “A ver, qué podría ser? Es que como me gustan todos (programas y conductores)”.
- René (hombre casa): “porque no sólo la tele hay que hacerla así, hay que sacar el fondo de las cosas que dicen”.

4.2 Lenguaje y comprensión

En cuanto a las críticas que realizan, el mal vocabulario empleado por determinados conductores de TV es un punto que aparece de manera recurrente. Quienes viven en sus casas argumentan que la mala modulación de quienes aparecen en el medio es bastante común.

- Raúl (83 años, hombre casa): “modulan muy mal, (...), no van vocalizando. Hay gente que, por lo general, no alcanzo a entender, porque es un murmullo lo que hablan”.
- Ester (mujer casa): “está bien malo el vocabulario en la televisión. Hablan muy mal, según ellos para ser más actuales, más choros. (...)Hay que modular bien, hay que hablar bien para estar en la tele. Pienso yo. Se ha perdido mucho eso”.

Sin embargo, los hombres que viven en el Hogar de ancianos consideran que tienen un buen nivel de comprensión de los mensajes que la televisión entrega.

- Hugo (hombre hogar): “sí, yo los entiendo muy bien”.

5. Aparición del adulto mayor en la televisión

La aparición de otros adultos mayores en la televisión a su juicio es más bien escasa; dicen, en general, que aparecen más en comerciales. Reconocen que salen en teleseries, pero que casi nunca son protagonistas y sienten que no son bien representados en relación con lo que ellos piensan que es el adulto mayor. Respecto al resto de los espacios televisivos consideran que es casi nula la aparición.

- Raúl (hombre casa): “por lo general nunca salen como protagonistas, o sea de invitados o

que tengan un programa”.

- Jorge (hombre casa): “Yo he visto a algunos viejos en las noticias, pero poquito”.
- Sergio (hombre hogar): “el adulto mayor está botado dentro de las películas y en el cine”.

Personas como Julio Martínez, Sergio Livingstone y Raúl Matas son reconocidos por la mayoría de los entrevistados, como adultos mayores presentes en la programación de la televisión. Sin embargo, se manifiesta el deseo de que más personas de la tercera edad aparezcan, sobre todo por el nivel de identificación con rostros que para ellos son familiares.

- María Ester (mujer casa): (Respecto de si les gustaría que aparecieran más A. Mayores) “Sí lógico, porque tienen la misma capacidad y por qué no darles la oportunidad igual que a los jóvenes. ¿O es que tienen que ser estiraditos con la cara lustrosa?”.
- Juana (mujer hogar): “Claro, de verlas porque uno dice tal persona, y cuando era chiquita la veía”.

Respecto a los temas abordados, en los espacios en que se muestran a los adultos mayores, los hombres además de rechazar la imagen que se está proyectando de este grupo etéreo, consideran que los contenidos deberían ser más positivos.

- Eduardo (hombre casa): “en las mismas teleseries, en la televisión y en las películas dicen: son como niños. Entonces piensan que los adultos mayores son lo mismo que un niño pequeño”.
- Humberto (hombre hogar): “Pero, sabes que, a mi no me gusta ver el drama de otras personas, de otros adultos, porque es el de uno, ya l ser el de uno no me gusta, esa es mi opinión”.
- Sergio (hombre hogar): (respecto a programas en las que se muestran Adultos mayores con éxito) “y eso a uno le dan ganas de vivir, y de sentirse útil para los demás, para estar satisfechos, porque se está haciendo algo bueno”.

6. Programa Ideal

Otra de las características que nos parece fundamental mencionar, es aquella que estos grupos reconocen como imprescindibles en su programa ideal. Si bien, en la mayoría de los casos extendieron algunos programas ya existentes como “El Mirador”, “Patiperros” y “Profesor Rossa”, las temáticas que abordarían más bien son diversas, entre las cuales se encuentran las relacionadas con la cultura, espectáculo, el folclore y la tercera edad.

Cuando hablan de cultura se refieren a que enseñan o que les permite acceder a alguna actividad a la que no pueden asistir.

- Luis (69 años, hombre casa): “debieran transmitir los programas del Teatro Municipal”.

El interés por el folclore viene por parte de las mujeres que viven en casa.

- Ester (mujer casa): “Me gustaría que hubiera en la televisión un programa como el Chilenazo, por ejemplo que fue tan bueno. A lo mejor un programa de ballet que también es bonito”.

- Morelia (mujer casa): “Me gustaría que dieran música chilena, cueca chilena”.

Cuando solicitan programas para la tercera edad, se da una especial diferencia entre las opiniones de los que viven en el Hogar y los que habitan en casa. Los primeros creen que debería ser un programa donde el mensaje fuera de advertencia de los que les va a tocar a los jóvenes cuando lleguen a ser adultos mayores. O bien, que sea dirigido a los niños para que traten bien a los ancianos.

- Humberto (hombre hogar): “sería una buena oportunidad de advertirles lo que les espera, pero según todos los cálculos a nadie le sirve la experiencia del otro. Mire si uno les dice capacítense, ahorre, junten plata porque la vejez es dura”.

- Juana (mujer hogar): “tal vez, que se hablara del adulto mayor.... (temas) para que los niños chicos aprendan que al adulto mayor hay que respetarlo y quererlo y no tratarlo mal, porque yo he visto como se ha tratado a algunos adultos mayores.... z alguno lo va a hacer, pero la mayoría prefiere carretear”.

En el caso de la gente de casa particular, sólo una mujer pide programas para la tercera edad. Le gustaría que les enseñaran a hacer trabajos manuales.

- M^o Ester (mujer casa): “Que haya una persona de la tercera edad, que enseñe, que conduzca. Que enseñe a tejer, cosas que uno las pueda hacer, qué puede comer uno. Más culturales(...) que nos interese a nosotros. Que uno diga: “va a empezar el programa, ya vamos”. Que nos enseñen cosas. (...)Podrían enseñar jardinería”.

En relación con el horario, es preferida la tarde, pues se encuentran más desocupados y pueden disfrutar más tranquilos del programa. Sólo dos personas de casa prefieren el horario nocturno. Mientras tanto, nadie escogió ver en la mañana.

- María Ester (mujer casa): “Programas culturales y en la tarde. No tarde, tipo tres, cuatro, cinco. Donde ya todos hayamos hecho nuestras cosas en las casas y nos podamos sentar a mirar eso. A disfrutar lo de la cultura”.

Respecto a los conductores, no se marcó una tendencia específica. Fueron nombrados Patricio Bañados, el “Profesor Rossa” y José Alfredo Fuentes. Una mujer de Hogar y otra de casa dicen preferir conductores de la tercera edad. Los demás señalan que les gustaría que fueran adultos de más de 40 años.

- M^oEster (mujer casa): “Que haya una persona de la tercera edad, que enseñe, que conduzca. Que enseñe a tejer, cosas que uno las pueda hacer, qué puede comer uno. Más culturales(...) que nos interese a nosotros. Que uno diga: “va a empezar el programa, ya vamos”. Que nos enseñen cosas. (...) Podrían enseñar jardinería”.

- Zunilda (mujer hogar) (respecto a los conductores): “Cualquiera que lo haga bien. Porque a veces uno dice a mí me encanta ese comentarista y después uno dice ese no lo hizo tan bien. Este otro lo hizo mejor y yo no creía que lo iba a hacer tan bien...Personas que estuvieran entre los 40 y 55 años. Ni mayores ni menores”.

De los invitados a los programas, les gusta que aparezcan de todas las edad, pero no especifican un perfil de personalidad.

- Zunilda (mujer hogar): (respecto a los invitados) “De distintas edades”.

De la duración, sólo dos mujeres de Hogar se pronunciaron diciendo que les gustaría que fueran de alrededor de una hora.

- Zunilda (mujer hogar): “Un programa entretenido que hable de cultura y de todo. Que durara a lo menos una hora y que hable de cultura y de todo, de todo lo bueno”.

III.II-. Análisis de las entrevistas en profundidad

Se escogió a una persona de cada uno de los focus group realizados, para ahondar en los contenidos y descubrir nuevos datos a los ya recolectados en la primera herramienta. Al igual que en el análisis del focus group, aquí se incluyen sólo algunas definiciones, ya que el resto de la información se encuentra en el cuadro de base de datos, incluido en los anexos.

En las cuatro entrevistas en profundidad realizadas no se abordó el tema de la percepción y autopercepción de la tercera edad, sino que el énfasis estuvo puesto en el consumo, uso y valoración de la televisión abierta. Sin embargo, los puntos 1 y 2 (que se detallan a continuación) fueron investigados con el propósito de poder interpretar de qué manera lo que hacen a diario y su vida tras jubilar, determina la exposición y valoración que tienen de la televisión abierta.

1.- Cambio de rutina al entrar en la tercera edad

Al momento de jubilar, se presenta un aumento considerable del tiempo libre, lo cual cambia la forma de organizar su rutina.

Tanto el hombre como la mujer que viven en casa particular realizan más actividades de ocio por tener más tiempo libre que cuando no eran de la tercera edad. En particular el hombre se expone durante más horas a la televisión.

- Jorge (hombre casa) “Antes veía más que nada los noticieros de la noche y una que otra

película. En cambio ahora, veo las noticias de la mañana, el almuerzo y la noche. Veo un poco el matinal”.

- Ester (mujer casa): “He hecho cursos. Hacer lo que no podía hacer antes. Porque antes no podía salir a vitrinear, a mirar, a conversar con alguien. Era trabajo- casa, trabajo-casa y nada más. Ahora puedo hacer otras cosas”.

2.- Actividades cotidianas

Se refiere al conjunto de operaciones o tareas propias de la persona, que realiza durante el día, y o actividades de ocio, distracción o desarrollo personal.

Los adultos mayores que viven en casa particular utilizan su tiempo libre en actividades de recreación organizadas por la municipalidad, o bien pagan cursos particulares. Además realizan labores domésticas y comparten con sus parientes.

En el caso de la mujer prefiere realizar diversas actividades en vez de ver televisión. En cambio dentro de la rutina diaria del hombre se incluyen dos programas de TV.

- Jorge (hombre casa) “Lunes miércoles y viernes voy a gimnasia. Las reuniones en la Iglesia son los lunes martes y viernes. Soy presidente de mi junta de vecinos. Nos juntamos los jueves y sábados. Yo tengo harta actividad, por eso me entretengo harto”.

Por otra parte, los adultos mayores que viven en el Hogar de Ancianos no realizan ningún tipo de actividades recreativas organizadas, tanto dentro como fuera del establecimiento. Tampoco tienen ningún tipo de obligación en lo que se refiere a labores domésticas.

El tiempo libre, en el caso de la mujer, lo reparte dentro del hogar en ver televisión, leer, escribir y tejer. Cuando sale de la residencia, generalmente lo hace para comprar o ir de visita donde sus parientes.

El hombre que vive en el Hogar de Ancianos, además de ver televisión le gusta organizar diversas actividades dentro de éste; tales como campeonatos de dominó, clubes, etcétera. Sale de la residencia sólo para comprar remedios o para visitar a su primo.

3.- Dieta medial

Este punto hace referencia a los medios de comunicación a los cuales se exponen a parte de la TV.

3.1.- Radio

Las mujeres entrevistadas declaran utilizar la radio sólo para escuchar música, mientras que el hombre que vive en casa particular la prefiere para informarse.

-Ester (mujer casa) “ Me gusta escuchar la música no más. (...) (Está de fondo) entonces puedo hacer cosas, puedo pensar y está la música ahí y la encuentro que es rica”.

-Olga (mujer hogar): “Pero pongo música no más, porque entonces me pongo a tejer, a escribir o a hacer cualquier cosa”.

-Jorge (hombre casa): “Escucho la Cooperativa, la Chilena sólo noticias y la música en general”.

3.2.- Diario

Ninguno de los cuatro entrevistados lee todos los días el diario.

El hombre que vive en casa particular y la mujer del Hogar de ancianos compran, de vez en cuando, “Las Últimas Noticias” el domingo. Mientras que la mujer que vive en su casa prefiere informarse por la televisión, es por esto que sólo lee el diario cuando una amiga se lo presta.

- Ester (mujer casa): “Leo el diario, porque una amiga me presta El Mercurio. Yo no lo compro. (...) leo las crónicas, esas cosas. Me informo por la televisión”.

3.3.- Revista

Ambas mujeres dicen que les gusta leer revistas, sin embargo no las compran porque son muy caras, sólo las leen cuando se las regalan.

- Ester (mujer casa): (No compro revistas) “porque son muy caras. Pero cuando llegan a mis manos, leo la Vanidades, la Cosas.”

5.- Consumo de Televisión

5.1.- Horario y duración de programas

Dos de los entrevistados (la mujer del Hogar de ancianos y el hombre de casa particular) ven televisión en la mañana, en la tarde y en la noche. Mientras que el hombre del Hogar sólo ve en la noche. La mujer de casa ve televisión en los horarios en que se dan los noticiarios y los programas estelares de la noche.

- Olga (mujer hogar) “Ahora lo que más veo son las seriales de Megavisión, eso después de almuerzo. En la mañana veo un poco Buenos Días a todos, del siete. Y después en la tarde ya veo a las seis, empiezo a ver Pase lo que Pase y Santo Ladrón”.

Con respecto a la duración de los programas el único que se refirió al tema fue el hombre del Hogar de ancianos, quien dijo que encontraba corto “El tiempo es oro”.

4.2.- Géneros y programas de televisión

a) Programas Periodísticos

Los noticiarios los ven todos a excepción del hombre del Hogar.

El hombre de casa particular se informa a través del canal trece, siete y cuatro, mientras la mujer que también vive sola, lo hace exclusivamente por medio del canal trece.

La mujer del Hogar de ancianos ve los noticiarios solamente en TVN.

Por otra parte, los programas periodísticos en que se muestran reportajes son vistos por la mayoría, exceptuando a la mujer del Hogar de ancianos. Dentro de dichos programas los nombrados fueron: “Tierra a adentro”; “Informe Especial”; “El Mirador”; “Ovni”; y “Al sur del mundo”.

Sólo el hombre que vive en el Hogar de ancianos, dijo ver programas de Reality Show como el de Carlos Pinto.

- Ester (mujer casa): “Cuando dan programas de medicina, esos también los veo. Me interesa ver los avances, qué se está haciendo. (...)La medicina, me gusta por lo que representa para todos nosotros. Yo creo que es bueno saber cómo funciona el organismo, cómo se trata una diabetes, cómo se trata, cómo cuidarse, esas son cosas interesantes”.

b) Programas de entretenimiento

Los programas misceláneos son vistos por todos, mientras que los más nombrados fueron “De pé a pá” y “Viva el lunes”.

Al mismo tiempo la mujer que vive en el Hogar sólo ve los misceláneos del siete, con la única excepción de Don Francisco que es del canal trece.

- Jorge (hombre casa): “Me gusta de Pe a Pá, las entrevistas y los temas”

- Olga (mujer hogar): “En la mañana veo un poco Buenos Días a todos, del siete. Y después en la tarde ya veo a las seis, empiezo a ver Pase lo que Pase...”

En cuanto a las teleseries, la única que declara verlas es la mujer del hogar.

- Olga (mujer hogar) “Ahora lo que más veo son las seriales de Megavisión, eso después de almuerzo”.

- Olga (mujer hogar) “Sí me gustan las encuentro entretenidas, por lo menos Romané era bien entretenida. Y esta otra va a ser de Hamberstone, del salitre.

En cambio, las seriales las ven dos personas: el hombre del Hogar de ancianos y la mujer de casa particular.

- Ester (mujer casa): “Los Venegas lo he visto un par de veces y lo encuentro entretenido”.

Con respecto a las películas prácticamente no las ve ninguno de los entrevistados. Sin

embargo, los tres que se refirieron a este tema - la mujer y hombre de casa particular, además de la mujer del Hogar de ancianos- añoran los filmes que daban antes. Ya sea porque las actuales películas son muy violentas, o debido a que los temas que tratan no les interesan.

- Humberto (hombre hogar): “Cuando dan las grandes películas como Ivan Ho, Las Pasiones del Señor, Jesucristo super Star ese tipo de películas llama la atención, es decir grandes películas, pero la tv no da grandes películas. Pero, por ejemplo alguna de Michael Douglas yo encuentro que la Vv no las da”.

En cuanto a los programas musicales, la única que hizo referencia a estos fue la señora que vive en el Hogar de ancianos. Ella dijo que disfrutaba, por ejemplo, viendo a los grandes tenores por la televisión.

- Olga (mujer hogar): “Y como ser sólo anunciaron que los grandes iban a dar un concierto en navidad, pero aún no lo dan”. Una vez no más con mi hermana estábamos escuchándolo, ni hablábamos. Me gusta la música linda, también la música popular”.

Finalmente, los programas de concursos sólo fueron nombrados por una persona, el hombre que vive en el Hogar de ancianos, quien destacó que dichos espacios son educativos y entretenidos a la vez.

Dentro de los programas de concursos mencionados podemos encontrar: “El tiempo es oro” y “Maravillozoo”.

En cuanto a por qué le gusta “El Tiempo es Oro”. “Porque es entretenido, educativo y a uno lo instruye (...) hay una competencia entre uno y el concursante”.

c) Programas infantiles

Salvo la mujer del Hogar de ancianos, el resto de los entrevistados reconoció ver programas infantiles. Dentro de los mencionados encontramos: “El Profesor Rosa” y “El Chavo del ocho”.

- Ester (mujer casa): (respecto al “Profesor Rossa”). “El programa ese infantil. Cuando tengo tiempo lo veo. (me gusta) Que hablan con los niños, hacen cosas para ellos. También muestran hartas cosas, enseñan sobre los animales, cómo tratarlos”.

d) Programas deportivos

Los programas deportivos fueron mencionados por dos entrevistados; por la mujer de casa particular y por el hombre del Hogar de ancianos. Ambos reconocen que les gustan mucho dichos espacios.

- Humberto(hombre hogar): “A mi me gusta mucho el deporte, el deporte en todos los sentidos, así sea equitación, fútbol, tenis, lo que sea, me encanta yo vería deportes el día entero”.

e) Programas de educación, ciencia y cultura

Sólo los hombres hablan de programas culturales. Dentro de estos destacan, en el caso del hombre de casa particular, “Desde mi ventana”, “La tarde entretenida” del canal siete y “Tierra Adentro”. Mientras que el hombre del Hogar de ancianos habla de “Al sur del mundo” y de “National Geographic”.

- Jorge (hombre casa): “Lo que más me gusta es la Tarde Entretenida en el siete, los domingos. Ahí dan “Desde mi ventana”, “Tierra Adentro”, todos esos que para mí son culturales”.

En el marco de los programas culturales y tras preguntarle a los entrevistados qué entendían por estos, tres respondieron, a excepción de la mujer del Hogar de ancianos, que son programas que instruyen o enseñan.

La mujer del Hogar respondió que para ella un programa cultural debiera tener un espacio, por ejemplo, en el que se hablara de libros, ya que no todo el mundo puede comprarlos.

- Ester (mujer casa): “Algo que enseña, que uno puede aprender de ese programa. Que uno

puede sacar conclusiones y conversar en una mesa de algo, porque tú puedes conversar, lo pones en el tapete y dices qué te parece y hay una conversación sobre eso”.

Humberto (hombre hogar): (Características de los programas culturales) “instructivos, a uno le dan a conocer lugares que no va a conocer nunca”.

f) Programas que no les gustan

La violencia es un aspecto del cual se quejan tanto el hombre del Hogar como la mujer de casa particular. Ésta, reconoce que definitivamente no le gustan los programas en que aparezcan escenas crudas, mientras que el hombre del Hogar muestra preocupación por los menores que puedan ver tanta violencia en la TV.

- Ester (mujer casa): “no me gusta programas donde la gente se matan, hay peleas, malas intenciones. (...) Encuentro como mucha basura, no me tincan”.

Al mismo tiempo, los entrevistados, mencionados anteriormente, se quejan de las groserías de determinados programas: la mujer, del teatro que muestran en televisión y el hombre del Hogar, lo hace de “Corazón Partío”.

- Humberto(hombre hogar): “Y el que no me gusta es Corazón Partío, porque es más grosero, (poco serio) no no es esa la palabra...”.

Por otra parte, al hombre de casa particular no le gustan las teleseries, según su opinión, no muestran la realidad.

- Jorge (hombre casa): Teleseries no veo, porque son malas, siempre los mismos actores y las mismas historias pero con otro paisaje... son todos jóvenes y todos andan entre ellos, no muestran la realidad, por ejemplo, una familia con guagua, con escolares, padres y abuelitos, perros y gatos, eso sería muy bueno”.

Finalmente a la mujer del Hogar de ancianos no le gustan “Los Venegas”.

- Olga (mujer hogar): “No, no me gustan Los Venegas. Los Venegas antes los veía cuando

estaban los hijos chicos, ahora que todos están grandes ya no les encuentro mucha gracia”.

4.3.- Conductores

La información recolectada acerca de este tema, además de referirse al prototipo de conductor que les agrada, tiene relación con aquellos que siguen o prefieren, y por ende con el programa.

a) Conductores que les gustan

En cuanto al prototipo de conductor de televisión que les agrada, la única que respondió fue la mujer de casa particular quien, además de decir que la gente que antes salía en la televisión era más preparada, enfatizó la importancia que le da a la valentía y veracidad de los conductores.

- Ester (mujer casa): “Antes, me parece a mí, es mi opinión, que la gente era más preparada para presentarse en la televisión. Por lo menos, la gente era más culta, hablaban mejor. Aunque de repente eran demasiado empaquetados, pero yo creo que eran más respetuosos con el televidente”.

Ninguno de los entrevistados nombró a conductores adultos jóvenes, mientras que el único adulto mayor mencionado fue Raúl Matas.

Todos los conductores mencionados eran adultos, dentro de los cuales se mencionó a: Don Francisco, Pedro Carcuro, Kike Morandé, Cecilia Bolocco y Cesar Antonio Santis.

- Humberto(hombre hogar): " Sin embargo, programa que hay yo los veo, porque tengo la sensación que son una prenda de garantía, ya sea donde esté....., Pedro Carcuro, el Kike, La cecilia, todos ellos donde esten van a hacer un buen progrma. Por ejemplo si ponemos a la Cecilia leyendo noticias yo sé que lo va a hacer bien”.

b) Conductores que no les gustan

Los hombres fueron los únicos que se refirieron a los conductores que no eran de su agrado.

Mientras que el hombre del Hogar de ancianos mencionó a Don Francisco, Susana Rocatagliatta, Roberto Poblete, Felipe Camiroaga, Karen Dogenbailer y a Rafael Araneda, el hombre de casa particular sólo nombró a los conductores de “Viva el lunes”.

- Jorge (hombre casa): “No me gustan (conductores hombres de Viva el Lunes), porque hay uno roto y pesado y el otro tendría que ser sólo humorista, no conductor”.

4.4.- Manera de ver televisión

Sólo la mujer de casa particular declaró instalarse a ver televisión cuando un tema le interesa, al mismo tiempo, dijo ver sólo parte de los programas cuando no le gusta todo lo que van a dar.

- Ester (mujer casa): “Aunque hoy día dan el De pé a pá, pero van a presentar a una niña que no me llama mucho la atención. Pero ahí veo algunas partes, lo que interesa y si no la cambio”.

Finalmente, tanto la mujer como el hombre que viven en sus casas, dijeron que ven varios programas para así poder criticar posteriormente. Sin embargo, mientras la mujer no hace alusión a qué tipo de programa, el hombre se refiere fundamentalmente a los noticiarios.

- Jorge (hombre casa): “Uno para empezar debe informarse de varios canales, de la radio y el diario y después sacar su propia conclusión”.

4.5.- Limitantes para ver televisión

Se refiere a los aspectos que interfieren en su exposición a determinados programas o a la TV en general.

La única que dijo tener una limitante, para ver ciertos programas que a ella le gustaban, fue la mujer del Hogar de ancianos. Ella enfatizó que las transmisiones eran muy tarde, motivo por el cual no alcanza a verlos, pues se queda dormida.

- Olga (mujer hogar): (Con respecto a si ve los programas después de la diez de la noche) “No, porque en realidad a esa hora ya tengo mucho sueño. Y ahora que no está mi

compañera digo que voy a ver películas, pero no puedo, no hay caso, igualmente me quedo dormida”.

5.- Usos que hacen del medio

5.1.- Comentar

Todos utilizan la TV para tener temas de conversación, o sino para estar en compañía de otros, mientras ven un determinado programa.

- Olga (mujer hogar)“Me entretengo con los que son buenos para los chistes, algunos yo los alcanzo a pescar y los copio, y cuando tenemos alguna reunión yo los digo”.

5.2.- Entretención

Los dos entrevistados del hogar de ancianos utilizan la televisión para pasar un rato divertido y reírse. Al mismo tiempo, rescatan la televisión como un medio capaz de levantarles el ánimo.

- Humberto(hombre hogar): “En primer lugar, para recrearse, cuando hay programas entretenidos, porque yo pienso que la vida de uno sobre todo en este hogar, metido acá es dura, no se encuentra comprensión de nadie y en la tv uno espera encontrar eso.”

5.3.- Compañía

Las dos mujeres entrevistadas mantienen la televisión encendida, inclusive, cuando están haciendo otra cosa.

- Olga (mujer hogar): “ De repente estoy tejiendo y escuchando la tele”.

5.4.- Informarse

La televisión es el medio que preferentemente utiliza la mujer de casa particular para estar al tanto de los diversos sucesos de actualidad.

- Ester (mujer casa): “Me informo por la televisión”.

5.5.- Conocer otras realidades

Conocer paisajes y lugares a los cuales ellos no pueden acceder, es otro de los usos que hacen de la TV. Así, la mujer de casa particular y el hombre del Hogar, enfatizan que mediante la televisión pueden conocer los sitios más diversos.

- Humberto(hombre hogar): “si uno dice por ejemplo cuando describen el mar Ojeda, y uno ahí sabe que Chile tiene un piñonsito al final donde termina, y ellos han estado ahí, donde se acaba Chile, de ahí ni hay más... y eso aunque uno no lo haya visto lo pude describir. Por ejemplo el de Jack Coustou que msotraba los pecesitos, el national geographic”.

5.6.- Aprender

Todos los entrevistados a excepción del hombre de casa particular utilizan la televisión para adquirir nuevos conocimientos.

- Ester (mujer casa): “Yo me siento poco culta, así es que ocupo la televisión para culturizarme”.

5.7.- Acceder a la cultura

La mujer del Hogar, es la única que declara que utiliza la televisión como un medio para ver los eventos culturales a los cuales ella no puede acceder.

- Olga (mujer hogar): “Porque uno no puede ir ni siquiera al Municipal, o aunque hallan conciertos al aire libre uno tampoco puede ir, porque son en la noche. Entonces ojalá que eso se entregue más por la tele. Me gustaría también ver el ballet, que cosa más linda.”

5.8.- Evadir su realidad

El hombre del Hogar de ancianos, además de reconocer que la televisión es importante en su vida, declara que la utiliza para distraerse de los problemas a los que se enfrenta.

- Humberto(hombre hogar) "Siempre, porque en el fondo siempre he buscado, no voy a decir terapias, pero sí... un consuelo, algo que llene mi "vida... yo soy viudo hace 10 o ya 12 años y no quise volver a casarme y tampoco llené mi vida con nada, y siempre mi vida estuvo completamente así ... ahora que además se murió un amigo que yo quería muchísimo , y yo creo que la TV viene a ocupar un espacio dentro del que se fue”.

6.- Valoración de la televisión

Junto con referirse a la importancia de la TV para los adultos mayores, tiene relación con los aspectos tanto positivos como negativos que estos le atribuyen al medio.

6.1.- Importancia de la TV en su vida

El hombre que vive en su casa, lamenta perderse ciertos programas. Estos se constituyen en elementos importantes dentro de su rutina diaria, a diferencia de la mujer que vive en casa particular, quien prefiere hacer otras cosas en vez de ver televisión. Y cuando se expone al medio, prefiere hacerlo sola y tranquila.

- Jorge (hombre casa): “Una cosa que lamenté ayer es que no vi el Chavo, ¡ese sí que no me lo pierdo!”

- Ester (mujer casa): “yo nunca he sido muy telemaníaca. Porque como siempre trabajé mucha televisión no he visto. (...)Lo que habría visto hoy día, pero no pude fue el tenis. Tuve que ir a una clase de Yoga...”

6.2.- Valoración de temáticas

Los entrevistados del Hogar prefieren ver mensajes positivos, por lo que valoran la existencia de los programas de entretenimiento. En este sentido, lo que rechazan con mayor fuerza es la violencia.

- Olga (mujer hogar): “Me gusta eso de que la televisión sea entretenida, que no traiga tanta desgracia; que sea más alegre. Que alegre un poco la vida, porque de alguna manera todos los seres humanos sufrimos de algo, ya sea por enfermedad o por enfermedad de los parientes, que no les va bien. De algo se tiene que sufrir, entonces que la televisión traiga programas entretenidos”.

La mujer de casa particular encuentra que los temas que se tratan en la televisión son superficiales, por lo que su valoración hacia el medio es negativa.

- Ester (mujer casa): “dan cosas tan vacías, tan que no dejan nada”.

6.3.- Positiva por las posibilidades tecnológicas

El hombre que vive en casa particular, valora de la televisión su inmediatez y la cercanía que le permite sentir ésta, con respecto a hechos que ocurren en otras partes del mundo.

- Jorge (hombre casa): “Lo que encuentro más valiosa, que es inmediata”.

6.4.- Diferencias entre la televisión actual y la de antes

Los entrevistados del Hogar de ancianos, rescatan los programas de televisión que se están haciendo actualmente. Piensan que la televisión hoy en día es más profesional, ya sea porque tiene más recursos o por la existencia de mejores programas.

- Humberto (hombre hogar) "...pero antes creó que le faltaban muchos recursos, ahora está más profesional que antes hay más recursos , los avisos, los comerciales están mejor..."

El hombre del Hogar de ancianos rechaza la manipulación que se da en la TV actualmente.

Humberto(hombre hogar): “Justamente es lo que acabo de decir, creo que cada día se ha ido manipulando más, ya sea con el costo de la vida, o con los asuntos de la votación que le nombré y eso para que la persona vaya en contra del gobierno o favor del Gobierno”.

Por otra parte, creen que la mayor carencia de la televisión tiene que ver con las temáticas de las películas y seriales que se producen hoy en día, ya que las encuentran demasiado violentas y poco profundas.

- Olga (mujer hogar): “..ahora las películas son muy violentas, sobre todo cuando creen que los niños no ven...”

Al mismo tiempo, quienes viven en el Hogar de ancianos reclaman la presencia de actores de su época, de grandes producciones cinematográficas y seriales.

- Olga (mujer hogar): “Eso sí yo me acuerdo que daban bastantes películas. Películas con artistas de Hollywood. Claro, ahora hacen películas especiales para la televisión, ya no pasan las películas de Hollywood...es muy difícil encontrarlas. Eso me gustaba mucho, pero ahora yo veo que las películas las hacen para la televisión”.

- Humberto(hombre hogar): “Si, extraño las seriales. Antes como que uno las esperaba. Esas como “ruta 66”, la veíamos los días viernes. También estaba “Alma de Acero”, “El Doctor Ben Keysi”, y hay otra que no recuerdo el nombre, pero que uno sabía y conocía, como “El Fugitivo”.

El hombre de casa particular enfatiza, que a su parecer, la gente que aparecía antes en televisión era más preparada. Al mismo tiempo, dice que los programas también eran mejores.

- Jorge (hombre casa): “Antes, me parece a mí, es mi opinión, que la gente era más preparada para presentarse en la televisión. Por lo menos, la gente era más culta, hablaban mejor. Aunque de repente eran demasiado empaquetados, pero yo creo que eran más respetuosos con el televidente. Los programas me parece a mí que eran mejores”.

6.5.- Capacidad crítica

Tiene relación con manejar conceptos de cómo funciona internamente la producción de programas de televisión, de reconocer que existe un contenido ideológico y de ser capaz de analizar los mensajes que se emiten.

A excepción de la mujer que vive en el Hogar de ancianos, todos los entrevistados tienen capacidad crítica. Reconocen que, sobre todo en el caso de las noticias, “les ponen o les quitan” de acuerdo a sus intereses. Mientras que el hombre del Hogar habla de una televisión cada día más manipuladora.

- Jorge (hombre casa): “Algunas serán como son (las noticias), pero otras o le quitan o le ponen, eso yo lo tengo claro. Además en los canales de televisión está metida la política y para el país es algo muy grave, la televisión debería ser imparcial”.

La mujer del Hogar de ancianos es la única que no presenta capacidad crítica del medio. Esto, al consultarle acerca de que si en los noticiarios siempre se dice la verdad.

- Olga (mujer hogar): “Yo creo que sí, ¿por qué no lo harían?”.

6.6.- Lenguaje y comprensión

Tiene relación con la forma de expresarse de quienes participan en la televisión; las palabras utilizadas, vocabulario y ritmo, lo cual influye en el nivel de comprensión y/o agrado de los adultos mayores respecto de los programas.

Ninguno de los entrevistados dijo no comprender el lenguaje utilizado en los diversos programas de televisión, sin embargo, dos de ellos enfatizaron que no les gustaba. En este sentido, la mujer de casa particular, además de mencionar que la gente que antes trabajaba en la TV hablaba mejor, dijo que no le gusta la manera de expresarse de los humoristas. Mientras tanto, el hombre del Hogar de ancianos declaró que el lenguaje utilizado en la televisión es muy formal, e inclusive, en el caso de un programa como el “De Pé a Pá”, piensa que está al límite de lo grosero.

- Humberto(hombre hogar): “ Si, bueno de eso yo no estoy muy de acuerdo porque ocupan

hablan lo que quieren y en cualquier parte y uno en el fondo ya está habituado, y no debiera ser así y ya se está llegando a usar ese mismo tipo de lenguaje en la TV, el mismo que se usaba en la casa, en todo caso yo creó que la televisión misma es la que tiene que tener más cuidado con eso del lenguaje”.

7.- Aparición del adulto mayor en la televisión

Sólo el hombre de casa particular dice que aparecen periodistas y actores de la tercera edad.

- Jorge (hombre casa) “Hay veces que los periodistas son mayores, pero en las teleseries, que se suponen deberían mostrar una realidad, los borran del mapa o los ponen como nana o como un pobre viejo”.

Mientras que la mujer del Hogar de ancianos es la única que siente la necesidad de que aparezcan adultos mayores en la televisión.

8.- Programa ideal

Se refiere a los aspectos que debiera tener un espacio de televisión que verdaderamente fuera de su interés. Además de cómo y bajo qué conducción debiera transmitirse.

8.1.- Canal

Sólo el hombre del Hogar de ancianos se refiere al canal en que le gustaría que se transmitiera su programa ideal.

- Humberto(hombre hogar): "tomaría el canal 13”.

8.2.- Género

Los dos entrevistados del Hogar mencionaron que su programa ideal sería misceláneo, mientras tanto el hombre de casa particular dijo que prefería de conversación.

- Olga (mujer hogar): “Sí como el Pase lo que Pase. Es bien bueno” (...) que pongan programas entretenidos”.

- Jorge (hombre casa): "...programa de conversación, pero buscar muy bien los temas, que se profundice mucho, con temas interesantes".

8.3.- Programa

Con respecto a qué programa sería similar el que ellos harían, sólo contestaron los entrevistados del Hogar. Mientras la mujer dijo que su programa ideal sería como "El Pase lo que Pase", el hombre dio la programación completa que a él le gustaría ver.

- Humberto(hombre hogar): "una película como las de antes (refiriéndose a cine en su casa) de ka Doni Dello, Rod Hanton"

- Humberto(hombre hogar):"un avance de noticias"

- Humberto(hombre hogar):"una programación estelar, con gran despliegue ya sea de concursos"

- Humberto(hombre hogar): "el día martes pondría a Patricio Bañados con su mirador, a pesar de que algunas cosas le faltan." Como más profundidad en algunos temas, queda a veces con deseos de continuar(...s) le falta un poquito de investigación"

- Humberto(hombre hogar): "El jueves pondría a Carlos Pinto"

- Humberto(hombre hogar): "El viernes maravillozo"

- Humberto(hombre hogar): "El sábado y domingo pondría el tiempo es oro, con tremendos regalos, pero bien exigentes las preguntas."

8.4.- Formato

Con respecto a cuál sería la organización y forma que más le gustaría para que se emitiera su programa ideal, las respuestas fueron las siguientes: el hombre casa dijo que tendría que ser como una serial, con videos y conductores con experiencia. Mientras el hombre del Hogar dijo que tendría que ser en vivo.

- Jorge (hombre casa): "Este programa debería ser como una serial, con videos, música y todo y sus conductores deben tener experiencia, pero que les falte, o sea conocidos, pero no tanto".

8.5.- Horario y día

Con respecto a qué hora y qué día le gustaría que se transmitiera su programa ideal la mujer de casa particular respondió que después de las noticias. Mientras que el hombre de casa y la mujer del Hogar respondieron que a la hora del “Pase lo que Pase” (entre las 6:30 y 8:00 pm) era un buen horario. Sin embargo, el primero de estos dijo que le gustaría un programa de lunes a viernes el cual también podría transmitirse a las 21:00, para que así remplazara a las noticias.

Por último el hombre del Hogar hizo su programación ideal para toda la semana.

- Humberto(hombre hogar): (todos los días) “A las 5:00 de la tarde que dieran una película como las de antes (refiriéndose a cine en su casa) de Doni Dello, Rod Hanton”; “A las 7:00 de la tarde un avance de noticias , porque así uno siempre para la oreja. Después otra película hasta las 9:00 de la noche que vienen las noticias;“las 10:00 de la noche una programación estelar, con gran despliegue ya sea de concursos etc”; el día lunes:“Viva el lunes”“el día martes pondría a Patricio Bañados con su mirador..”“El miércoles Pedrito Carcuro,“El jueves pondría a Carlos Pinto” ;“El viernes maravillozoo”;“El sábado y domingo pondría el tiempo es oro, con tremendos regalos, pero bien exigentes las preguntas.”

8.6.- Conductores

A la mujer de casa particular le gustaría como conductor un hombre de mediana edad, quien enfoque y presente bien los temas.

El hombre de casa pondría a una pareja de conductores de la edad que el considera la más adecuada, entre 35 y 45 años.

A la señora del Hogar de ancianos le gustaría que hubiera un conductor adulto mayor en su programa ideal.

Y finalmente, el hombre del Hogar de ancianos pondría a los conductores de “Viva el lunes”, a Pedro Carcuro, a Patricio Bañados, Raúl Matas, Cesar Antonio Santis o Yolanda Montecinos.

- Ester (mujer casa): “Yo soy más afines a los hombres.(...) La edad quizás no importaría

tanto. Pero que sea una persona que tenga una visión de las cosas claras. Que las enfoque bien. Que las presente bien. Puede ser una persona joven que a lo mejor está más al tanto de las cosas, pero a veces la gente joven es muy impetuosa y le pone mucho. Yo creo que un término medio”.

8.7.- Temas

El hombre del Hogar dijo que le gustaría un programa como el “El Mirador”, pero con más investigación. Mientras que la mujer que también vive en el Hogar enfatizó que sería bueno que hicieran conversaciones sobre diversos libros.

Por otra parte, quienes viven en sus casas particulares dijeron, en el caso de la mujer, que le gustaría un programa tipo “Chilenazo”, en general con nuestra cultura como chilenos y con historia. Mientras tanto el hombre mencionó varios temas.

- Jorge (hombre casa): “Por ejemplo, de los ovnis, del quijote, o sea, de actualidad y cultura, o sea, del combate naval de Iquique”.

8.8.- Invitados

El único que habló de los invitados que le gustaría fue el hombre del Hogar, entre quienes nombró está Cecilia Bolocco, Menem, Valentín Trujillo y el Chino Ríos, entre otros.

- Humberto(hombre hogar): “Si, Valentín Trujillo que esté con su piano. Algunos cantantes de la nueva ola como la Cecilia, Pato Renard, Rafael Peralta , Peter Rock, y que hablaran de la música de los recuerdos”.

8.9.- Duración

Sólo los entrevistados de casa particular respondieron esta pregunta, mientras ella dijo que los programas podrían ser más largos si es que fueran buenos, él dijo que su ideal sería de 45 minutos.

- Ester (mujer casa): “los programas podrían ser muy largos si fueran interesantes”.

Capítulo IV.- GENERALIZACIONES

En este capítulo haremos una recopilación general de los datos obtenidos, uniendo los datos obtenidos en los grupos focales con los de las entrevistas en profundidad. Así, a continuación se presentarán las principales tendencias que hemos encontrado a lo largo de nuestro estudio.

En primer lugar, podemos decir que los entrevistados se perciben distintamente según su género. Los hombres tienden a ser más negativos que las mujeres, por ejemplo, a los varones les afecta principalmente la discriminación laboral por su edad y dejar de ser proveedores de su familia. Al género femenino, en tanto, les satisface tener el afecto familiar y seguir cumpliendo una labor como dueñas de casa, (en el caso de vivir en casa particular) o realizar actividades manuales (en el caso de las mujeres de Hogar).

Asimismo, la visión de su vida es muy distinta según el lugar donde viven. Las personas que habitan en el hogar de ancianos además de sentirse “carga” por los gastos que sus familias deben cubrir por ellos, no se proyectan a futuro y se sienten cercanos a la muerte. En el establecimiento donde habitan, junto con no tener muchas actividades de recreación, deben compartir diariamente con muchos adultos mayores que se encuentran en mal estado de salud, por lo que muy seguido deben ir aceptando muertes de personas que conviven con ellos. En cierto sentido, hay un ambiente como de hospital, pues hay enfermeras que cuidan a los que no son autovalentes. Mientras, los de casa particular sí se proyectan y llevan una vida activa, realizando actividades de recreación y crecimiento personal.

Por otro lado, para las personas que viven en el hogar de ancianos el tema de las enfermedades aparece constantemente al momento de hablar de su estado actual. En cambio, no sucede así con las personas de casa. Las enfermedades no aparecen dentro de su autopercepción.

Con respecto a su cambio de vida por entrar a la etapa de adulto mayor, todos señalaron tener más tiempo libre. Sin embargo, sólo los de casa particular afirman que por esto pueden realizar más actividades de ocio y recreación. Participan en clases de gimnasia, asisten a actividades culturales, comparten con sus familiares, entre otras cosas. Salen de compras, algunas ayudan a otros adultos mayores, etc. Junto con esto, acceden a otros medios de comunicación. Leen el diario los fines de semana y utilizan constantemente la radio para escuchar música y acompañarse.

Los de Hogar, por su parte se sienten restringidos por tener que cumplir con los horarios del establecimiento. No participan en actividades organizadas por entes externos ni dentro ni fuera del Hogar. Durante el día, las mujeres tejen, hojean revistas antiguas, escuchan música y ven televisión. Los hombres, en cambio, juegan dominó

esporádicamente, algunos realizan trabajos ocasionales, leen revistas o diarios que les llegan. Escuchan música y algunos escriben. Uno de ellos se dedica a organizar actividades para entretener al resto. Las escasas salidas que hacen son para comprar o para visitar a algún pariente.

Respecto a cómo se sienten observados por personas de otro grupo etéreo, los adultos mayores que habitan en el Hogar sienten que la tercera edad está abandonada por las “políticas públicas”, es decir, ellos esperan que el gobierno proponga y actúe en pro de las necesidades de este grupo, como por ejemplo, políticas de salud, pensiones, etcétera. Al hablar de su grupo etéreo, quienes viven en el Hogar, lo hacen como si éste fuese un grupo homogéneo. Señalan no tener oportunidades de participar en actividades sociales (trabajo, recreación, etc.) por las limitaciones horarias del hogar. Creen que todos se encuentran en su misma situación, proyectando su experiencia, desconociendo así otras posibles realidades.

Los que viven en casa particular sienten, por el contrario, que por el hecho de pertenecer a la tercera edad tienen muchas oportunidades, sobre todo a nivel comunal. Consideran que la visión de la sociedad hacia el adulto mayor es más positiva que antes. Tienen la sensación de estar más respetados, integrados y de tener más derechos en relación con las generaciones anteriores. Además, en el ámbito familiar se sienten queridos y escuchados.

Consumo de televisión

La televisión es el medio al cual más se exponen los entrevistados. En general, ven 3 a 4 horas diarias aproximadamente.

Con respecto a los horarios de consumo de la TV, el más visto es el de la noche (20:00 a hora de cierre), esto se refleja al conocer los programas favoritos de los adultos mayores entrevistados, que corresponden a este horario. Por otra parte, el horario matutino (6:30 a 12:00) y el de la tarde (12:00 a 20:00), es visto por todos los entrevistados, menos por los hombres que viven en el Hogar. Los programas a los que más se exponen, en la mañana, son los matinales y las ediciones de los noticiarios. Mientras que los más preferidos en la tarde son los misceláneos y las teleseries.

En relación con la manera de ver TV se observó que la tendencia es más bien a la

diversidad. La forma en que los adultos mayores estudiados, se exponen a la televisión, se ve directamente influenciada por su entorno. Es decir, su concentración va a depender de si por ejemplo, están acompañados o solos, en este sentido, la concentración de los adultos mayores al momento de exponerse a la TV disminuye cuando están acompañados, porque en esa circunstancia el medio es utilizado como punto de reunión.

Junto a esto, todos los entrevistados, menos los hombres del Hogar, si la temática del programa no es de su total interés, utilizan la televisión para sentirse acompañados mientras realizan otras actividades, no prestándole tanto interés al contenido del programa.

Con respecto a los temas que prefieren ver hay una tendencia por exponerse a las temáticas que ellos consideran positivas (valores como la solidaridad, el amor, etc.) y a rechazar, las que a su juicio son negativas como la violencia, el sexo explícito, y en el caso del hogar, las enfermedades.

Todos los entrevistados coinciden en su rechazo a las temáticas violentas (homicidios, guerras, peleas, etcétera) sobre todo, cuando éstas se exhiben en un horario que puede ser visto por los niños. Al mismo tiempo, les molestan las conversaciones y escenas explícitas de sexo que se muestran por la televisión, consideran que es un tema íntimo, el cual lo debe ser abordado fuera de la relación de pareja. Finalmente, el rechazo a los temas que tienen relación con las enfermedades se debe a que a su juicio les recuerda su inestable estado de salud.

Referente al consumo por género televisivo, dos son los más vistos: el periodístico y el de entretenimiento. Dentro del primero, todos los entrevistados, menos uno, ven noticieros más de una vez al día; y algunos programas de reportajes. En los de entretenimiento, el más visto es el tipo misceláneo, seguidos por los de conversación.

Llama la atención el poco interés y a veces hasta un rechazo por las películas actuales. Añoran las más antiguas, como Cantinflas, en las que reconocen a los personajes, los cuales según ellos transmiten valores positivos. Por otro lado, resulta interesante observar que la mayoría ve programas infantiles: el Profesor Rosa y el Chavo del Ocho.

Hay una demanda generalizada por programas culturales. Por este concepto entienden un espacio que les aporte conocimientos nuevos.

Respecto a los conductores hay una marcada preferencia por adultos que se encuentren, idealmente, entre los 35 y 45 años. Les gustan más los que cumplen con un

determinado perfil: correcta forma de hablar, empatía, profesionalismo, seriedad, alto nivel de cultura, veracidad y buena apariencia física. Todo esto, sin importar el sexo del conductor.

Usos de la televisión

Tanto los hombres como las mujeres de casa particular y del Hogar, utilizan la televisión abierta para comentar, informarse, entretenerse y aprender.

Comentar los programas de televisión, es una actividad más valorada en los hombres del Hogar ya que se transforma en una instancia para el diálogo, sobre un tema común con el resto de sus compañeros de vivienda.

Para el resto de los grupos, aunque la necesidad de comentar es menos destacada, igualmente señalan que les importa estar al tanto de los temas que trata la televisión y de esta forma no quedar fuera de una conversación. Esta misma característica se presenta en el uso de informarse (presente en todos los grupos). Es decir, además de la importancia que le atribuyen al estar al día en lo que ocurre en el país, consideran fundamental poder conversar de un tema noticioso o actual, lo cual les hace sentir vigentes y partícipes de lo que pasa en la sociedad. En este sentido, la participación está mediada por el hecho de estar informados.

La entretención en las personas que viven en casa particular, no constituye un uso tan prioritario. Sin embargo, para los que viven en el hogar de ancianos, es fundamental y se vincula con los usos de: reírse, levantar el ánimo, evadir la realidad y acortar el día.

Todos los grupos, menos los hombres de casa, dicen usar la televisión para aprender. Por medio de esto, buscan adquirir nuevos conocimientos y ver qué sucede en otros lugares a los que ellos no tienen acceso.

Mayoritariamente las mujeres –independiente de la vivienda- usan la televisión como compañía, la mantienen encendida mientras realizan labores domésticas o actividades manuales.

El interés por descubrir nuevos lugares, paisajes o situaciones, es propio de todos los grupos, ya que de esta manera la televisión les brinda la posibilidad de conocer nuevas realidades. Con el objetivo de estar con los parientes o con los compañeros del Hogar de ancianos, las mujeres de casa y los hombres del Hogar, usan la televisión como punto de reunión, sin importar mayormente el contenido de la programación que se esté

transmitiendo.

Valoraciones de la Televisión

En general, las características que señalaron como positivas de la televisión abierta, están relacionadas con las posibilidades y las utilidades que les puede brindar este medio. Algunos ejemplos son la oportunidad de aprender y de adquirir nuevos conocimientos, la entretención y las posibilidades tecnológicas que permiten ver al instante sucesos que ocurren en otro extremo del mundo.

Al comparar la televisión de los sesenta, hombres y mujeres del hogar de ancianos, consideran que el medio actualmente es superior. Dicen que la gran diferencia es que la televisión de hoy, al contar con más recursos, posee un equipo técnico y humano más profesional que permite elaborar mejores programas y tener por ejemplo, transmisiones vía satélite en directo de hechos que ocurren en otros continentes.

Otra característica que algunos destacan del medio, es la capacidad que tiene para impulsar la ayuda solidaria en diversas campañas sociales.

La capacidad crítica - presente en todos los grupos a excepción de las mujeres del Hogar- no se manifestó espontáneamente, sino sólo cuando se les solicitó hablar de los aspectos negativos de la televisión. Su criticidad va más bien enfocada hacia el manejo de información que se hace en las noticias, omitiendo o exagerando un determinado hecho según los intereses de la estación televisiva. Sin embargo, su capacidad crítica es mucho menor al preguntarles qué no les gusta de la televisión o al decirles que se imaginen su programa ideal. Más bien, tienden a seguir las pautas de lo ya existente en la programación. Sólo los hombres del hogar reclaman la carencia de determinadas temáticas en la programación, por lo que la consideran inferior a la TV por cable, por la poca profundización, como por ejemplo, en programas culturales.

El lenguaje utilizado en la televisión es valorado, mayoritariamente, de manera negativa, esto es por el mal empleo del vocabulario (grosero) y de la modulación por parte de algunos conductores. Pese a esta crítica no consideran que influya en la comprensión de los mensajes.

Aparición del Adulto Mayor

En general encuentran que aparecen pocos adultos mayores en la televisión. Reconocen, principalmente los hombres, que los espacios televisivos en los que se muestran a personas de la tercer edad, son en los comerciales y en algunas teleseries, donde no ocupan papeles centrales. Además, reconocen a algunos periodistas y conductores de larga trayectoria en la pantalla, por ejemplo: Julio Martínez y Raúl Matas.

La necesidad de aparición de rostros de la tercera edad, lo vinculan a la familiaridad y al nivel de identificación que les producen dichas personas. Es decir, en cuanto a los conductores no piden nuevos rostros de adultos mayores, sino que continúen los que ya tienen su trayectoria en el medio. Pero su mayor demanda es que aparezcan adultos mayores en películas y teleseries. Desean que en las películas aparezcan actores de su época. En las teleseries, en cambio, quieren que la imagen del adulto sea más positiva y que aparezcan más como protagonistas.

Rechazan la imagen negativa que se proyecta de los adultos mayores y demandan que los contenidos que traten de la tercera edad sean más positivos, por ejemplo, que se muestre adultos mayores activos y participando en actividades municipales, entre otras.

Programa Ideal

Al momento de solicitarle que pensarán en un programa ideal, en mayoría de los casos recurrieron a sus espacios televisivos favoritos, aportando nuevas características y retirando otras. Sin embargo, una de los aspectos más recurrentes fue la demanda de programas culturales en la parrilla programática.

El género preferido resultó ser el de entretenimiento, con un programa misceláneo. Los temas que solicitan son el folklore; contenidos para la tercera edad donde se enseñe a hacer trabajos manuales. Los hombres del hogar hablaron de un espacio donde advertirle a la juventud acerca de lo duro que es la tercera edad. Pero, sobre todo las demandas se centran en la investigación, los libros, la cultura chilena, la historia, entre otros. Respecto al horario, las preferencias son la tarde y la noche (aproximadamente de las 18:30 en adelante), por disponer de más tiempo libre, a diferencia de la mañana. Referente a la duración, un grupo de los entrevistados solicitó espacios entre 45 minutos y 1 hora.

No hay un formato audiovisual que predomine en las respuestas de los entrevistados, sin embargo lo más relevante es la solicitud de la aparición de conductores

en el programa. En relación a estos últimos, tampoco se marcó una tendencia específica, sin embargo, en este punto se produce una contradicción, al no demandar adultos mayores en la pantalla como sí lo hicieron al criticar las teleseries y las películas. La edad ideal fue de más de 35 años.

De los invitados a los programas les gusta la variedad tanto de edades como de personajes.

Capítulo V.- CONCLUSIONES

Tratar de entender las relaciones que establecen las personas de la tercera edad con la televisión abierta, identificando los usos y valoraciones que hacen de este medio, fue nuestro objetivo principal. Para esto, nos interesamos, en una primera instancia, a la percepción y autopercepción que tienen de la etapa de la vida en que se encuentran. Asimismo, nos adentramos en las actividades diarias, sus relaciones afectivas y el entorno en el que viven. Esto, porque nos permitiría un acercamiento más profundo de la audiencia, datos que son fundamentales para entender las interacciones que tienen estas personas con la televisión, ya que sus experiencias anteriores median las negociaciones que realizan con la TV.

Al mismo tiempo, el conocer sus necesidades afectivas, emocionales, de interacción con los demás y con otras realidades, nos ayudó a explorar para qué usan la televisión. En la medida que sus necesidades eran satisfechas o no, las personas valoraban el medio de distintas maneras.

Al comenzar el trabajo de investigación, tuvimos una primera etapa donde el énfasis estuvo puesto en conocer a las personas con las que íbamos a trabajar y descubrir su entorno. Esto, porque consideramos fundamental que ellos confiaran en nosotras, además de permitirnos observar interesantes aspectos de su rutina.

Si bien, en una primera instancia fuimos bien recibidas, luego, al momento de pedirles que participaran en un focus group, tanto las personas del Hogar como las de casa, mostraron cierto temor por creer que no estarían capacitados para contestar nuestras preguntas. Luego de aceptar participar, se sintieron valorados y motivados por nuestra investigación, pues lo asumieron como una preocupación hacia ellos, donde además se les habría un espacio de conversación en el cual podrían expresar sus opiniones. No obstante, mantuvieron siempre el temor de si sus respuestas eran correctas o nos servirían para nuestro estudio. Creemos que esta inseguridad se debe a que nos sentían como expertas en el tema.

Junto a esto, notamos que en general todos se veían muy influenciados por las respuestas de los otros, en algunos casos, repitiendo lo que decía la persona anterior. Esto, quizás, debido a la misma inseguridad que explicamos anteriormente. En este mismo ámbito, vimos que cuando aplicamos esta primera técnica de investigación buscaban respuestas socialmente aceptadas. Por ejemplo, como explica Valerio Fuenzalida, suelen hablar de programas culturales aunque no estén dentro de su primera preferencia. Esto quedó evidenciado en la segunda técnica aplicada, la entrevista en profundidad, donde hablaron más distendidamente y mostraron una mayor tendencia hacia los programas de entretención.

En la entrevista se pudieron resolver algunas dudas que nos habían quedado luego de analizar el focus, como por ejemplo, el porqué no veían películas. Así también, incluimos temas nuevos como comprender el uso y valoración de la televisión, conociendo su relación con otros medios de comunicación (dieta medial).

Vivienda y género como variables

Luego de analizar los datos recolectados a partir de nuestras dos variables de estudio: vivienda y género, nos dimos cuenta que éstas influyen en distintos niveles en el uso y valoración que los adultos mayores hacen de la televisión abierta.

La variable género influye en un menor grado en la manera de como se relacionan con el medio televisivo, que la variable vivienda. Sólo se notaron algunas diferencias como por ejemplo, que las mujeres ven más televisión que los hombres, quizás debido a que ellas la utilizan de compañía mientras realizan sus labores domésticas o actividades manuales. La otra diferencia se da en que sólo las mujeres dicen ver teleseries. Los hombres las critican y, según ellos, no las ven, pero igualmente hablan de ellas. Es decir, permanece la visión tradicional de que este espacio televisivo es sólo para el género femenino, viéndose aquí, posiblemente reflejado, el concepto de Orozco denominado como "patrón mental de género", lo cual se refiere a la selección -diferenciada por el género- que hombres y mujeres hacen de los diversos programas.

En el mismo ámbito, de las diferencias de género, rescatamos que los hombres del Hogar nos hicieron denuncias sobre el establecimiento; como que no se les trataba bien, que ya no veían televisión y que los obligaban a ir a misa, etc. Sin embargo, las mujeres que viven con ellos no hicieron estos reclamos, por lo que esta contradicción nos hizo reflexionar acerca de su estado anímico y psicológico, claramente más negativo que el de las mujeres, y de cómo éste influye en sus dichos.

Para nosotras, es posible explicar este fenómeno a través de la idea de que el nivel de bienestar de los adultos mayores, depende de cómo se adaptan a las circunstancias que los rodean, según la interpretación que hacen de su realidad, la búsqueda de soluciones - ya sea activa o pasiva- y la aceptación de sus pérdidas y limitantes.

En el caso de quienes viven en el Hogar, la diferencia entre hombres y mujeres, para nosotras, es bastante evidente. Pues son estas últimas, quienes muestran una mejor adaptación a la etapa que están viviendo. Esto lo pudimos deducir a partir de los comentarios de ellas, en los que no tienen gran cabida reclamos acerca de enfermedades, ni del entorno que las rodea. Por el contrario, comentan que están bien en el lugar donde viven y que hay otros adultos mayores en peores condiciones. Aunque es necesario aclarar que les preocupa el tema de la afectividad, sobre todo con sus parientes. Sin embargo, esta

aceptación de realidad, por parte de las mujeres, para nosotras, es más bien pasiva, una manera de resignarse a lo que les toca vivir. Mientras que en los hombres de Hogar entrevistados se diferencia, claramente, un grupo mayoritario que rechaza su actual situación de vida, sin embargo, no hacen nada por mejorarla. Creemos que esto es lo que fundamentalmente influye en su malestar y en la percepción negativa de sus vidas. Si bien, uno de los hombres de Hogar organiza actividades, éstas no son muy bienvenidas por sus pares.

Sin embargo, revisando la variable vivienda, vemos que ésta influye mayormente en el para qué y en el cómo se exponen al medio. Esta situación está condicionada por el ambiente, las circunstancias, el interés en el contenido del programa y con quiénes ven televisión abierta. Con respecto al ambiente y las circunstancias que rodean a las personas estudiadas, ambos grupos dijeron tener más tiempo libre luego de pasar a ser parte de la tercera edad. No obstante, el hecho de que en el Hogar de ancianos tengan menos actividades organizadas y se encuentren restringidos por un horario, produce que el consumo de televisión sea mayor, en comparación a las personas que habitan en casa particular. Creemos que tal vez esta situación influye en que, a veces, las personas de Hogar vean programas más por ocupar el tiempo, que por el interés del contenido del espacio.

En este sentido cabe referirse al concepto de "audiencia activa". Ambos grupos de adultos mayores seleccionan de acuerdo a sus necesidades lo que desean ver en la TV. Sin embargo, el proceso selectivo de quienes viven en sus casas particulares, da cuenta de una elección más minuciosa, lo cual, seguramente, está determinado por las oportunidades que dichos integrantes de la tercera edad, tienen para acceder a fuentes más diversas. Con esto nos referimos a la posibilidad que ellos tienen de, por ejemplo, acceder a eventos culturales, a otros medios de comunicación, relacionarse con más personas, sobre todo de distintas edades, etcétera.

Los de casa particular, por su parte, participan en actividades de ocio y recreación organizadas por instituciones públicas o privadas. Ellos tienen más libertad para organizar su día, comparten más con sus familiares, por lo que la televisión se transforma sólo en una opción más de distracción. No así para la gente del Hogar, para quienes exponerse a la televisión resulta ser, prácticamente, la entretención más importante. Además, es una forma de sentir que acortan el día y de salir de su aislamiento. Nos queda la duda, si es que el

hecho de no organizar ellos mismos otras actividades de distracción y remitirse a ver TV, es por una actitud pasiva, en que la solución más fácil para entretenerse es encender el televisor; o si es que realmente están conformes y resignados a que no hay otras instancias posibles de distracción para ellos.

De acuerdo a lo anterior, los estudios culturales nos refuerzan la idea de que el contexto en donde se dan las relaciones interpersonales de los adultos mayores estudiados, es preponderante para entender su interacción con la TV. Asimismo, tras investigar los dos grupos de ancianos (los de Casa Particular y Hogar) fue posible observar que la teoría rescatada por McQuail

, que relaciona la mala adaptación social y la vejez con el uso intenso de la televisión se comprueba, al menos en la situación de los adultos mayores que viven en el asilo.

Respecto a los horarios en los que se exponen al medio, todos prefieren, en general, ver en la tarde y en la noche, de lo cual es posible desprender que el consumo de la televisión es propio de los momentos en que se encuentran más desocupados y pueden poner mayor atención a la TV. Por otra parte, es durante dicho horario que la programación televisiva exhibe espacios en vivo, lo cual se constituye en otra de las preferencias de este grupo etáreo.

Los programas en vivo los prefieren porque les gusta que exista un interlocutor directo. Es decir, de todas maneras desean ver un programa en el cual sientan que es a ellos a quien se dirige el conductor(a), ya que de esta forma se sienten acompañados, que comparten un espacio con los que están al otro lado de la pantalla, que el mensaje es más directo y con más emotividad. Esta idea se respalda en lo enunciado por Valerio Fuenzalida, quien se refiere a las características del lenguaje televisivo, específicamente al potencial afectivo, donde además de los mensajes que se entregan, existe un nivel de importancia para las audiencias de los signos gestuales, así como la comunicación no verbal que entregan los rostros de la televisión. Esto produce un nivel de familiaridad entre el espectador y los conductores, que traspasa el nivel analítico hacia el afectivo.

Creemos que por esta misma razón, se explica la indiferencia y a veces el rechazo que sienten por seriales y películas, donde no se consideran parte de la historia. En este mismo sentido, critican la rapidez de secuencias, la escenografía poco familiar y las temáticas lejanas a lo que es la vida cotidiana de los miembros de la tercera edad. Por ende,

concluimos que no les satisface el lenguaje audiovisual que actualmente presenta este género televisivo.

Géneros y programas de televisión

En relación con los contenidos que se dan en la programación televisiva, los adultos mayores con los que trabajamos, son categóricos al rechazar las temáticas que ellos consideran como negativas (violencia, sexo explícito y enfermedades en el caso de quienes viven en el hogar). Demandan que se aborden mensajes que les parecen positivos (valores como amor, respeto, solidaridad, etc). Esto se puede intentar comprender desde la mirada de Lazarsfeld, que dice que el receptor tiende a rechazar los mensajes que no son consonantes con sus intereses, ni predisposiciones psíquicas. En este sentido, los adultos mayores se inclinan por no ver los temas que se contradicen con sus valores, o que les afectan de manera negativa su estado de ánimo.

Al mismo tiempo, cabe destacar, los conceptos de “supertemas” y de “comunidades de apropiación” mencionados por Orozco. En estas últimas, es justamente donde se generan los aspectos que al receptor le interesan de la vida cotidiana, en relación con los mensajes emitidos por los medios, lo cual se refleja en las preferencias temáticas de las audiencias al exponerse a la TV.

Por “comunidades de apropiación” entenderemos los distintos grupos de significación que, en el caso de los adultos mayores entrevistados tienen; tales como el Hogar de ancianos, el grupo de gimnasia, sus familias, etcétera.

En este sentido, podemos destacar como supertemas de los adultos mayores del Hogar, las noticias y, sobre todo, la información acerca de los personajes famosos de la TV, las cuales, generalmente, se exhiben en los programas estelares. La reapropiación que hacen de la vida de estos personajes la entendemos como una manera de vivir a través de sus historias, emociones y aspectos excitantes de sus vidas, que se encuentran fuera de su cotidianidad; como por ejemplo, el reencuentro de Claudia Conserva y el “Pollo” Valdivia. Este tipo de temáticas son comentadas constantemente entre los integrantes del asilo, por lo que queda en evidencia que el medio constituye en un aspecto importante en sus vidas.

Por otra parte y con respecto a los supertemas de los adultos mayores de casa, podemos decir que estos son, en el caso de las mujeres, bastante diversos. Esto, porque además de

participar en el grupo de gimnasia, la mayoría tiene una serie de grupos de apropiación disímiles entre sí. Como por ejemplo, el caso de una señora que participa además en un conjunto de música, quien tiene, entre sus supertemas, el folklore.

Ahora bien, en el caso de los hombres encontramos que los supertemas que comparten entre ellos son las noticias y los avances tecnológicos, tanto en el ámbito de la ciencia como de la salud. Estas temáticas pueden ser compartidas con diversas personas, lo cual deriva en la reapropiación de los mensajes en distintas comunidades (de apropiación), siendo para ellos la más importante su familia.

Respecto a los géneros de televisión, los más vistos son los periodísticos y de entretenimiento. Esto se explica por varias razones: primero que todo, hay que decir que la necesidad de sentirse parte de la sociedad y de sus acontecimientos, los hace querer estar informados de lo que sucede a su alrededor. Además, para los y las entrevistadas, es fundamental el poder tener un tema de conversación actual, ya que con esto se sienten vigentes y con autoridad para opinar, lo que les reporta una gran satisfacción al sentirse intelectualmente activos.

Por otra parte, además de los noticiarios, los adultos mayores se exponen a los reportajes tanto de actualidad como de otros temas, lo que a juicio de ellos, les otorgan un conocimiento más profundo. Además, les permite informarse sobre otras realidades, por lo tanto, lo toman como una manera de acceder a otras culturas; aspecto importante, sobre todo entre quienes viven en el Hogar, si tomamos en cuenta la imposibilidad que tienen de interactuar de una forma más directa con otras realidades.

En el género de entretenimiento, los programas favoritos son los misceláneos, porque su transmisión es en vivo, lo que les produce una sensación de cercanía. En este tipo de espacios televisivos además de la variedad de temas, asisten diferentes invitados, entre los cuales casi siempre hay humoristas, cantantes, bailarines, entre otros personajes. Estos les transmiten vitalidad y energía, lo que les levanta el ánimo, hace reír y ayuda a evadir la realidad. Así, es posible desprender que los conductores juegan un papel preponderante en el proceso comunicativo, a través del nivel de empatía y de la presencia de las características que este grupo etéreo pide ver en ellos.

Ahora bien, resalta la preferencia de dos programas infantiles: el “Chavo del Ocho” y el “Profesor Rossa”. Este último, lo entendemos por las características del lenguaje audiovisual lúdico que posee, donde se utilizan materiales didácticos lo que hace que el

mensaje se entienda mejor y más fácil. Por otra parte, dicen que el “El Profesor Rossa” les evoca ternura y los hace sentir alegres, satisfaciendo así una necesidad afectiva.

Del “Chavo del Ocho”, entendemos que les gusta por el nivel de familiaridad y por el largo tiempo de trayectoria del programa. Además, las temáticas que trata, abordan valores como el compañerismo, la solidaridad e importancia de la familia, entre otros, que a los adultos mayores les gusta ver en la televisión.

La demanda que expresan de programas culturales (definido por ellos como aquellos espacios que les aporten un conocimiento nuevo, sea este de cualquier índole), y de que la televisión en general debe mantener una línea educativa, se puede entender, en parte, porque en los años '60, cuando se inicia la televisión en Chile, ésta era, más bien, enfocada a la educación. Asumimos que ellos se iniciaron con ese tipo de televisión y creen que esa característica debe permanecer. Esto también está planteado por Valerio Fuenzalida, en las diferencias del lenguaje lúdico afectivo, usado por la TV en relación con el tradicional lenguaje lecto- escrito, lo que trajo como consecuencia una demanda a nivel social de percibir a la televisión como una nueva fuente que entregará conocimientos similares a la escuela, o de la alta cultura

.

Usos que hacen de la Televisión abierta

Antes de hablar de los usos que los adultos mayores hacen de la televisión, quisiéramos afirmar que las personas, en general, al exponerse a un medio de comunicación, no siempre lo hacen tomando conciencia del uso que le dan. Más bien, piensan en ello cuando uno les pregunta. Esta es la razón por la que mucho de los usos que aparecen en esta investigación, han sido atribuidos según lo que nosotras hemos observado.

En primer lugar, y basándonos en lo que James Lull denominó como los “usos sociales”, hemos detectado algunas necesidades que, en parte, pueden ser satisfechas por la exposición a la TV.

El uso estructural, definido por el autor como la utilización de los medios como una manera de obtener compañía, se da en el caso de todas las mujeres y un hombre de casa particular, quienes encienden la televisión mientras realizan actividades domésticas o tareas manuales. De esta manera, el medio es usado para hacer menos tediosa una labor, al

escuchar la información que se está transmitiendo, mientras se aprovecha el tiempo haciendo otras actividades y si el mensaje es de su interés se le presta más atención.

Por otra parte, nos encontramos con el apartado relacional, uso que según Lull, tiene que ver con lo que muchas veces se ha denominado como “acuñación de intercambios”, es decir, que los medios de comunicación proporcionan un terreno común para dar a conocer las propias opiniones. En el marco de nuestra investigación, el uso de comentar –el cual responde al uso relacional– se presentó mucho más fuerte en los hombres del Hogar de ancianos. Lo cual, seguramente, se da por la rutina diaria, la falta de actividades sociales externas al establecimiento y la situación de compartir los espacios cotidianos con personas no elegidas por ellos. Es por esto, que le otorgan un nivel de importancia muy fuerte a comentar los contenidos de los mensajes exhibidos por la TV, ya que esos temas de conversación les posibilitan generar espacios o experiencias comunes y les da un motivo para reunirse.

Lo anteriormente expuesto puede respaldarse en la idea de Orozco, quien expone que el ver televisión va más allá del mero momento en el que el receptor está frente a la pantalla. Esto se da en el ámbito colectivo, por ende, trasciende a otras instancias, como por ejemplo, el de llevar los mensajes a las conversaciones con los pares. En esos momentos se produce una re- apropiación de los contenidos a los que se estuvo expuesto. En este sentido, Fuenzalida opina que lo anterior está ligado a una percepción asociativa, la que señala como la necesidad de comentar y de conocer las significaciones y apreciaciones de otros frente al mismo mensaje, lo cual trae un nivel de gratificación en la audiencia y permite captar, además de las significaciones que no se percataron en una primera exposición, las discrepancias que se puedan dar en los significados.

Junto a esto, y siguiendo con los usos sociales de Lull, el uso de afiliación - que considera a los medios de comunicación como vehículos para conseguir o evitar el contacto físico y verbal, además de reforzar las relaciones familiares- se observa entre las personas que viven en casa particular. Puesto que para ellas, no siendo primordial el contenido que tiene una programación determinada, la usan para juntarse, por ejemplo con los nietos o con parientes, como un momento para compartir y reunirse. Pensamos que en el caso de la relación abuelo-nieto, quizás les resulta más fácil reunirse teniendo como nexos la televisión, alejando así la diferencia generacional.

Conocer otras realidades y aprender, también se da fundamentalmente en los que habitan en el Hogar de ancianos. Estos usos, que según el teórico, están dentro de lo que él denominó como “aprendizaje social”, y vienen a constituir un reflejo de lo que significa residir en este tipo de vivienda, ya que el acceso a la cultura, a otros medios de comunicación y a actividades externas, se encuentra limitado. Esto sucede, principalmente, por los horarios que se establecen en el Hogar, por las condiciones de salud en que se encuentran y por la falta de recursos económicos debido a las bajas pensiones de jubilación que reciben. Por todas estas características, creemos que la televisión viene a llenar la carencia de socialización.

Al mismo tiempo, todos los adultos mayores reconocen que usan la televisión para informarse lo que, según el autor, corresponde al uso de “competencia-dominio”. Esto significa que utilizan el medio televisivo para revalidar sus argumentos, para ser un líder de opinión, o ser “el primero en tener la noticia”.

No obstante, y pese a que ya han sido identificados los cinco usos sociales de Lull, el uso de la entretención no se puede dejar fuera, sobre todo, cuando nos referimos a las personas que viven en el Hogar de ancianos, quienes mediante sus respuestas nos dejaron en evidencia que el entretenerse a través del medio constituye una de las principales respuestas frente al por qué utilizan la TV.

Al mismo tiempo, el uso de evadir la realidad, acortar el día y levantar el ánimo fue muy mencionado entre las personas del Hogar. Vimos que para ellos no era sólo un momento de diversión, sino también, y tal como un hombre lo dijo, la exposición a la TV les sirve para “alimentar el alma”.

Respecto a los que viven en casa particular, puede que también utilicen la televisión para levantar el ánimo o evadir la realidad, sin embargo, no quedó de manifiesto. No obstante, sí dijeron usarla para entretenerse. Creemos que esta diferencia con las personas de Hogar se produce por la posibilidad que tienen los de casa de acceder a otro tipo de actividades que les posibilita entretenerse.

Finalmente, podemos decir que el uso de la televisión de parte de los adultos mayores ayuda, en cierta forma, a cubrir las necesidades emocionales básicas que, según Villaseca, muchas veces, no son satisfechas en la tercera edad. Estas son: sentirse amado, útil y seguro.

De esta forma, la exposición de los adultos mayores a la televisión puede ser el resultado de la búsqueda por satisfacer, entre otras cosas, las necesidades anteriormente mencionadas.

Creemos que la necesidad de sentirse útil y seguro estaría mediada por el uso de “competencia-dominio” y el de sentirse amado, podría encontrar algo de satisfacción en el uso que Lull denominó como el de “afiliación”.

Valoraciones

Dentro de todas las características que enumeraron los adultos mayores entrevistados, es posible desprender que la televisión es considerada positiva por las posibilidades que les brinda, es decir por lo útil que les puede ser en algunas oportunidades. Vale decir, hay una conexión directa entre los usos y las valoraciones.

La importancia que le atribuyen a la televisión como medio de comunicación masivo, creemos que está directamente condicionada por el bajo consumo que tienen de otros medios, lo que se da tanto por las propiedades de la TV (imagen y sonido); como también, por ejemplo, las limitantes económicas para acceder al diario o a una revista. Por otra parte, en algunos casos, se presenta el deterioro de algunos sentidos, como la vista u oído, así como la pérdida de memoria, lo que les dificulta el uso de la radio o de algún medio escrito. El medio en sí lo catalogan como bueno, y en general no presentan grandes críticas a la televisión. De lo que destacan, lo más significativo son las posibilidades tecnológicas, como por ejemplo, las que brinda el satélite de informar sobre sucesos que ocurren en cualquier lugar del mundo al instante, lo cual es mucho más impactante para su generación, si consideramos la cantidad de cambios y avances que les ha tocado vivir en los últimos cuarenta años.

De los aspectos negativos, al citar la falta de profundidad y la carencia del tratamiento de ciertos temas, se está haciendo alusión a comparar la programación que entrega la televisión por cable. La valorización en este sentido se puede dar por el condicionamiento que existe en la televisión abierta a esperar un horario determinado para ver cierta programación. Por ejemplo, los entrevistados que les gusta ver los programas culturales, sólo lo pueden hacer los días en que se transmiten, en cambio el cable ofrece canales donde todo el día y la noche se exhiben estos espacios.

Debido a la importancia que le otorgan a los conductores, para los adultos mayores

es fundamental la manera en la que hablan y el vocabulario que utilizan. Frente a esta idea, realizan críticas además, por tener considerado como primordial que los animadores sean personas preparadas de forma profesional. También, al rechazar las groserías, hay una ligazón con el objetivo de que la televisión eduque, sobre todo por la preocupación que tienen de los niños y niñas que se exponen al medio.

La capacidad crítica que tienen de la televisión, se presenta en todos los grupos, menos en las mujeres de Hogar, pero sólo a la hora de evaluar los noticieros. Comprenden la construcción de realidad que existe en la televisión, y que cada canal tiene su línea editorial. Pero luego, al momento de darles la posibilidad de criticar o sugerir ideas nuevas para la programación, más bien se aferran a lo que ya conocen.

Con respecto al contenido de los programas, sólo una persona se refiere al hecho de que está en él, darle sentido a los contenidos entregados a través de la televisión. Por lo tanto, queda manifiesto un bajo nivel de conciencia respecto de la apropiación del mensaje, por parte del resto de los entrevistados con los que se trabajó. Es por esto que, en este punto, se puede hablar de una audiencia con cierto grado de pasividad. Sin embargo, todo lo anterior es posible de entender si pensamos que, para su generación, son absolutamente ajenos los términos como alfabetización medial o todo el trabajo que hay detrás de la elaboración de las informaciones y contenidos de los programas, a diferencia de lo que se enseña hoy en los colegios.

Dentro de la aparición del adulto mayor en la televisión, es posible ver que no existe una demanda fuerte por que aparezcan rostros de su misma edad. Sin embargo, al solicitar que las personas con trayectoria en la pantalla no se retiren, y a la vez exigir profesionalismo por parte de los conductores, se puede entender que ligan el profesionalismo con experiencias de trabajo. A esta misma idea, es posible vincular que los y las entrevistadas no quieren que salga en la televisión un adulto mayor que no tenga experiencia como conductor, dejando en evidencia una cuota de inseguridad, tanto por la misma idea del profesionalismo ligado a la trayectoria, como por el deseo de ver vitalidad, reflejado en la demanda de conductores entre 30 y 45 años.

Respecto a la petición de actores de su edad (en películas y teleseries) creemos que se da por la necesidad y satisfacción de los receptores de poder identificarse, tanto por las temáticas, como por los personajes que aparecen en la televisión y de poder ver una imagen

distinta y mejor de ellos.

Valerio Fuenzalida enfatiza que el proceso de identificación tiene como característica fundamental, que los receptores logren verse reflejados, vale decir que encuentren una similitud en la pantalla con su propia realidad. Por eso, hay una mayor inclinación a ver programas de producción nacional, pues éstos representan, ya sea por sus temáticas y personajes, parte de nuestra idiosincrasia.

Los adultos mayores con los que se trabajó, percibían que su imagen no estaba bien catalogada dentro de la sociedad. Por esto demandaron el tratamiento de temáticas positivas respecto de ellos y de imágenes de las personas de la tercera edad que se acercara más a su realidad. En este punto llama la atención que sólo piden presencia de adultos mayores en teleseries y películas, más que como invitados o conductores. Creemos que esto es, porque quieren sentirse parte de las historias (o supuestas realidades) que hacen los guionistas.

En relación con el programa ideal que le hicimos imaginar, más bien optaron por escoger los formatos de sus programas favoritos. Es decir, los misceláneos. Los horarios, duración, conductores y formatos preferidos son los mismos señalados en el consumo de televisión que ellos actualmente hacen. Creemos que esto está unido a una capacidad crítica presente, pero pasiva.

Por otro lado, al contrario de como pensábamos nosotras en un principio, no existe un gran interés porque haya un programa dirigido a su grupo etéreo específicamente. Sólo dos personas hacen referencia a ello. Según Valerio Fuenzalida, ahora existe una tendencia hacia la integración de las audiencias, es decir, son plurisegmentadas, lo que lleva a que los programas convoquen a personas de distintas edades y situaciones de vida. Nosotras entendemos su rechazo a la creación de un espacio sólo para ellos, como una forma de no querer sentirse segregados de la sociedad, sino que parte de ella, en la que coexisten diversos grupos de distintas edades e intereses.

Proyecciones

La situación de los adultos mayores, es una cuestión que involucra a todos los miembros de nuestra sociedad. Vale decir, no es sólo asunto de las políticas públicas que se formulen, sino que también, el cambio cultural que consideramos necesario pasa por la valorización de este grupo, ya sea desde las universidades, los medios de comunicación, los

núcleos familiares y una serie de agentes socializadores, que determinan la formación de los constructos que condicionan la importancia de un adulto mayor en la sociedad.

Está claro que la situación demográfica de nuestro país ha cambiado. Ya no somos el país joven de unos años atrás y el envejecimiento de nuestra población va aumentando en forma considerable, lo que, más allá de las cifras, va a traer un cambio en la sociedad. Es por esto, que el preocuparse de los adultos mayores y el investigar sobre su situación, expectativas y necesidades ya es un tema fundamental e imprescindible.

Como mujeres y comunicadoras, con una marcada sensibilidad en lo social, rechazamos el bajo interés que existe, en los lineamientos de estudios comunicacionales, respecto de este grupo etéreo, como también hacia otros grupos vulnerables.

Sin embargo, y tras realizar nuestra investigación, creemos que es fundamental abordar este tema de una manera interdisciplinaria. Es decir, desde la perspectiva sociológica, psicológica, de salud, histórica, de previsión social, entre otras. Con métodos cuantitativos y cualitativos, ya que de esta manera, se podría lograr un acercamiento más integral a la realidad del adulto mayor en Chile.

Es por esto, que creemos sería recomendable continuar con una investigación basada en la Escuela de los Estudios Culturales, ya que ésta considera las principales aristas que influyen en el desarrollo de una sociedad y su relación con los medios de comunicación masiva.

Así también, pensamos que sería interesante seguir conociendo las relaciones que hacen otros adultos mayores de la televisión abierta. Por ejemplo, se podrían integrar nuevos grupos socio-económicos, distintas realidades laborales y geográficas, entre otras variables.

Por otra parte, sería interesante extender el estudio a la televisión por cable y satelital, puesto que la programación es más diversa y tal vez se produzca una valoración distinta del medio y se satisfagan de otra manera sus necesidades.

Con respecto a las herramientas de investigación, sería recomendable complementar los datos con observación participante o historias de vida, para lograr una mayor profundidad en el conocimiento del contexto de las audiencias, sabiendo la importancia e influencia que tiene éste en el proceso de recepción televisiva.

Asimismo, consideramos necesario que se estudie la situación desde el punto de vista del emisor, para evaluar la construcción de realidad que se está haciendo acerca del

adulto mayor y de esta manera, se pueda representar de mejor forma a este grupo etéreo, con el fin de contribuir al cambio de visión que se tiene con respecto a ellos.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

- ARAOS, Carlos; CASTELLÓN, Lucía y ZOLEZZI, Pía. Televisión en América latina: El Caso Chileno, de Santiago, Chile Centro de Estudios Mediales de la Universidad Diego Portales.. Marzo de 1999.

- ARAOS, Carlos; CÁRDENAS, Claudia; CASTELLÓN, Lucía. Chile. Universidad Diego Portales, Centro de Estudios Mediales (CEM) “El Libro Blanco de las Comunicaciones en Chile: Descripciones Actuales y Perspectivas de Integración Hemisféricas”. 1998.

- Panorama comunal: Síntesis estadística Chile 1999. INE. Santiago, Chile. Agosto 2000.

- BARROS, Lezaeta. “Viviendo el envejecer”. Chile. Cuadernos del Instituto de Sociología. Pontificia Universidad Católica de Chile. 1991.

- BÖCKELMANN.F. Formación y funciones sociales de la opinión pública. Barcelona, España. Editorial Gustavo Gili. 1983.

- FUENZALIDA, Valerio. Televisión y Cultura Cotidiana: la influencia Social de la Tv percibida desde la cultura cotidiana de la audiencia. Santiago, Chile. Corporación de

Promoción Universitaria. 1997.

- FUENZALIDA Valerio y HERMOSILLA, María Helena. El televidente activo: Manual para la recepción activa de TV. Santiago, Chile. Corporación de Promoción Universitaria, 1991.

- HERNÁNDEZ, Roberto; FERNÁNDEZ, Carlos; BAPTISTA, Pilar. Introducción a la investigación. 2º edición. Colombia. Editorial Mc Graw.Hill Interamericana de México, S.A. de C.V. Octubre, 1994.

- MATTELART Armand y Michele. Historia de las teorías de la comunicación. Barcelona, España. Editorial Paidós Comunicación. 1997.

- MCQUAIL Denis y WINDAHL Sven. Modelos para el estudio de la comunicación colectiva. 3ª edición. Navarra, España. Editorial EUNSA. 1997.

- MCQUAIL Denis. Introducción a la teoría de la comunicación de masas. 2ª edición. Barcelona, España. Editorial Paidós Comunicación. 1991.

- MORLEY, Davis. Televisión , audiencia y estudios culturales. Buenos Aires, Argentina. Amorrortu Editores. 1996.

- OROZCO, Gómez, Guillermo. Investigar la Comunicación: Propuestas Iberoamericanas. La autonomía relativa a la audiencia: implicaciones metodológicas para el análisis de la recepción. Guadalajara, México. Universidad de Guadalajara. 1994.

- RUIZ Olabuénaga, José Ignacio. Metodología de la investigación cualitativa. Bilbao, España. Universidad de Deusto. 2º edición. 1999.

- SÁEZ Carreras, Juan. Tercera edad y animación sociocultural. España, Madrid. Editorial Dickinson. 1997.

- SCHMUCLER, Héctor. De la revolución verde a la revolución informática. En: La prensa: del autoritarismo a la libertad. Santiago, Chile. CERC/ILET. 1989.
- SAPERAS, Enric. “Manual Básico de la teoría de la comunicación”. Barcelona. España. Ed. Cims. 1998.
- SILVA Opazo, Juana. Manual Básico para el autocuidado de los adultos mayores autovalentes. Chile. Instituto Nacional de Geriátrica “Presidente Eduardo Frei Montalva”. Julio, 1999.
- WIMMER, Roger; DOMINICK, Joseph. La investigación científica de los medios de comunicación. Barcelona, España. Bosch ediciones. 1996.
- ZUNZUNEGUI, María Victoria “et al”. Estudio del Adulto Mayor en Argentina, Chile y Uruguay: Situación y estrategias para la intervención. Informe de Síntesis: Chile. 2000.

Documentos institucionales

- Comité Nacional para el Adulto Mayor. Catastro Nacional de Organizaciones Sociales del Adulto Mayor. Chile. Ministerio Secretaría General de Gobierno. División de Organizaciones Sociales. Noviembre, 1998.
- Informe Comisión Nacional para el Adulto Mayor. Santiago, Chile. 1° de octubre de 1995.
- Memoria de gestión Octubre de 1995 a Enero de 2000. Chile. Comité Nacional para el Adulto Mayor. Secretaría Ejecutiva. Anexo n°4 Comunas con oficina del adulto mayor con programa y número de clubes y uniones comunales.

- Mideplan. Resultados Encuesta Casen 1998. Documento N° 10. Situación de los Adultos Mayores en Chile. 1998. Santiago de Chile, agosto de 1999.
- Mideplan. “Adultos Mayores y personas con discapacidades. Antecedentes según Censo 1992”. Chile.
- Ministerio de Planificación y Cooperación. “Balance de seis años de las políticas sociales, 1990-1996. Chile. Agosto de 1996.
- Panorama comunal: Síntesis estadística Chile 1999. INE. Santiago, Chile. Agosto 2000.
- Presidencia de la República. Comité Nacional para el Adulto Mayor. “Política Nacional para el Adulto Mayor”. Chile, 2000.

Revistas

- BARROS, Carmen. Significados y desafíos del envejecer. Estudio Social (68): 87 Trimestre 2, 1991.
- PUIJALO, Bernadette y TRINCAZ, Jacqueline. “El espejo de la sociedad”. El Correo de la Unesco. Enero, 1999.

Sitios Web

- Sistema de Información Regional. Gobierno de Chile. Ministerio de Planificación y Cooperación. <<http://infopais.mideplan.cl/>>.
- Consejo Nacional de Televisión de Chile. <<http://www.cntv.cl>>

Tesis

- ROS, Lorena. Estudio descriptivo comparativo de un grupo de adultos mayores institucionalizados y no institucionalizado. Santiago, Chile. Universidad Diego Portales. Facultad de Ciencias Humanas. Escuela de Psicología. 1993.

- GUTIÉRREZ, Paola; MATURANA, Carolina; TORRES, Marcela; PALOMINOS, Marcela: “Análisis del sector de Televisión Abierta y cerrada, incidencias en la gestión de marketing y publicidad”. Santiago, Chile. Universidad Diego Portales. Facultad de Ciencias Administrativas. Escuela de Ingeniería de Ejecución. 1999.

Otros

- Apuntes de la Cátedra de Medios y Nuevas tecnologías. Profesor Alejandro Murua, revisión del texto de Martínez Albertos: “Periodismo televisado, visualización de la noticia” Universidad Diego Portales. 1996.

BARROS, Carmen. Significados y desafíos del envejecer. Estudio Social (68): 87 Trimestre 2, 1991.

PUIJALO, Bernadette y TRINCAZ, Jacqueline. “El espejo de la sociedad”. El Correo de la Unesco. Pág. 28. Enero 1999.

Ibíd. Pág. 29.

SILVA Opazo, Juana. “Manual Básico para el autocuidado de los adultos mayores autovalentes”. Chile. Instituto Nacional de Geriátrica “Presidente Eduardo Frei Montalva”. Julio, 1999. Pág. 4.

Ibíd. Pág. 21.

BARROS. Op. Cit. Pág. 88.

SÁEZ Carreras, Juan. “Tercera edad y animación sociocultural”. España, Madrid. Editorial Dickinson. 1997. Pág. 30.

BARROS. Op. Cit. Pág. 91-92.

De esta institución se habla en el punto 6.2, Hacia la política actual.

Comit

Nacional para el Adulto Mayor. "Catastro Nacional de Organizaciones Sociales del Adulto Mayor". Chile. Ministerio Secretaría General de Gobierno. División de Organizaciones Sociales. Noviembre, 1998. Sin número de página.

Ibídem. Sin número de página.

Ibídem. Sin número de página.

Memoria de gestión Octubre de 1995 a Enero de 2000. Chile Comité Nacional para el Adulto Mayor. Secretaría Ejecutiva. Anexo n°4 Comunas con oficina del adulto mayor con programa y número de clubes y uniones comunales.

Mideplan. Resultados Encuesta Casen 1998. Documento N° 10. Situación de los Adultos Mayores en Chile. 1998. Santiago de Chile, agosto de 1999.

Mideplan. "Adultos Mayores y personas con discapacidades. Antecedentes según Censo 1992".

Informe Comisión Nacional para el Adulto Mayor. Santiago, Chile. 1° de octubre de 1995.

ZUNZUNEGUI, María Victoria "et al". Estudio del Adulto Mayor en Argentina, Chile y Uruguay: Situación y estrategias para la intervención. Informe de Síntesis: Chile.

Por ser muchos datos no se citará a la fuente cada vez.

Ibídem. Pág. 32.

Sistema de Información Regional. Gobierno de Chile. Ministerio de Planificación y Cooperación. <<http://infopais.mideplan.cl/>>.

ZUNZUNEGUI. Op. Cit. Pág. 31.

ROS, Lorena. Estudio descriptivo comparativo de un grupo de adultos mayores institucionalizados y no institucionalizado. Santiago, Chile. Universidad Diego Portales. Facultad de Ciencias Humanas. Escuela de Psicología. 1993. Pág. 26.

SILVA. Op.Cit. Pág.7-17.

Para evitar tecnicismos de la psicología se ha optado por utilizar en la dimensión social y psicológica del envejecimiento la tesis de Lorena Ros, citada anteriormente, por el claro lenguaje utilizado.

BARROS, Lezaeta. "Viviendo el envejecer". Chile. Cuadernos del Instituto de Sociología. Pontificia Universidad Católica de Chile. 1991. Pág. 69.

Op. Cit. BARROS. Pág. 143.

Op. Cit. ROS. Pág. Pág. 48.

BARROS, C. Citado en Op. Cit. ROS. Pág. 48-49.

VILLASECA, P. Citado en Op.cit. Barros. Pág 51-52.

SILVA. Op.Cit. Págs. 61-63

Ministerio de Planificación y Cooperación. “Balance de seis años de las políticas sociales, 1990-1996. Chile. Agosto de 1996. Pág. 274.

Ibídem. Pág. 274.

Presidencia de la República. Comité Nacional para el Adulto Mayor. “Política Nacional para el Adulto Mayor”. Chile, 2000. Pág. 15.

Ibídem. Pág. 16.

Con el objetivo de resumir de mejor manera la Política Nacional para el Adulto Mayor se copió parte de un folleto elaborado por el Comité Nacional para el Adulto Mayor.

Op.cit. ZUNZUNEGUI, M. Victoria. Págs. 79, 80 y 81.

MATTELART Armand y Michele. Historia de las teorías de la comunicación. Barcelona, España. Editorial Paidós Comunicación. 1997. Pág. 24.

Op.cit. MATTELART Armand y Michele. Historia de las teorías de la comunicación . Pág. 27

Ibidem. Pág. 28

MCQUAIL Denis y WINDAHL Sven. Modelos para el estudio de la comunicación colectiva. 3ª edición. Navarra, España. Editorial EUNSA. 1997. Pág. 43.

Op.cit. MATTELART Armand y Michele. Historia de las teorías de la comunicación . Pág. 35

Ibidem. Pág. 39

Op. Cit. MCQUAIL Denis, WINDAHL Sven. Modelos para el estudio de la comunicación colectiva.Pág. 158.

Ibidem. Pág. 158.

Ibidem. Pág. 158.

MCQUAIL Denis. Introducción a la teoría de la comunicación de masas. 2ª edición. Barcelona, España. Editorial Paidós Comunicación. 1991. Pág. 299.

Op. Cit. MCQUAIL Denis, WINDAHL Sven. Modelos para el estudio de la comunicación colectiva.Pág. 160.

Op. Cit. MCQUAIL Denis. Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Pág.301.

Op. Cit. MATTELART Armand y Michele. Historia de las teorías de la comunicación .
Pág. 102.

Op. Cit. MCQUAIL Denis, WINDAHL Sven. Modelos para el estudio de la comunicación
colectiva. Pág. 166.

Ibidem. Pág. 166.

Op. Cit. MCQUAIL Denis. Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Pág.
299.

Ibidem. Pág. 300.

Ibidem. Pág. 73

Ibidem. Pág. 74

MORLEY, Davis. Televisión , audiencia y estudios culturales. Buenos Aires, Argentina.
Amorrortu Editores. 1996. Pág. 59.

Op. Cit. MATTELART Armand y Michele. Historia de las teorías de la comunicación.
Pág. 90.

Ibidem. Pág. 91.

Ibidem. Pág. 91.

Op. Cit. Pág. 92.

FUENZALIDA Valerio y HERMOSILLA, María Helena. El televidente activo: Manual
para la recepción activa de TV. Santiago, Chile. Corporación de Promoción Universitaria,
1991. Pág. 107.

Ibidem. Pág. 108.

Ibidem. Pág. 109.

SCHMUCLER, Héctor. De la revolución verde a la revolución informática. En: La prensa:
del autoritarismo a la libertad. Santiago, Chile. CERC/ILET. 1989. Pág. 50.

Op.cit. FUENZALIDA y HERMOSILLA. El televidente activo. Pág. 109.

Ibidem. Pág. 110.

Ibidem. Pág. 111.

Ibidem. Pág. 112.

Ibidem. Pág. 113.

BÖCKELMANN, F. Formación y funciones sociales de la opinión pública. Barcelona, España. Editorial Gustavo Gili. 1983. Pág. 112.

Ibidem. Pág. 112.

OROZCO, Gómez, Guillermo. Investigar la Comunicación: Propuestas Iberoamericanas. La autonomía relativa a la audiencia: implicaciones metodológicas para el análisis de la recepción. Guadalajara, México. Universidad de Guadalajara. 1994. Pág. 182.

Op.Cit. OROZCO Gómez, Guillermo. Investigar la Comunicación.. Págs. 184-185.

Ibidem .Pág. 188.

Op. Cit. McQUAIL, Denis. Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas. Pág. 294.

Ibidem. Pág. 293, 294.

Op. Cit. OROZCO Gómez, Guillermo. Investigar la Comunicación: Propuestas Iberoamericanas. Pág. 192.

Op. Cit. BÖCKELMANN, F. Formación y funciones sociales de la opinión pública. Pág. 115.

Op.Cit. OROZCO Gómez, Guillermo. Investigar la Comunicación: propuestas iberoamericanas. Pág. 193.

Ibidem. Pág. 193.

OROZCO Gómez, Guillermo. Recepción Televisiva: tres aproximaciones y una razón para su estudio. Ciudad de México, México. Universidad Iberoamericana. 1991. Pág. 23.

FUENZALIDA, Valerio. Televisión y Cultura Cotidiana. Santiago, Chile. Corporación de Promoción Universitaria. 1997. Pág. 142.

Op.Cit. OROZCO, Guillermo .Recepción Televisiva: tres aproximaciones y una razón para su estudio.

Pág. 33.

Op. Cit. FUENZALIDA, Valerio. Televisión y Cultura Cotidiana. Pág. 140.

Op. Cit. OROZCO, Guillermo. Recepción Televisiva: tres aproximaciones y una razón para su estudio.

Pág. 23.

Ibidem. Pág. 29.

Op. Cit. OROZCO, Guillermo. Recepción Televisiva: tres razones y una aprox. para su estudio. Pág. 35.

GUTIÉRREZ, Paola; MATURANA, Carolina; TORRES, Marcela; PALOMINOS, Marcela: “Análisis del sector de Televisión Abierta y cerrada, incidencias en la gestión de marketing y publicidad”. Santiago, Chile. Universidad Diego Portales. Facultad de Ciencias Administrativas. Escuela de Ingeniería de Ejecución. 1999. Pág. 3.

Ibidem. Página 5.

Ibidem. Página 5.

Op. Cit. FUENZALIDA, Valerio: Televisión y Cultura Cotidiana... Página 193.

Apuntes de la Cátedra de Medios y Nuevas tecnologías. Profesor Alejandro Murua, revisión del texto de Martínez Alberto: “Periodismo televisado, visualización de la noticia” Universidad Diego Portales. 1996.

Op. Cit. Gutiérrez. Página 3.

Fuenzalida, Valerio: Televisión y Cultura... Op. cit. Página 193.

Ibidem. Página 34 a 41

Ibidem. Página 34.

Ibidem. Página 35.

Ibidem. Página. 36.

Ibidem. Página 37.

La elipsis se refiere a la “omisión de elementos de continuidad real, lo que se traduce en saltos narrativos en el espacio y el tiempo”. Ibidem. Página 38.

Ibidem. Página 38.

Ibidem. Pág. 41.

La información fue obtenida del texto elaborado por el Centro de Estudios Mediales de la Universidad Diego Portales. Televisión en América latina: El Caso Chileno, de Araos, Carlos; Castellón, Lucía y Zolezzi, Pía. Santiago, Chile. Marzo de 1999. De la página 2 a la 16.

ARAOS, Carlos; CÁRDENAS, Claudia; CASTELLÓN, Lucía. Chile. Universidad Diego Portales, Centro de Estudios Mediales (CEM) “El Libro Blanco de las Comunicaciones en Chile: Descripciones Actuales y Perspectivas de Integración Hemisféricas”. 1998. Sin número de página.

Ibidem. Sin nº de página.

De modo aclaratorio al hablar de Televisión abierta, en términos de su definición, es aquella por la cual no se paga, pues constituye un bien libre, al que se accede mediante el aparato de televisión.

Ibidem. Tabla nº 13.

Ibidem. Tabla nº 14.

Ibidem. Tabla nº 16.

Consejo Nacional de Televisión de Chile. <<http://www.cntv.cl>>

Araos, Carlos; Cárdenas, Claudia; Castellón, Lucía. Universidad Diego Portales.... Op. Cit..

Ibid.

Resultados de una encuesta elaborada por el DESUC y el CNTV.

Gutierrez, Paola; Maturana, Carolina.... “Análisis Industrial del sector de la Televisión abierta y cerrada... Op. Cit. Página 6

Ver anexo de entrevista a la secretaria de Estudios del Consejo Nacional de Televisión

Ver anexo de entrevista a Daniela Huneuss

Ibidem

Ibidem

Ver anexo entrevista a Manuel Pereira.

Ibídem. Pág.

Ver anexo, entrevista a Valerio Fuenzalida. Pág.

Ibidem.

Ibidem.

Ver Anexos, entrevista a Gustavo Ruz Zañartu.

Ibidem

Ibidem

Ibidem

“Nosotros. Adultos Mayores”. Resumen de las ponencias del Seminario Internacional Adultos Mayores. Integración Social, Cambio Cultural y Calidad de Vida. Desafíos para el nuevo Siglo” Santiago, Chiel 2,3y 4 de noviembre de 2000.

Ibidem

Op. Cit... Entrevista a Gustavo Ruz.

Ibidem

Op. Cit. “Nosotros. Adultos Mayores. Resumen de ...

HERNÁNDEZ, Roberto; FERNÁNDEZ, Carlos; BAPTISTA, Pilar. Introducción a la investigación. 2º edición. Colombia. Editorial Mc Graw.Hill Interamericana de México, S.A. de C.V. Octubre, 1994.Pág.59

SAPERAS, Enric. “Manual Básico de la teoría de la comunicación”. Barcelona. España. Ed. Cims. 1998. Pág. 154.

WIMMER, Roger; DOMINICK, Joseph. La investigación científica de los medios de comunicación. Barcelona, España. Bosch ediciones. 1996. Pág 145.

Ibidem. Pág 146

RUIZ Olabuénaga, José Ignacio. Metodología de la investigación cualitativa. Bilbao, España. Universidad de Deusto. 2º edición. 1999. Pág. 65.

Ibídem. Pág. 66

Panorama comunal: Síntesis estadística Chile 1999. INE. Santiago, Chile. Agosto 2000. Pág 40-42 y 404-405.

ARROYO, A; CORREA, I; MIX,C; TRONCOSO, P: “Estudio de Hogares de Larga Estadía para Adultos Mayores”. Región Metropolitana. Santiago, Chile Enero 2.000. Páginas 63 - 65.

Ibidem I. Parte, ver en las descripciones de cada hogar citado.

Ibídem. Pág. 166.

Ibídem.Pág 170.

Aptitud de analizar los mensajes emitidos y/o reconocer construcciones de realidad o intencionalidades por parte de los emisores de las imágenes. Poder sugerir cambios o manifestar desacuerdo con lo emitido.

Referirse al punto I.II del marco teórico

Refiérase al punto I.III del marco teórico.

Refiérase al punto I.I del marco teórico.

PÁGINA

PÁGINA

ÕíÊíííííÏÃÖÏÀííííÀ

ÎÊííííííÏÃÖÏÀííííÀð

¼ííííííí

}umjgdaj^

~ytojea

{vqlgb}X

z? |? |? }? ? ? ? ? ? ? ? ? ? ? ? ? ? ? ýññññè?

ññññèæ?

ÿÏííííííí

Ôíííííííí

|yvspmjg

rmgd^[XU

ÈÈÈÈÆÆÈÈóÈ

ÈÈÈÆÆÈÈóÈÃ

ÈøøÈøøÈ

øøÈøøÈÈ

~{xurol

rnlrrrrlrr

õâõõPÛ×

âõõPÛ×õ

õââââââââ`

øøöö? ? ? øøööøø? øøøø? ö ? öøøì? ? ? øøøöö? øøø? øö? øøøø

øøø? ? ? øøøøøø? ðøøø?ö ?ö öøø? ? ? òøøøø? öøø? ðø? åøøøø

ûôððôíûððë?

Æôððôðôðôð

ôððôðôðôðû

óóóóó



Información disponible en el sitio ARCHIVO CHILE, Web del Centro Estudios “Miguel Enríquez”, CEME:
<http://www.archivochile.com>

Si tienes documentación o información relacionada con este tema u otros del sitio, agradecemos la envíes para publicarla. (Documentos, testimonios, discursos, declaraciones, tesis, relatos caídos, información prensa, actividades de organizaciones sociales, fotos, afiches, grabaciones, etc.)

Envía a: archivochileceme@yahoo.com

NOTA: El portal del CEME es un archivo histórico, social y político básicamente de Chile y secundariamente de América Latina. No persigue ningún fin de lucro. La versión electrónica de documentos se provee únicamente con fines de información y preferentemente educativo culturales. Cualquier reproducción destinada a otros fines deberá obtener los permisos que correspondan, porque los documentos incluidos en el portal son de propiedad intelectual de sus autores o editores. Los contenidos de cada fuente, son de responsabilidad de sus respectivos autores, a quienes agradecemos poder publicar su trabajo. Deseamos que los contenidos y datos de documentos o autores, se presenten de la manera más correcta posible. Por ello, si detectas algún error en la información que facilitamos, no dudes en hacernos llegar tu [sugerencia / errata](#).

© CEME web productions 2003 -2007