

**UNIVERSIDAD DE HOLGUÍN OSCAR LUCERO MOYA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

**TESIS EN OPCIÓN AL GRADO DE MÁSTER
EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
CON MENCIÓN EN PERIODISMO**

**Título: La representación mediática del adulto mayor
en los espacios informativos de Radio Angulo**

AUTOR: Lic. Carlos Alberto Pupo Osorio

TUTOR: Dra. Iliana Concepción García

HOLGUÍN, 2014

Pensamiento

La sabiduría proporciona tres cosas: pensar bien, hablar bien y obrar bien.

Demócrito de Abdera

Dedicatoria

A mi familia

A todas las personas que ya son adultos mayores, porque han vivido y viven, todos los momentos, gloriosos y críticos, épicos siempre, de esta historia que llamamos Revolución

Agradecimientos

A Nadia, por su apoyo y cariño a toda prueba

A Iliana, por su ejemplo, afecto y confianza en mí, desde siempre

A Sara y Maricelis, por su ayuda en tiempos difíciles

A Kenia y Mariana, por los momentos vividos en el Alba

A Lauren y Sandra, mis dos cariños incondicionales

A Ania, por su nobleza

A Eddy, por su ayuda y ser amigo

A Alice, por su distante cercanía

A Betty, por compartir charlas salpicadas de humo

A Campanita, por su alegría contagiosa

A mis amigos, Aldo, Dayán, Leo, Yoiner, por todo

A Morita, por ser especial

A Alex, por su ayuda en momentos críticos

A los amigos y amigas que no menciono, porque a veces las palabras no son suficientes

A todos mis compañeros y compañeras de trabajo

Agradecimientos especiales a la Doctora Yamile y al Doctor Fonseca, por sus oportunos señalamientos

Resumen

Dentro de una década, cerca de la cuarta parte de la población holguinera será mayor de 60 años. La vejez ha existido desde siempre; pero el envejecimiento poblacional es un fenómeno reciente que ha provocado su abordaje desde las más diversas disciplinas orientadas a un objetivo: lograr un mejor entendimiento de la vejez como estado y del envejecimiento como proceso. Todo a fin de favorecer una mejor calidad de vida del adulto mayor.

Al ser un proceso natural, biológico, pero también psicosocial y cultural, una línea importante de investigación es la representación simbólica de la vejez. Dentro de ella, el análisis de la influencia de los medios de comunicación como instancias relevantes en la construcción simbólica de lo público ha devenido objeto de particular atención. Por tal motivo, este trabajo se orienta a la caracterización de la representación mediática del adulto mayor. Se fundamenta en los aportes de la teoría de las representaciones sociales y del encuadre mediático como corrientes dominantes en el estudio de las representaciones mediáticas.

Por constituir la representación de la realidad una función privilegiada del discurso periodístico, es este tipo de discurso el que se ha tomado como objeto de análisis a través de técnicas propias del análisis cuantitativo y cualitativo de los contenidos mediáticos. Concretamente, se tomó el discurso radiofónico como muestra, pues, en el contexto holguinero, es el medio de mayor alcance debido a la existencia de un sistema territorial de radio que comprende varias emisoras y estudios conectados a la planta matriz de Radio Angulo. De modo más específico, se analizó el contenido de los espacios informativos a fin de caracterizar los componentes cognitivos de la representación mediática del adulto mayor, e identificar los diferentes discursos dentro de su campo de representación.

Palabras clave: Representación mediática, representación social, encuadre mediático, discurso periodístico, discurso radiofónico, rasgos cognitivos de la representación, campo de representación, discursos dentro del campo de representación.

Índice

INTRODUCCIÓN-----	1
CAPÍTULO I: REPRESENTACIÓN MEDIÁTICA DEL ADULTO MAYOR: CONSIDERACIONES TEÓRICO-METODOLÓGICAS	
1.1 Acerca de las representaciones mediáticas. Antecedentes, conceptos y posiciones teóricas predominantes-----	8
1.1.1 El adulto mayor como objeto de representación-----	22
1.2 Consideraciones metodológicas acerca del estudio de la representación mediática del adulto mayor en los espacios informativos de Radio Angulo-----	29
1.2.1 Un acercamiento al discurso periodístico y el periodismo radiofónico-----	35
CAPÍTULO II: REPRESENTACIÓN MEDIÁTICA DEL ADULTO MAYOR EN LOS ESPACIOS INFORMATIVOS DE RADIO ANGULO	
2.1 Precisiones sobre el contexto y la referencia	
2.1.1 Radio Angulo: Una mirada a su historia y programación-----	41
2.1.2 Acerca de la situación socio demográfica del envejecimiento en Holguín-----	46
2.2 Rasgos esenciales de la representación mediática del adulto mayor en los espacios informativos de Radio Angulo	
2.2.1 Rasgos de la representación mediática en los materiales publicados en la página Web de Radio Angulo-----	52
2.2.2 Rasgos de la representación mediática en los materiales publicados en los programas “Contigo”, “Noticias al Mediodía” y “De Primera Mano”-----	63
2.2.3 Rasgos cognitivos de la representación mediática del adulto mayor en los espacios informativos de Radio Angulo-----	69
CONCLUSIONES-----	77
RECOMENDACIONES-----	80
BIBLIOGRAFÍA-----	81
ANEXOS	

INTRODUCCIÓN

El Consejo de Derechos Humanos adoptó, en su vigésima cuarta sesión ordinaria celebrada del 9 al 27 de septiembre de 2013, la resolución sobre los derechos humanos de las personas mayores. Cuba estuvo entre los 21 países que propusieron el proyecto.

Además del cambio climático, la pobreza, el agotamiento de las fuentes de energía, las consecuencias de las guerras y el desarrollo desigual, el mundo debe enfrentar uno de los mayores retos que ha tenido a lo largo de su historia. El envejecimiento poblacional y sus consecuencias son un hecho reconocido como proceso complejo de gran impacto socioeconómico y cultural. Desde el punto de vista demográfico, es un aumento de la proporción de personas de edad avanzada en relación con el resto de la población; es un fenómeno que afecta no sólo a los países más desarrollados, sino también a los que están en vías de desarrollo.

Cuba no está ajena a esta situación y se considera que, de mantenerse el ritmo actual, será el país más envejecido de América Latina en los próximos cincuenta años. En estos momentos cuenta con un 15 por ciento de personas mayores de 60 años (García, s/f: p.9), hacia el 2025 será superior al 20 por ciento y en el 2050 cerca de la cuarta parte de la población cubana estará dentro de la categoría de adulto mayor. Aunque el país dispone de un Programa Nacional de Atención al Adulto Mayor que contiene aspectos relacionados con “la promoción, prevención, asistencia y rehabilitación, así como la integración de ese segmento poblacional a la familia y a la comunidad”(Rodríguez, s/f:p.1); el reto de enfrentar el envejecimiento poblacional requiere de estrategias a largo plazo. Así se reconoce en los Lineamientos para la Política Económica y Social aprobados en el VI Congreso del Partido, cuando propone en el acápite 114 “brindar particular atención al estudio e implementación de estrategias en todos los sectores de la sociedad para enfrentar los elevados niveles de envejecimiento de la población”.

Los resultados oficiales del Censo Nacional de Población y Viviendas realizado en el 2012 confirman la tendencia al envejecimiento de la población cubana y se pronostica que hacia el 2035, habrá unos 3,6 millones de personas mayores de 60 años. Si tenemos en cuenta que al finalizar el 2012, el Anuario Estadístico de

Salud Pública señalaba que existían en el país 144 hogares o asilos de ancianos y 233 casas del abuelo y solo había 485 geriatras en todo el país, es evidente que la capacidad de atención institucional a este sector está lejos de ser suficiente.

Aunque Holguín no está en estos momentos entre las provincias más envejecidas, su 17,8 por ciento de personas mayores de 60 años la ubican por encima de la media nacional. Además, en el estudio “Evolución del envejecimiento de la población holguinera: tendencias futuras”, realizado en el 2009 por el Departamento de Demografía Censo y Encuesta indica que para el 2025, el 25.4% de la población será mayor de 60 años. Eso significa que en ese año alcanzaremos la cuarta parte de población envejecida que se le pronostica al país para el año 2050. Aunque las cifras son tentativas, todos los estudios coinciden en la tendencia al incremento de la población envejecida y en las pocas probabilidades de revertir este proceso.

Hasta el momento, la mayor responsabilidad por enfrentar esta situación ha recaído sobre Salud Pública y Seguridad Social, con la colaboración de varias instituciones como la Dirección Nacional de Deportes, los ministerios de Educación y de Educación Superior, entre otras, y las propias familias por supuesto. También se ha promovido la investigación desde las ciencias socio-demográficas, las ciencias de la salud, las ciencias pedagógicas y la psicología social. No obstante, al constituir un fenómeno que involucra individuos, familias, comunidades, instituciones a todos los niveles, se debe tomar en cuenta a los medios de comunicación masiva como instancias relevantes en el tratamiento de los aspectos relacionados con el interés público. Se asume en este caso la propuesta de Julio García Luís (2013):

“Lo público [...] es lo que resulta visible u observable, aquello que se realiza ante espectadores, lo que se expone a todos o a muchos para que sea visto u oído, o para que tengan noticia de ello. (...) Así la dicotomía *público-privado* tiene que ver con *lo público versus lo privado*, con la *apertura versus el secretismo*, con la *visibilidad versus la invisibilidad*” (Thompson, 1998: 166. Citado por Garcés) (p.23)

Es evidente que la investigación y propuesta de soluciones relacionadas con el envejecimiento requiere de abordajes multidisciplinares. En el caso de los medios de comunicación masiva, su contribución estará relacionada con las funciones básicas que el autor mencionado (García Luís, 2013: p.31) le atribuye: brindar información útil, relevante, opinar y contribuir a la interpretación de los acontecimientos, investigar la realidad y “ayudar a la movilización social orientada hacia los principales objetivos económicos, políticos y sociales del país”, entre otras. En síntesis, contribuir a la participación consciente y activa de todos los actores sociales involucrados en la solución de los asuntos públicos. Pero la claridad con que son definidas las funciones contrasta abiertamente con la complejidad que implica cómo hacerlo. Los medios no son simples mediadores, intermediarios, sino verdaderos actores sociales que producen institucionalmente información y conocimientos.

Los medios no pueden imponer una idea o un comportamiento, pero al abordar objetos sociales y focalizar la atención sobre ellos influyen en lo que se denomina representaciones sociales, formas del conocimiento cotidiano que se convierten en guías prácticas para la acción. En este sentido “numerosas representaciones son sociales porque son transmitidas por los medios de comunicación, de ahí el interés que tiene el análisis del contenido de estos medios de comunicación para el estudio de las representaciones sociales” (Cortez, s/f: p.2). Pero no se trata de que los medios sean portadores de representaciones sociales, más bien construyen determinadas representaciones mediáticas que al ser difundidas por ellos a lo largo del tiempo, van creando esquemas interpretativos de los eventos que ocurren en el acontecer público. En ocasiones, esquemas flexibles que permiten una apropiada interpretación de lo que acontece y, en consecuencia, favorecer comportamientos ajustados al objeto social focalizado; otras, pueden devenir estereotipos simplificadores, que, en las condiciones actuales de diversidad y acceso informativo, pierden eficacia en la orientación de la acción social.

Ahora bien, no todos los objetos tratados por los medios devienen en representación mediática de los mismos. Hay condiciones de emergencia de una

representación mediática. Deben ser objetos atribuibles a un grupo, o grupos, y sobre los que hay una información insuficiente, o excesiva. Si existe cierta ambivalencia en su definición, o son potencialmente conflictivos, o constituir una amenaza real o percibida. Es necesario que suscite datos o necesidad de información en torno a ellos, moviliza actitudes, favorables o no, llevan de manera implícita o explícita determinados valores y se proponen pautas de comportamiento al respecto. Por tal motivo es que las representaciones mediáticas, tal y como se las estudia, se suelen formar en torno a fenómenos como la violencia, el terrorismo, movimientos sociales, conflictos relacionados con el género, los emigrantes, las minorías, ya sean políticas, sociales o étnicas, malestares sociales. Cuando el objeto de representación se trata de un grupo humano, por lo general, influye en la formación de representaciones mediáticas el hecho de que se desdibujen las fronteras identitarias con respecto a otros grupos, o porque se tomen o justifiquen acciones hacia o contra esos grupos.

Hay antecedentes en cuanto al estudio de la representación que proponen los medios respecto a movimientos sociales (Aguiló, 2004), sobre educadores (Cabero, 2002), sobre la ciencia (Domínguez, 2006), sobre género (López, 2005; Vega, 2008), sobre terrorismo (Mayorga, 2007), sobre desastres (Vicente, 2005), sobre inmigrantes (Igartua, et.al., 2004), entre otras. Respecto al adulto mayor, hay pocas investigaciones que lo aborden desde la perspectiva de los medios. Cabe señalar los estudios de María Eugenia Polo (2010), Natalia Muñiz (2010), Mónica Roqué (2012), Alcira Tejada (2010) y María José Torrejón (2007). Respecto a la relación adulto mayor y medios de comunicación, se hace énfasis en la poca representación que se hace de este grupo etéreo, pues predominan las temáticas sobre la juventud; pero llaman la atención sobre el hecho de que en la representación que se hace del adulto mayor, se reproduzcan estereotipos, positivos o negativos, que no tienen que ver con la situación actual de los mismos, ni favorecen una adecuada auto representación, ni la representación que otros grupos se hacen de ellos. Esto incide negativamente en la reinserción social de los adultos mayores, a partir de los nuevos roles que asumen, especialmente al cesar el vínculo laboral.

En el caso de nuestro país, las investigaciones se realizan en lo esencial desde las ciencias de la salud, la psicología social y la educación, pero no hay antecedentes relevantes sobre su estudio desde perspectivas comunicológicas, especialmente la centrada en el rol de los medios de comunicación y el tratamiento del proceso de envejecimiento en Cuba de forma general, ni del tratamiento del adulto mayor como resultado de ese proceso. En una investigación enfocada al problema desde la comunicación social realizada en nuestro territorio (Pupo, 2010), se detectó que el tema no había sido abordado de manera sistemática por los medios territoriales, salvo el caso de Radio Angulo. Es la radio precisamente quien mayor tratamiento le da al tema; además, es el medio que tiene mayor cobertura por contar con un sistema de emisoras y estudios municipales y el que mayor aceptación tiene entre los adultos envejecidos. No obstante, a raíz del VI Congreso del Partido, hemos visto un incremento de temas relacionados con el adulto mayor. Pero no se trata solo de tratamiento, porque lo que necesitan los adultos mayores, como cualquier grupo humano, no es solo verse representados, sino reconocidos y aceptados.

Ya no se trata sobre el abordaje periodístico del tema, legitimado porque medios emblemáticos como el periódico Granma lo asumen, o espacios relevantes como la mesa redonda le han dedicado dos ediciones en el 2013, esto en medios de cobertura nacional, y que a nivel provincial se ha tratado con mayor sistematicidad. Ahora de lo que se trata es de las informaciones y conocimientos que se publican sobre el adulto mayor, que conllevan a la conformación de una imagen desde los medios, en síntesis, una representación mediática sobre un objeto social que no es un “objeto”, sino un grupo humano, mayoritario por demás, y cuyo papel como actores sociales es activo en todas las esferas de la vida social, política, económica y cultural de nuestro país. Si tomamos en cuenta que “las noticias funcionan como uno de los principales productores de sentido en la sociedad” (Aguiló, 2004: p.1) y que “los medios ponen a circular significaciones que intervienen, tanto en la constitución de lo cognitivo como de lo socio afectivo” (Petit y Cilimbini, 2006: p.4), formulamos como problema de investigación el siguiente.

Problema de investigación: ¿Cuáles son los rasgos de la representación mediática del adulto mayor en los espacios informativos de Radio Angulo?

Objetivo de investigación: Caracterizar la representación mediática del adulto mayor en los espacios informativos de Radio Angulo.

Objeto de investigación: Representación mediática de grupos humanos

Campo: Representación mediática del adulto mayor

Preguntas de investigación:

1. ¿Cuáles son los fundamentos teóricos para el estudio de las representaciones mediáticas?
2. ¿Cuáles son los aspectos metodológicos para el estudio de las representaciones mediáticas?
3. ¿Qué rasgos cognitivos caracterizan la representación mediática del adulto mayor en los espacios informativos de Radio Angulo?

Tareas de investigación:

1. Referenciar los principales elementos teóricos para el estudio de las representaciones mediáticas.
2. Analizar los aspectos metodológicos relacionados con la investigación de las representaciones mediáticas.
3. Identificar los rasgos cognitivos que caracterizan la representación mediática del adulto mayor en los espacios informativos de Radio Angulo.

Métodos teóricos:

Análisis- síntesis: En la construcción del marco teórico y metodológico referencial de la investigación relacionada con las representaciones mediáticas, en general, y la representación mediática de grupos humanos, en lo particular.

Inductivo- deductivo: En la interpretación de los datos factuales obtenidos por procedimientos empíricos orientados a la caracterización de la representación mediática del adulto mayor en los informativos de Radio Angulo.

Métodos empíricos:

Análisis documental: Aplicado a los materiales que permitieron la conformación del marco teórico metodológico ajustado al objeto definido en la presente investigación.

Análisis de contenido: Aplicado a los mensajes de carácter mediático seleccionados para dar cumplimiento al objetivo de este estudio. Constituyó el método principal a partir de la conjugación de aspectos cuantitativos y cualitativos, con mayor énfasis en estos últimos, y aplicado tanto a una muestra de carácter longitudinal, como a otra seleccionada a partir de un corte transversal de la programación informativa de Radio Angulo.

Métodos estadísticos:

Análisis estadístico simple: Permitió el procesamiento de los aspectos cuantitativos asociados al análisis de contenido y su presentación en cuadros, tablas y gráficos que resumen los resultados obtenidos.

El informe de investigación comprende una introducción, dos capítulos, las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos. El primer capítulo trata de las principales corrientes teóricas desde las cuales se estudian las representaciones mediáticas, así como las consideraciones metodológicas relacionadas con la perspectiva adoptada. Dicha perspectiva resulta de la aplicación integrada de aspectos que aportan la teoría de las representaciones sociales y la teoría del encuadre mediático.

En el segundo capítulo se contextualiza el estudio en los espacios informativos de Radio Angulo, y se hace un análisis detallado de las características de la representación mediática del adulto mayor detectadas en los cuerpos de prensa seleccionados para el estudio: los artículos relacionados con el adulto mayor y/o el envejecimiento en la página Web de la emisora entre los años 2011 y 2013 y los materiales seleccionados de programas emblemáticos de la emisora en una semana tipo.

CAPÍTULO I: REPRESENTACIÓN MEDIÁTICA DEL ADULTO MAYOR: CONSIDERACIONES TEÓRICO-METODOLÓGICAS

1.1 Acerca de las representaciones mediáticas. Antecedentes, conceptos y posiciones teóricas predominantes

En el contexto discursivo comunicológico es usual que coexistan conceptos provenientes de matrices epistémicas disímiles. Esta particularidad epistemológica es una de las dificultades a la hora de definir la representación mediática. Una consecuencia de este hecho es que se aplique dicho término a fenómenos más o menos similares para los que existe una variedad de palabras para designarlos tales como: visión mediática (Champagne, 2000), encuadre mediático (Humanes, 2001), imagen mediática (Igartua, 2004), construcción mediática (Orozco, 1998), entre otras, para designar la manera que tienen los medios de representar la realidad social y públicamente relevante. Otra consecuencia es la concomitancia del término con otros conceptos afines tales como actitud, imagen, opinión, estereotipo, creencia, imaginario social, percepción social, ideología, entre los más conocidos, con los cuales comparte el carácter cognitivo de los mismos. Pues de eso se trata, en primer lugar, toda representación, incluyendo la mediática, una forma peculiar de conocimiento.

En tanto preocupación gnoseológica, la representación ha sido estudiada en el sentido de su co-relación con la realidad, como mediación o resultado de la relación mayor sujeto-objeto y asociada al concepto de verdad. Esto implica un análisis acerca de si lo que se entiende como conocimiento constituye realmente una verdad fidedigna, cierta, objetiva en fin, respecto a lo que se entiende como realidad. Por tal motivo, la concepción de la representación va a estar marcada por la noción de conocimiento de las teorías gnoseológicas que subyacen en su definición y que evidencian diversos modos de concebirlo: como reflejo, como imitación, como representación o como construcción de esa realidad.

Aunque esta es una preocupación filosófica que va más allá de los objetivos de esta investigación, conviene señalar estos constructos referenciales porque en mayor o menor grado van a estar presentes en los conceptos de representación

empleados en la investigación comunicológica. En este campo hay una influencia notoria de la perspectiva constructivista que ha mostrado su pertinencia al consolidar un desplazamiento de enfoques centrados en la relación sujeto-objeto hacia otros que privilegian la relación entre sujetos a propósito de un objeto. Tal desplazamiento permite, en primer lugar, analizar la representación como un proceso de significación y producción de sentido, en segundo lugar, como una mediación cognitiva de las relaciones entre sujetos, especialmente las de tipo comunicativa, también como contenido o información asociada al objeto de representación, y, finalmente, como resultado del propio proceso de representación.

Desde un enfoque semiótico, Jean-Marie Floch (1993) define a la representación como una función discursiva de carácter referencial, unívoco, denotativo y concebido como verdad, en contraposición a la función constructiva, la cual tendría un carácter ambiguo, simbólico, connotativo y concebido como construcción (p.206). A pesar de la evidente simplificación de un proceso complejo al no tener en cuenta la variedad de elementos que median la relación discurso-realidad, establece una distinción semántica entre dos categorías que han devenido paradigmáticas en la investigación sobre comunicación: representación y construcción. De igual modo, nos encontramos frente al otro extremo que afirma que las representaciones “[...] son siempre construcciones [de]... los hechos, eventos, acontecimientos, objetos... [de la realidad]” (González Ochoa, 1986: p.9).

Esta definición, con cierto atisbo reduccionista, está relacionada con la noción de constructo como elaboración mental que no posee un correlato empírico directo, y muestra signos de naturalización hasta el punto de que en el uso cotidiano se puede usar con matices descalificativos, en el sentido de una propuesta que no puede ser demostrada, cuando no, abiertamente falsa.

A los efectos de esta investigación y con fines operativos, hacemos una primera distinción: La representación implica necesariamente la aplicación de determinados recursos que avalen un criterio de veracidad; mientras que a la

construcción le basta simplemente con parecer verosímil. Desde otro punto de vista, es innegable que la representación, tal y como la hemos tratado hasta aquí, está sometida a procesos y prácticas de carácter constructivo; pero subsumir una categoría en la otra no es la perspectiva adoptada en este trabajo.

También hasta ahora hemos hablado de representación y no de representación mediática. No se trata solo de un adjetivo que señale todo lo relacionado a los medios. Implica, además, un proceso de mediatización que, al decir de Muniz Sodré (2001) es la “tendencia a la virtualización de las relaciones humanas, presente en la articulación del múltiple funcionamiento institucional y de determinadas pautas individuales de conducta con las tecnologías de comunicación.”(p.150). Más adelante agrega:

El concepto de mediatización, al contrario del de mediación, no recubre, sin embargo, la totalidad del campo social y sí la de la articulación hibridizante entre las múltiples instituciones [...] y las varias organizaciones de medios, esto es, con actividades regidas por estrictas finalidades tecnológicas y mercadológicas, además culturalmente afinadas con una forma o un código semiótico específico. (Sodré, 2001: p.152)

Al respecto, Guillermo Orozco (1998) refiere que:

Estamos en permanente contacto con un mundo cada vez más "mediatizado", en donde -como decía Baudrillard 1- la representación mediática aparece como más real que el propio objeto real de la representación. [...] El hecho de que con la modernidad y el desarrollo tecnológico se pueda realizar el simulacro de la comunicación a partir de meros intercambios informativos, es precisamente eso, un simulacro, que conlleva una sofisticada construcción mediática a través de la cual se consigue una aparente similitud. (pp. 2-3)

Dado el hecho de que la representación mediática abarca la totalidad de los medios y la totalidad de los contenidos que ellos vehiculan, es necesario señalar que es posible su estudio en medios de manera independiente, dadas las diferentes formas que tienen ellos de representar lo real. También, respecto a la variedad de contenidos que difunde cada medio, y desde el enfoque del estudio de las representaciones como discurso, identificamos la representación mediática con

aquellos discursos que cumplen una función referencial, concretamente el discurso periodístico, y reservamos el término de construcción mediática para los contenidos o discursos no periodísticos de un medio. Ambos suelen ser ubicados dentro de la denominación genérica de discurso mediático, comunicación mediática, incluso como términos equivalentes, lo cual indica, en primer lugar, la falta de fronteras semánticas precisas, al igual que cierto grado de naturalización de estos conceptos.

Y ya que mencionamos el uso cotidiano de un concepto, es el momento de referir una de las teorías que más han incidido en los conceptos de representación. La publicación en 1961 de la obra “El psicoanálisis: su imagen y su público”, de Serge Moscovici abrió nuevas perspectivas en los estudios comunicológicos. En primer lugar, se trata de una investigación pionera relacionada con la comunicación de las ciencias y su asimilación por los públicos como una forma de sentido común. Dos ideas básicas se desprenden de este estudio: los medios de comunicación son portadores de determinadas representaciones sociales y, en segundo lugar, los medios desempeñan un papel activo y privilegiado en la conformación de las representaciones sociales que circulan en un entorno sociocultural determinado. Aunque en su estudio se aprecia una concepción transmisiva e instrumental del papel de los medios, la teoría de las representaciones sociales derivada del mismo ha aportado un importante bagaje teórico metodológico que sustenta en muchos casos los estudios sobre representación mediática. Al respecto, Martín Mora (2002) refiere algunos conceptos de representación que resultan útiles a una posible teoría de la representación mediática:

“La representación es un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la realidad física y social, se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambios...” (Moscovici, 1979 pp. 17-18)[...] “Sistemas de valores, ideas y prácticas con una función doble: [...] establecer un orden que permita a los individuos orientarse en su mundo material y social y dominarlos [y] posibilitar la comunicación entre los miembros de una comunidad [...]” (Farr, 1983 p.655) [...]“[...] Imágenes que consensan un conjunto de significados; sistemas de referencia que nos permiten

interpretar lo que sucede, e incluso, dar un sentido a lo inesperado; categorías que sirven para clasificar las circunstancias, los fenómenos y a los individuos...” (Jodelet, 1986 p.75)(pp.7-8).

Una definición que pone énfasis en la capacidad de simbolización de las representaciones es la que ofrece Fisher (1990):

La representación social, es un proceso de elaboración perceptiva y mental de la realidad que transforma los objetos sociales (personas, contextos, situaciones) en categorías simbólicas (valores, creencias, ideologías) y les confiere un estatuto cognitivo que permite captar los aspectos de la vida ordinaria mediante un reenmarque de nuestras propias conductas en el interior de las interacciones sociales (Cortez s/f: p.13)

En la práctica investigativa, es frecuente que estas definiciones sobre representación social que resaltan su carácter cognitivo, sean usadas como sinónimos de representación mediática. Dos líneas básicas de investigación se pueden identificar: La que intenta descubrir las representaciones sociales presentes en los mensajes y contenidos de los medios, y, la que busca describir las representaciones sociales en diferentes grupos, como resultado de su contacto con los medios. En ambos casos se minimiza una diferencia sustancial que existe entre la producción de representaciones como resultado de interacciones comunicativas cotidianas y las que resultan de un proceso institucional de producción de información y conocimientos, como es el caso de la comunicación mediática. Aunque los medios no son los únicos que producen información de manera institucional, sí se les suele reconocer su papel relevante cuando se trata de temáticas relacionadas con el acontecer público.

Numerosos psicólogos sociales han ido perfilando, con sus estudios, la pertinencia de investigar las representaciones sociales y su relación con los medios de comunicación. Entre ellos cabe destacar:

En Europa [...] Farr (1986), Doise (1991; 1993), Rouquette (1996), Wagner y Elejabarrieta (1994), Wagner y Hayes (2005) [...] han insistido en la importancia teórica de estudiar las RS [representaciones sociales] considerando los medios de comunicación y [...] alcanzar un nivel de análisis colectivo. Annamaría de Rosa (2001a, 2006), por su parte, ha realizado investigaciones sobre representaciones sociales y comunicación

mediática (publicidad, Internet) [...] En la región latinoamericana [...] podemos identificar los trabajos de Gutiérrez (2006), Valencia (2007), García (2004), que promueven la vinculación del estudio de las RS con el análisis del discurso o retoman los postulados de Moscovici sobre los sistemas de comunicación mediática. (Rodríguez, 2009: p.12)

Entre los investigadores que resaltan el potencial de la teoría de las representaciones sociales para investigar la representación mediática se destacan Tania Rodríguez Salazar (2009), Sary Calonge Cole (2006) y Leopoldo Tablante (2005), en especial Sary Calonge, quien intenta incluso fundamentar en sus estudios una teoría de la representación mediática con estatus epistemológico propio.

En general, hay varios aspectos de la teoría de las representaciones sociales que pueden aplicarse al estudio de las representaciones mediáticas y que gozan de cierto consenso: La primera está relacionada con las condiciones de emergencia de una representación. Para Moscovici (1979) son la dispersión de la información, generalmente insuficiente y desorganizada; la focalización sobre “hechos que conmueven los juicios y las opiniones”; y la presión a la inferencia, presión social “que reclama opiniones, posturas y acciones acerca de los hechos que están focalizados por el interés público” (Mora, 2002: p.9). Sobre el papel de los medios en este proceso, Silvia Gutiérrez (2006) señala que: “Según algunos teóricos (Moscovici, 1979; Piñuel, 1987; Ibáñez, 1994; Jodelet, 1986), son ellos los que imponen los temas que se emplean en las conversaciones cotidianas, que son el lugar donde las representaciones sociales se generan y desarrollan con libertad.” (p.11).

Otro aspecto importante que aporta la teoría de las representaciones sociales lo constituye la determinación de los procesos formadores de la representación: La objetivación y el anclaje. Para Sary Calonge (2006):

“La objetivación tiende hacia la concretización del pensamiento social para volverlo vivaz y eficaz en la vida cotidiana, para facilitar la comunicación... [mientras que el]...anclaje corresponde a la significación de los contenidos de la representación...[que]... está siempre solapada o anclada en significaciones más generales que intervienen en las relaciones

simbólicas propias de un campo social determinado (Doise, 1992, p. 189). (p.77).

La *construcción selectiva, la esquematización y la naturalización* son las tres fases del proceso de objetivación. La selección se corresponde con los *valores en vigencia* y en los que están en *vías de instauración*. La esquematización permite *condensar o abreviar*, a fin de *comparar, inventariar y ordenar las imágenes*. La naturalización consiste en *darle a los elementos del esquema una realidad concreta, material, observable y comprendida por todos*. (Calonge, 2006 p.77). Lo anterior nos permite inferir que las representaciones no nacen del vacío, no son estáticas, ni cerradas a modificaciones futuras, sino que se insertan en sistemas de representaciones preexistentes a ella. En conclusión, ambos procesos permiten que *lo invisible se haga perceptible y que lo extraño resulte familiar* en correspondencia con las expectativas y los marcos interpretativos propios de un grupo, a la vez que consolida las relaciones entre sus miembros, pues “todo lo que puede ser representado puede ser expresado; y todo lo que puede ser expresado puede ser comunicado.” (Serrano, 2005: p.145)

Ya hemos mencionado que uno de los esfuerzos más sostenidos por construir una teoría de la representación mediática a partir del referencial teórico de las representaciones sociales es el realizado por Sary Calonge. Esta autora propone dos dimensiones básicas para caracterizar la representación mediática: La dimensión pragmática y la dimensión cognitiva. “En la primera, se reúnen los trazos relativos a la acción de los individuos en vinculación con el medio de comunicación y, en la segunda, los trazos del orden socio-cognitivo de la representación.” Calonge, 2006: pp. 77-78) Para el estudio de la dimensión pragmática, la divide en las siguientes categorías de análisis:

- El rol de los medios de comunicación: “...el cual consiste simplemente en mediar una manera de comprender y de sentir una realidad común instaurada en los diferentes grupos sociales existentes.”
- Las condiciones de producción: “...las cuales son muy complejas porque ahí se expresan las relaciones de los poderes económicos y políticos y

entra en juego la necesidad de tomar en cuenta la idiosincrasia de la recepción.”

- El espacio donde se ancla la representación mediática: “[El cual] incluye el espacio urbano de consumo masivo donde la RM participa (de manera exclusiva) conjuntamente con los procesos de identificación colectiva.”
- El discurso mediático: “...el cual es diverso y se refiere a una amplia gama de objetos sociales que circulan en el entorno social.”

Si tomamos en cuenta el concepto de representación mediática que define la autora como “...la manera en que los medios de comunicación social transmiten ciertos contenidos de interés colectivo, contenidos que se incorporan ulteriormente al discurso social y a la memoria de los individuos” (Tablante, 2005: p.148), resulta evidente que la dimensión pragmática y sus categorías, al incluir aspectos relacionados con la producción y recepción de las mismas, constituyen una simplificación de procesos cuyo estudio han devenido verdaderos subcampos dentro de la investigación comunicológica.

Más apropiadas para la caracterización de la representación mediática que persigue esta investigación son las categorías que Calonge incluye dentro de la dimensión cognitiva. A saber, los rasgos cognitivos generales, los rasgos cognitivos específicos y las formas de conocimiento social y mediática. Entre los rasgos cognitivos generales se encuentran los procesos formadores ya mencionados, objetivación y anclaje, más la esquematización, la cual, puesta en discurso, permite dar una descripción, una explicación y una justificación respecto al objeto. Son rasgos cognitivos específicos la focalización de contenidos y la cognición polifacética. La focalización se refiere al proceso de selección de temas, de personajes y guías de opinión. “Es lo dicho y lo no dicho, la realidad expresada u ocultada [...] Esas zonas de “no existencia” de la actividad discursiva se origina porque la representación deduce sus contenidos de variados dominios de la actividad social donde la selección se impone.” (Calonge, 2006: p. 84). Por su parte, la cognición polifacética muestra una pluralidad de discursos irreductibles a una sola forma de discurso. La constitución del discurso mediático es

fundamentalmente polifacética, no solo entre los diferentes medios que circulan en la sociedad, sino también en el seno de cada uno e incluso al interior de un texto.

Las formas del conocimiento social y mediático implican una "...actividad mental [que] permite a un conjunto social apropiarse de la realidad [...] a partir de un trabajo de construcción, reconstrucción o desconstrucción, destinado a volverla significativa, [...] acorde con sus sistemas de valores, creencias e ideologías."(Calonge, 2006: p. 85). A partir de estos sistemas, la autora propone tres operaciones cognitivas observables en el discurso que elabora la prensa sobre objetos sociales *densos*: los nexos, la categorización social y la atribución causal. Los valores son normas sociales que funcionan como axiomas y regulan los comportamientos de los grupos, tienen carácter histórico y consensual y favorecen la adhesión o rechazo a determinadas creencias e ideologías. Las creencias tienen un carácter práctico y se presentan en la forma de conceptos vagos que pueden ser sometidos a la duda, lo que las diferencia de las ideologías, sobre las que recae una mayor regulación institucional.

Los nexos, por su parte, son modalidades cognitivas que poseen un fuerte componente emocional, elaboraciones del imaginario social que hacen converger muchas actitudes y valores. "[...] En general, la amenaza, real o supuesta, parece ser una condición de la activación de los nexos..." (Calonge, 2006: p. 90). La categorización social es la tendencia a clasificar objetos y personas en relación con su ubicación en las estructuras sociales particulares y "...posiciona sujetos, objetos y grupos frente a la realidad representada y construida por ellos en tanto actores socialmente implicados [...] En el discurso mediático, la pertenencia social que es reconocida públicamente influye de manera mucho más contundente que en cualquier otro discurso."(Calonge, 2006: p. 91)

Según Heider [1958], el proceso de atribución causal se desencadena cuando la incertidumbre o el conflicto se presentan en el entorno social; no buscamos siempre una explicación a cualquier evento. [...] La atribución causal nos permite entonces explicar nuestro comportamiento y aquel de los otros en función de las características de la persona, de los grupos o de la situación [...] Frente a lo inesperado, es decir, cuando se constata un

desnivel entre eso que es y eso que debería ser, se desencadena la actividad cognitiva que tiende a la atribución causal. Esta última implica un juicio y conduce a la búsqueda de responsabilidades en el seno del conjunto social donde el hecho infrecuente se produce [...] Algunos trabajos han puesto en evidencia las regularidades en el proceso de atribución causal y su inserción social, uno de ellos ha observado la preferencia por las causas atribuidas a la persona en detrimento de la situación (Nisbett, 1973) [...] Otros han constatado que los individuos recurren simultáneamente a muchas causas al mismo tiempo según las circunstancias y la pertenencia social. Estas atribuciones pueden ser contradictorias o complementarse entre sí (Hewstone, 1989). Otros investigadores han observado el “sesgo de complacencia”, cuando los grupos prefieren mantener una alta estima de sí mismos atribuyendo sus éxitos a las causas internas y sus fracasos a las causas externas (Deschamps, 1991). (Calonge, 2006: p. 92-94)

Nos hemos referido *in extenso* a los aportes de la teoría de las representaciones sociales por su peso dentro de los estudios sobre representación mediática; no obstante, reconocemos el peligro de una perspectiva demasiado psicologizante que impida abordar el tema desde enfoques más comunicológicos. Por tal motivo, referimos el concepto que ofrece Manuel Martín Serrano (1993):

Una representación social consiste en la propuesta de una determinada interpretación de lo que existe o de lo que acontece en el entorno. La representación social hace referencia precisamente a tales o cuales temas, incluyendo unos datos en vez de otros y sugiriendo ciertas evaluaciones en vez de otras posibles. La representación social sirve como modelo de influencia precisamente porque esclarece a los sujetos cuáles son las concepciones de la realidad que el Relator distingue, entre todas las representaciones alternativas que serán posibles. (p.47).

La propuesta de este autor propicia el acercamiento al estudio de la representación mediática desde las mediaciones, aunque su modelo, enfocado en la producción social de la comunicación pública, nos remite a aspectos estructurales que van más allá del objetivo de este estudio. Más útil al efecto resulta el análisis donde enfoca a la representación como contenido. “La representación, en el campo de la comunicación, actúa organizando un conjunto de datos de referencia proporcionados por el producto comunicativo, en un modelo

que posee algún sentido para el usuario o los usuarios de esa representación” (Serrano, 2005: p.135).

No obstante, al ser un concepto aplicable a cualquier objeto de referencia, sea real o ficticio, nos aleja de la perspectiva que adoptamos, a saber, la representación de objetos con status ontológico, o, al menos, que no se les suponga como resultado puro de la imaginación. Tal tipo de objetos, como modalidad de discurso mediático, son los que aborda preferentemente el discurso periodístico, aun cuando sea válido el empleo de determinadas figuras expresivas, tal y como propone la investigadora Yamile Haber (2004) en lo que denomina *lirismo periodístico* (p.5).

Resulta necesario destacar que Martín Serrano (2005) clasifica las representaciones según su uso. Representaciones que son modelos para la acción (afecta el comportamiento), representaciones que son modelos para la cognición (afecta al conocimiento) y representaciones que son modelos intencionales (afecta los juicios de valor) (pp. 135-136). La lista podría ser más exhaustiva y explicitar las relaciones dinámicas que se establecen entre los diferentes modelos, no obstante, lo que queremos resaltar es la noción de modelo. Porque ya sea como modelos, o como esquemas mentales, lo más importante en la representación como contenido no es la mayor o menor riqueza de datos, volumen de información, ni siquiera su repetitividad en el tiempo, sino que aporte esos esquemas interpretativos, que pueden ser explícitos, implícitos o ambiguos. La importancia de aportar datos válidos, pertinentes y suficientes, resulta en una representación adecuada, inadecuada, incluso aberrante sobre un objeto. De cualquier manera, la insuficiencia de datos en el producto comunicativo, redundará en la incorporación de los mismos, por parte del receptor, de otros datos obtenidos por otras fuentes y cerrar el modelo, pues todo modelo tiende a cerrarse para facilitar el intercambio entre los individuos.

Otro autor que ha hecho importantes aportes al estudio de la representación mediática es Teun A. van Dijk, sobre todo porque muchos investigadores se apoyan en sus aportes teórico- metodológicos para el estudio de la representación

mediática, en especial cuando se trata de grupos humanos. No obstante, como teoría que implica el análisis de la cognición como “interface” en la relación discurso/sociedad ha devenido un campo de estudios propio que nos aleja de nuestro objeto, al que tratamos de precisar de modo menos genérico. Las propuestas metodológicas, vistas como variedad de técnicas para investigar todas las modalidades del discurso, por el énfasis en develar contenidos ideológicos subyacentes, han resultado productivas en investigaciones que ubican lo ideológico como categoría central, mientras que en este estudio lo ideológico deviene una estructura más de tipo cognitiva, pero sin la centralidad que se le otorga en el Análisis del Discurso.

En tal sentido, para algunos, la representación mediática se ubica a nivel intermedio entre las representaciones sociales y la ideología, para otros, como Piñuel Raigada (2002), entre las representaciones sociales y las representaciones científicas. Sumariamente, consideramos tanto a la ideología como a la ciencia, sistemas de representaciones entre muchas otras; mientras que la representación mediática, entendida como discurso, se caracteriza por ser un espacio hibridizante donde confluyen diversos sistemas representacionales, donde la ciencia o la ideología, vienen a ser uno de los muchos sistemas de representación que confluyen en el discurso mediático. Esto no significa restarle importancia a ninguna de las dos, pero tampoco sobredimensionarlas.

Otra perspectiva que se ha usado para el estudio de la representación mediática proviene de la llamada teoría del encuadre, o del *framing* mediático. Proporciona una variedad de conceptos apropiados para estudiar la representación mediática y es usada como enfoque pertinente en el estudio de la cobertura periodística de objetos sociales. Cuando se trata de grupos humanos, resultan notables las investigaciones relacionadas con la inmigración y los emigrantes en España (Igartua, 2004a, 2004d; Humanes, 2001; Muñiz, 2004, 2006).

J.W. Tankard (2001) define el encuadre noticioso como “la idea organizativa central del contenido de las noticias, que proporciona un contexto y presenta el asunto a través del uso de la selección, énfasis, exclusión y elaboración”. (Igartua,

2004b; Muñiz, 2004: p.3) Por su parte, Robert Eantman (1993) establece que encuadrar es un proceso que implica la selección de “algunos aspectos de la realidad percibida, haciéndolos más sobresalientes en el texto comunicativo, de tal manera que consigan promover una definición del problema particular, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento para el asunto descrito” (Humanes, 2001: p.122).

María Luisa Humanes (2001) considera que: “Los encuadres, los enfoques, los marcos, permiten al periodista encargarse de grandes cantidades de información de una manera rápida y rutinaria y «envasarla» para el consumo público. Las investigaciones experimentales sobre los efectos del framing han señalado que la manera como se enfoca un tema [...] influye en la percepción que el público desarrolla sobre ese asunto [...]”. (p.122). Para esta autora, la representación mediática es un proceso que pasa por tres etapas: la selección, el tratamiento, este según los aspectos definidos por Eantman, y los efectos. En la investigación empírica, por tanto, se ha tratado de determinar los tipos de enfoques o encuadres del contenido noticioso, y determinar los posibles efectos que provocan en los *esquemas interpretativos* de las audiencias para la explicación de los asuntos y temas del acontecer público. Al respecto se han reconocido diferentes tipos de encuadres que la propia autora (Humanes, 2003) sistematiza de este modo:

Los encuadres clásicos: el temático y el episódico. El primero tiene en cuenta los acontecimientos en un contexto general, presenta una cobertura orientada hacia el background, hacia condiciones generales que explican el porqué. El segundo formato se centra sobre eventos específicos, es decir, se trata de una cobertura orientada hacia los acontecimientos particulares (Iyengar y Kinder, 1987). Semetko y Valkenburg (2000) se refieren [...] a cinco tipos de encuadres: (a) conflicto: enfatiza la lucha entre individuos, grupos o instituciones como forma de atraer a la audiencia [...] (b) interés humano: muestra el ángulo emocional en la presentación de los acontecimientos, se personalizan las noticias dramatizándolas; (c) consecuencias económicas: se alude al problema haciendo un énfasis especial en las consecuencias económicas que puede ejercer en individuos, grupos, instituciones, regiones o países; (d) moralidad; (e) atribución de responsabilidad: presenta las causas de los problemas sociales y su

solución. Eilders y Lüter (2000) [...] hablan de tres nuevos encuadres: (a) framing de diagnóstico: cuando se nos indica que algún acontecimiento o aspecto de la vida social es problemático y se requiere un cambio; (b) framing de pronóstico: cuando se propone una solución que especifica lo que hay que hacer ante un problema; (c) framing motivacional o de llamada a la participación. (p.43).

Esta clasificación taxonómica de los tipos de encuadres ha sido criticada porque los criterios empleados podrían generar una cantidad casi indefinida de tipos de encuadre. Además, es evidente que cuando un tema es objeto de atención mediática y es abordado durante cierto tiempo, este tiene un carácter relativo, todos los tipos de encuadre son aplicables, aunque en un producto comunicativo singular predomine uno de ellos. Cuando se ha aplicado esta teoría a grupos sociales enfocados mediáticamente, se trata de encontrar los posibles prejuicios, estereotipos, incluso estigmas, que perduran en el tiempo e influyen en las representaciones que los individuos se hacen de esos grupos, a la vez que implican una manera de tratar con esos grupos.

Al analizar las propuestas basadas tanto en la teoría de las representaciones sociales, como la del encuadre mediático, nos percatamos que ambas intentan ofrecer un marco interpretativo general del proceso que genera representaciones mediáticas y que abarca tres fases: Producción de la representación mediática, contenidos de la representación mediática y los efectos de la representación mediática, todos como parte de un proceso mayor que sería la comunicación mediática donde intervienen factores estructurales y simbólicos, o pragmáticos y cognitivos, según Calonge, y que van a estar presentes en todas las fases del proceso.

Este estudio se enfoca en la representación como contenido, resultado de un tratamiento mediático a lo largo del tiempo pues las mismas tienen una duración relativa según el impacto o las intenciones de los medios en su abordaje; pero que perduran como eco o resonancia en eso que se suele llamar opinión pública, más aún, en el imaginario colectivo, social o simbólico. Para esta investigación, la representación mediática como contenido constituye una proposición discursiva

que, como resultado del tratamiento por los medios durante cierto tiempo, van conformando alrededor de un objeto socialmente identificado, un conjunto de informaciones, ideas, valores, actitudes y pautas de comportamiento respecto al mismo hasta configurar esquemas interpretativos de ese objeto donde se conjuguen armónicamente los elementos cognitivos para insertar dicho objeto en sistemas de representaciones de un carácter más general.

Aunque no se puede sostener la autonomía total de la representación mediática, por cuanto va a aparecer siempre en relación con otros objetos de representación e implica y sintetiza la variedad de datos y modos de entender dicho objeto por los diferentes grupos, sí se puede justificar una relativa independencia como estructura cognitiva que puede ser descrita, a partir de lo analizado hasta ahora, a través de categorías que tengan en cuenta sus aspectos nominal, definicional, actitudinal, exegético, axiológico y pragmático. Es decir, el nombre y/o núcleo figurativo del objeto de la representación, los atributos asociados al objeto a partir de definiciones que lo cualifican y clasifican; las actitudes, positivas o no, hacia el objeto; la atribución causal; los valores que se identifican con el objeto y las pautas de comportamiento relacionadas con el objeto, el cual se convierte en el núcleo de la representación que aglutina los demás aspectos en un campo de representación.

1.1.1 El adulto mayor como objeto de representación

En 1963, la Organización mundial de la salud (OMS) propuso la siguiente división de las etapas de la vida:

- De 0 a 44 años---- infancia y juventud.
- De 45 a 59 años---- edad media o madura.
- De 60 a 74 años---- ancianidad temprana.
- De 75 a 89 años---- ancianidad propiamente dicha.
- De 90 años en adelante----longevidad.

Aunque el criterio cronológico predomina en la definición de la vejez, los avances de ciencias como la geriatría, la gerontología, la psicología, la sociología del envejecimiento y la andragogía, entre otras, han enriquecido el modo de entender

este proceso que, a pesar de su componente biológico, es también psicosocial y cultural. Especial atención se le ha prestado en los últimos años a la última fase de la vida, pues su prolongación hasta alcanzar la etapa de longevidad es un fenómeno relativamente reciente, que suele incidir en los países más desarrollados, con un alto nivel de salubridad y desarrollo de las ciencias médicas. Una cuestión interesante es la diversidad de términos empleados para referirse a las personas que transitan por esta etapa: vejez, senescencia, ancianidad, adulto mayor, tercera edad, entre otros, términos que indistintamente se encuentran en la literatura y en el imaginario popular. Estas denominaciones han ido apareciendo en el tiempo, pues se van sustituyendo unas por otras, cuando alguna de ellas se permea de los prejuicios y estereotipos predominantes en la sociedad y se las considera hirientes o peyorativas, por otras que al parecer no tienen esa carga negativa, aunque en la práctica permanezcan como parte de la herencia cultural. Actualmente son muy usados en la vida cotidiana los conceptos de adulto mayor o tercera edad, en parte porque son nociones que se ajustan al modo típico del pensamiento social popular, que siempre se ha mostrado reacio a conceptos o nombres demasiado enrevesados o abstractos. En realidad, cumplen la función de eufemismos para evitar las connotaciones negativas que tienen otros términos.

Ya desde la antigüedad clásica griega nos encontramos con dos tendencias opuestas en la visión de la vejez, y que han perdurado en el tiempo hasta nuestros días, cada una de manera más o menos solapada según las características de cada momento histórico. Platón presenta una visión intimista e individualista de la vejez, resalta la idea de que se envejece como se ha vivido y de la importancia de la preparación para la vejez en la juventud. Por el contrario, Aristóteles ve a la senectud como la edad en que se llega al deterioro y la ruina. Incluso considera a la vejez como una enfermedad natural.

A pesar de las múltiples definiciones, la autopercepción del envejecimiento es diferente en cada individuo. Ella depende no solo de la edad del sujeto, sino también de su personalidad, de su contexto sociocultural y de su capacidad de adaptación a los cambios biológicos, psicológicos y sociales. Los signos externos

del envejecimiento son los más visibles. Los cambios en los sistemas sensoriales, visión y audición principalmente, la memoria, la sexualidad, la aparición de diferentes enfermedades son más frecuentes en esta etapa. A nivel psicológico hay cambios en las capacidades intelectuales, los esfuerzos de adaptación al entorno son mayores, aunque los aspectos básicos de la personalidad se mantienen y enriquecen hasta el final, a menos que se produzcan afecciones degenerativas psicopatológicas.

A nivel sociocultural es muy importante las representaciones que los demás tengan del adulto mayor; las relaciones con los otros, si son positivas, le permiten adaptarse mejor a la idea de envejecer, y a mantener una autoestima adecuada. Los cambios en el contexto simbólico son los más difíciles para el adulto mayor, que pueden provocar en él la necesidad de aislamiento si no existen los mecanismos de apoyo necesarios.

Al respecto, el investigador Ángel Rodríguez (1995) señala que una de las dimensiones que más inciden en la forma en que envejecemos es la *construcción social de la noción de vejez*, donde la ciencia ha irrumpido de manera determinante. Este autor parte de un concepto genérico de representación social y afirma que la vejez como representación está constituida por el “conjunto de creencias, sentimientos y actitudes respecto de la vejez como estado y del envejecimiento como proceso”. (p. 54). Acusa a las ciencias de ser creadoras de estereotipos que, una vez asimilados por los grupos, les dicen no solo lo que es la vejez, sino también cómo se debe ser viejo, creando a su vez expectativas en estos grupos que funcionan como *profecía que se autocumple*. No se trata de criticar la validez de diferentes teorías, incluso el autor afirma que “[...] cabe asumir que las teorías sobre la vejez son resultado de una actividad investigadora orientada [...] a la intervención: «se trata de dar respuesta a la pregunta de qué se requiere para envejecer con éxito; qué deben hacer las personas de edad; qué debería hacer la sociedad por ellos» (Hooyman y Klyak, 1991, p. 78). (Rodríguez, 1995: p.58).

Respecto a la imagen del adulto mayor que se desprende de estas teorías, luego

de pasar por el tamiz de la opinión pública, es decir, luego de su *vulgarización* y conversión en representaciones sociales, el autor (Rodríguez, 1995) define las siguientes teorías sobre la vejez que se desprenden de propuestas psicológicas, sociológicas, demográficas o biomédicas:

- Teoría de la desvinculación: Da por sentado que a partir de cierta edad, las personas buscan roles menos activos y reducen las interacciones sociales, concentrándose más en su vida interior.
- Teoría de los roles: Básicamente implica que la identidad social e individual de las personas está definida por los diferentes roles que asume a lo largo de la vida, y, al llegar el momento en que se van abandonando estos roles, el individuo se queda sin expectativas, especialmente en una sociedad donde se valore a las personas por su capacidad productiva.
- Teoría de la estratificación por edades: Estrechamente relacionada con la teoría de los roles, se ajusta a los criterios de edad, en el que para cada edad corresponden diferentes roles (infancia, juventud, madurez, vejez). Esta estratificación, generalmente, está en la base de lo que se suele llamar conflictos intergeneracionales.
- Teoría de la continuidad: La persona será en la vejez lo que siempre ha sido a lo largo de su vida, negando así cualquier posibilidad de cambio o de posibilidad de adaptación. En síntesis, prescribe que para ser feliz en la vejez, se debe ser lo que siempre ha sido.
- Teoría de la subcultura: Los ancianos formarían un subgrupo aparte que, basado en el concepto de comparación, tiende a relacionarse con personas de su misma edad, para evitar lesiones a su autoestima si se comparan con grupos de otras edades.
- Teoría del etiquetado: Nuestro comportamiento hacia los demás no está determinado por cómo son en realidad, sino en cómo los percibimos; de igual modo, nuestro comportamiento tiende a ajustarse a lo que los demás perciben o esperan de nosotros.

Esta relación de teorías sobre el envejecimiento, derivadas de las ciencias, no es exhaustiva, pero ofrece un marco genérico o fronteras de lo que se suele considerar como normal en los adultos mayores. Todo lo que se salga de estas fronteras tiende a ser considerado como anómalo, según la perspectiva que se adopte. En este sentido, la ciencia es uno de los principales agentes en la producción de estereotipos que, por el prestigio de que goza la *verdad* científica, se imponen como esquemas que se naturalizan y se reproducen en el imaginario social. Otro agente importante en la producción y reproducción de estereotipos son los medios de comunicación por las razones que explicábamos al analizar su relación con la formación de representaciones sociales.

Aunque la vejez no ha sido un objeto de tratamiento mediático tan intenso como los grupos minoritarios de orden político, étnico, religioso o los inmigrantes, la delincuencia juvenil, entre otros, sí ha tenido su relevancia sobre todo a partir del momento en que el envejecimiento poblacional fue visualizado como tendencia demográfica y objeto de atención por organizaciones internacionales. Esto se ha visto reflejado en las investigaciones sobre medios y la representación de grupos humanos, donde el tema relacionado con la vejez, ocupa un lugar menos destacado. No obstante, hay antecedentes importantes al respecto como los estudios sobre la existencia de una cultura de la ancianidad, de Josep M. Fericgla (1992), quien afirma que “los medios de comunicación de masas [...], han ofrecido y ofrecen un modelo de vejez feliz y despreocupada adecuado a las expectativas internas de una sociedad basada en la producción y consumo de bienes materiales y placeres psicológicos” (Torrejón, 2007: p. 33). En su investigación sobre imaginarios sociales y vejez, María José Torrejón (2007) identifica, a partir de muestras de varios diarios chilenos, lo que ella denomina como mitos, estereotipos y percepciones sobre la edad.

La autora señala cinco, relacionados con salud y calidad de vida, aprendizaje, productividad, participación, y el aislamiento y soledad. De este modo se observa que los medios también tienden a reproducir estereotipos creados por las ciencias. En realidad hay que reconocer que los conceptos de calidad de vida y la

integración social constituyen dos principios básicos en los que se fundamentan las principales acciones, planes o estrategias orientadas a la atención del adulto mayor.

En el III Congreso Internacional de Gerontología, celebrado desde el 15 al 17 de noviembre de 2010, en San José de Costa Rica, la investigadora Alcira Tejada (2010), al estudiar el tratamiento de la vejez en mensajes noticiosos y publicitarios panameños observaba que los mayores seguían atrapados en “temas de banca, juego de azar, medicamentos y financieras. [...] En los contenidos e imágenes se denotan peyorativamente como “chochos”, lentos, olvidadizos, tercos, gruñones, o “viejo verde”, desaliñados, enfermos, con “achaques”, dependientes, con carga social, imagen de indefensión o inactivo, uno que otro mayor en los reclamos de pensiones. “(p.7).

En su artículo “Medios y Vejez”, publicado el 3 de octubre de 2012 por el diario Página/12, la periodista Mónica Roqué se pregunta “¿En qué medida los marcos actuales de representación mediática propician identidades y roles adecuados a los adultos mayores de hoy?”. Es una pregunta que puede guiar toda una línea de investigación relacionada con los medios. Más adelante señala “cuando se habla de los adultos mayores las notas siempre refieren a unos pocos roles esperables (abuelos o jubilados, enfermos o limitados), invisibilizando otros muy valiosos como las nuevas ocupaciones y preocupaciones, tan amplias como en otras edades. [...] Las personas mayores tienen múltiples roles: esposos, amantes, profesionales, militantes políticos o sociales, dirigentes, algunos padres, algunas madres, algunos abuelos o abuelas, pero todos personas sujetos de derechos.” (Roqué, 2012: p.1).

A diferencia de otros prejuicios, el prejuicio hacia las personas mayores puede operar sin ser advertido. No existen grupos que repudien explícitamente a las personas mayores, sin embargo, tenemos cotidianamente actitudes que dan cuenta de este sutil rechazo y condena hacia la vejez. Propiciar imágenes positivas de la vejez no implica ocultar los aspectos negativos asociados al proceso de envejecimiento, sino buscar un equilibrio entre enfoques que durante

mucho tiempo solo buscaron la imagen positiva o la imagen negativa, ambos de carácter reduccionista, o aún peor, la invisibilización de este grupo etario, diverso y múltiple además, y que no puede ser englobado en *perfiles de audiencia*, que es el modo tradicional con que operan los medios de comunicación.

En tal sentido, María Eugenia Polo (2009) propone:

presentar imágenes gráficas variadas que recojan la diversidad de actividades en las que los mayores se implican en el día a día, contar su adaptación a las nuevas tecnologías y al entorno actual o transmitir su importancia en el intercambio generacional, poniendo de relieve su gran experiencia, son medidas que podrían darse para que los medios de comunicación, en su papel de agente en la promoción de cambios en las actitudes de la población, favorezcan una imagen heterogénea, positiva y revalorizada de este grupo de edad [...] (p.2).

Por su parte, Natalia Muñiz (2010), en su artículo “La construcción de la vejez como noticia”, ha detectado tres maneras predominantes en los temas relacionados con la vejez:

La vejez como un problema económico (¿quién va a pagar el futuro?)

La vejez como una carga asistencial (¿quién los cuidará?)

La vejez como una enfermedad (¿quién pagará los costos?)

“ Al seleccionar recurrentemente estos temas para la conformación de las agendas de noticias, los medios transmiten una imagen deficitaria de la vejez, haciendo hincapié en las pérdidas, cayendo en generalizaciones [...] reproduciendo prejuicios y falsas creencias.” (p.12). Una visión más optimista del papel de los medios y la publicidad es la que proponen Nadia D. Ruiz Silveira y Beltrina Côrte (2012); estas investigadoras afirman que los medios construyen *nuevos idearios de la vejez*, *nuevos itinerarios de vejeces posibles*, en fin, una *nueva estética del envejecimiento*. (p.108).

En el caso de nuestro país, la tendencia de la prensa a mostrar una imagen *edulcorada* de la realidad, algo criticado en muchos espacios; pero no superado del todo, puede ser una barrera en el tratamiento del envejecimiento, la vejez y los adultos mayores. No obstante, hay indicios de la necesidad de abordar el tema desde otras perspectivas, tal y como lo señalan los trabajos “Dinámica

demográfica en Cuba: Un desafío inaplazable” (Granma, 2013, 27 de febrero) o “El reto de envejecer”, publicado en el mismo periódico el 14 de noviembre de 2013. Sin violar el principio de nuestra prensa de respetar la vida privada, de no convertir la desgracia en espectáculo público, es conveniente y un reto mayor, evitar que la imagen repetida profusamente de nuestros abuelitos y abuelitas haciendo ejercicios, se convierta en una *cortina de humo* para ocultar otras realidades. Profesionalidad, ética y sensibilidad humana son las *armas* que se requieren para tratar el tema.

1.2 Consideraciones metodológicas acerca del estudio de la representación mediática del adulto mayor en los espacios informativos de Radio Angulo

El mayor reto de la presente investigación lo constituye precisamente la dimensión metodológica. Esto sucede por el hecho de haber detectado dos corrientes teóricas metodológicas predominantes en el estudio de la representación mediática. La primera inspirada en la teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici, y la teoría del encuadre mediático, especialmente la perspectiva instituida por Robert Eantman. Basados en la primera corriente se destacan los investigadores Tania Rodríguez Salazar (2009), Leopoldo Tablante (2005) y Sary Calonge (2006), en especial Calonge, quien propone una metodología para la investigación de la representación mediática que enfatiza en los aspectos cognitivos y pragmáticos de la misma y realiza una propuesta que intenta suplir la escasa atención que ha recibido por la ciencia cognitiva.

En palabras de la propia autora, “se trata sólo de una aproximación, dado el estado del arte de la cognición mediática en el área de la Psicología Social, caracterizada por la escasez de investigaciones empíricas y de desarrollos teóricos.” (Calonge, 2006: p.82). En dicha propuesta, aunque intenta abarcar todas las fases del proceso (producción, difusión y recepción de la representación mediática) hay un marcado énfasis en la relación fuente-tema de la representación. Por su parte, apoyados en la perspectiva de Eantman sobre encuadre mediático, se destacan los investigadores Carlos Muñiz (2004), Juan José Igartua (2004) y María Luisa Humanes (2001, 2003) quienes privilegian en

sus estudios la relación mensaje-audiencia, orientados al efecto cognitivo. Metodológicamente, enfatizan en el uso del análisis de contenido, en sus aspectos cuantitativos y cualitativos, para la investigación de representaciones mediáticas. Al contrastar ambas corrientes, es evidente que no coinciden plenamente en la definición de los aspectos cognitivos a tener en cuenta. A pesar de las diferencias, mostradas en el epígrafe teórico, hay coincidencias en aspectos como la selección, énfasis y esquematización, en cuanto procesos formadores de la representación. Y ambas perspectivas incluyen la atribución causal como elemento cognitivo relevante. A partir de la consideración de que los aspectos cognitivos van a estar presentes en todas las fases de la representación mediática (construcción, contenido y reconstrucción de la misma) y que nuestro estudio se centra especialmente en la representación como contenido, conviene recordar la definición operacional elaborada como fundamento de esta investigación, resultado de la comparación antes señalada.

La representación mediática como contenido se puede caracterizar a través de categorías que tengan en cuenta sus aspectos nominal, definicional, actitudinal, exegético, axiológico y pragmático. Es decir, el nombre y/o núcleo figurativo del objeto de la representación, los atributos asociados al objeto a partir de definiciones que lo cualifican y clasifican; las actitudes, positivas o no, hacia el objeto; la atribución causal; los valores que se identifican con el objeto y las pautas de comportamiento relacionadas con el objeto, el cual se convierte en el núcleo de la representación que aglutina los demás aspectos en un campo de representación.

Esta representación mediática, por tanto, siempre va a estar referida a un objeto social; en nuestro caso, el objeto social de la representación es el adulto mayor. Por tal motivo, declaramos como **categoría de análisis** de esta investigación a la **representación mediática del adulto mayor**. Para su estudio y caracterización hemos definido como **sub-categorías**, en correspondencia con la definición operacional asumida, las siguientes:

Nombre: Se refiere a la palabra o frase nominal con que se designa el objeto. La

variedad de dichos nombres va a definir, en general, los límites del campo de representación, también nombrado en ocasiones como campo semántico o campo lexical.

Atributos: Se refiere al conjunto de rasgos atribuidos o atribuibles al objeto y que formalmente se pueden identificar en la forma de adjetivos o frases que cumplen una función adjetiva.

Definición: En estrecha relación con los atributos, la definición se ocupa de sintetizar en un concepto un conjunto de atributos que implican una cualificación y clasificación del objeto. Formalmente se pueden distinguir porque aparecen en forma de proposiciones relacionadas entre sí por alguna de las variantes modales del verbo ser.

Actitudes: Se refiere, en este estudio, a una disposición afectiva o expresión de emociones y sentimientos, positivos o no, respecto al objeto. Se pueden identificar en palabras o frases, cuyo contenido léxico u orientación semántica, se refieren a esta clase de contenidos.

Atribución causal: Se refiere a la explicación relacionada con el objeto, el porqué del objeto. Suelen tener una formulación racional y delata los esquemas y/o estereotipos interpretativos de la realidad, basados en sistemas de representaciones más amplios de carácter científico, ideológico o de pensamiento común. Se pueden identificar en juicios que implican una explicación, predicaciones antecedidas por la preposición *porque*, o frases equivalentes.

Valores: Se refiere a normas sociales aceptadas por la mayoría, profundamente ancladas en el imaginario social, se suelen usar como patrones para emitir juicios de valor relacionados con un objeto. Formalmente pueden ser similares a los juicios explicativos; pero mientras que estos tienden a recurrir a los aspectos racionales, los valores apelan a elementos afectivos, generalmente de carácter moral, en estrecha relación con los sistemas de representaciones que subyacen a ellos, sean ideológicos, políticos, religiosos o de sentido común.

Pautas de comportamiento: Se refiere también a construcciones de carácter normativo; pero, a diferencia de los valores que influyen en los juicios, estas

pautas prescriben acciones específicas y concretas respecto al objeto. Por tal motivo se ubican en la frontera imprecisa entre cognición y acción social. Formalmente se detectan en proposiciones de carácter conativo, o sea, exhortativas, persuasivas o imperativas.

Estas sub-categorías serán consideradas como los indicadores a partir de los cuales será caracterizada la representación mediática. No obstante, como indicadores que se centrarán en los aspectos cognitivos presentes en los materiales, resulta necesario introducir otros indicadores que nos permitan abordar los textos periodísticos a partir de sus características estructurales. Para ello, hemos seleccionado indicadores usados con frecuencia y que guardan relación con los contenidos: Tema, título, fuente, género y tratamiento.

Teniendo en cuenta la gran variedad de tipos de análisis de contenido, tanto cualitativos como cuantitativos, fue necesario ajustar su aplicación, primero al objetivo de investigación, y segundo, a las características del objeto y el campo de investigación. Cuando hablamos de representación mediática de grupos humanos, en general, y del adulto mayor, en particular, no basta con describir los datos relacionados con las sub-categorías cognitivas ya explicitadas. Es necesario aplicar algún criterio que nos permita codificar los resultados en un orden más específico. A fin de cuentas, la intención es saber si la imagen que ofrecen los medios sobre el adulto mayor, es positiva, negativa o realista.

En correspondencia con la tradición de estudios sobre relación entre medios y representación de grupos humanos, llevamos los códigos hasta identificar si la imagen ofrecida es *estigmatizante*, *edulcorante* (término que se nos presenta como todo lo contrario al primero) o *realista*. Ahora bien, ya hemos referido la existencia del campo de representación. El mismo implica que los datos sobre un objeto son diversos, variados, incluso contradictorios. Por tanto, es posible identificar, sobre la base de la prevalencia de los aspectos positivos, negativos y neutros relacionados con los aspectos cognitivos de la representación mediática, la existencia de varios discursos dentro del campo de representación que pueden catalogarse como discursos estigmatizantes, discursos edulcorantes o discursos realistas.

Ciertamente, para llegar a conclusiones generales de tal tipo, habría que analizar todos los discursos mediáticos, de todos los medios, a todos los niveles, lo cual no fue factible. Lo que sí fue factible, dada la definición operacional de representación mediática como proposición discursiva, fue el análisis del discurso en un medio. En nuestro caso, seleccionamos Radio Angulo ¿Por qué? Constituye un sistema compuesto por la Emisora Provincial, nueve emisoras municipales y seis estudios de radio, lo cual no solo garantiza la cobertura informativa a toda la provincia, y más allá de sus fronteras, sino que recibe constantemente informaciones provenientes de ese sistema.

En este sentido, se puede afirmar que es el único medio en el territorio que tiene la posibilidad de construir una representación mediática a partir de su funcionamiento como sistema, pues le da la posibilidad de incorporar informaciones elaboradas en las emisoras y estudios municipales. Su programación cubre las 24 horas del día y es el medio que más ha abordado la temática del envejecimiento y del adulto mayor. Ahora bien, se redujo la muestra a los espacios informativos; según el criterio de clasificación de la emisora, son los espacios para las noticias periodísticas más relevantes sobre el acontecer internacional, nacional y territorial. Consideramos, además, como espacio informativo especial, al sitio web de la emisora (www.radioangulo.cu) por ser el lugar donde se publican los trabajos más importantes.

Precisamente, al sitio web se le realizó un monitoreo desde el año 2011 hasta el 2013 para seleccionar, de forma intencional, los trabajos relacionados, directa o indirectamente, con el adulto mayor o el envejecimiento. Realizado como una forma de análisis longitudinal, nos permitió arribar a conclusiones preliminares sobre los aspectos cognitivos relacionados con el adulto mayor, inferibles a partir del propio contenido de los diferentes materiales periodísticos seleccionados. De este modo, los trabajos seleccionados de la página web de la emisora, constituyen la primera unidad de análisis de esta investigación.

Posteriormente, los resultados fueron contrastados con los trabajos periodísticos relacionados con el adulto mayor, que aparecieron publicados en los tres espacios

informativos más importantes: La revista informativa “Contigo”, el noticiero “Noticias al Mediodía” y el noticiero estelar “De Primera Mano”, pues no solo constituyen el 70 % del tiempo destinado por la emisora a espacios informativos; sino también por ser los momentos en que se interconectan como sistema todas las emisoras y estudios municipales. En este caso, se seleccionaron cinco emisiones de cada programa en el periodo comprendido entre el 06 y 17 de enero de 2014, a partir de un criterio transversal, y se aplicó el análisis a los trabajos relacionados con adulto mayor o envejecimiento, detectados en este lapso de tiempo.

Para los materiales de la página web se aplicó la siguiente ficha de análisis.

Datos indicativos genéricos			Fecha
Indicadores	Codificadores		
Tema	Breve descripción del contenido del trabajo		
Título	Informativo	Llamativo	Mixto
Género	Informativo	Interpretativo	Opinión
Fuente	Periodista	Institución	Sujeto común
Tratamiento	Directo		Indirecto
Datos indicativos específicos			
Nombre/s	Relacionados al Adulto Mayor o su campo semántico		
Atributo/s	Positivo/s	Equilibrado/s	Negativo/s
Actitud/es	Positivo/s	Equilibrado/s	Negativo/s
Valor/es	Positivo/s	Equilibrado/s	Negativo/s
Definición	Científica	Común	Retórica
Atribución causal	Científica	Común	Retórica
Pautas de comportamiento	Presente (Descripción)		Ausente

(Fuente: Elaboración propia)

Para los materiales seleccionados de los espacios informativos señalados con anterioridad (Contigo, Noticias al Mediodía y De Primera Mano), se aplicó una

ficha de análisis similar, aunque se incluyó, entre los datos específicos genéricos, el indicador “programa”. Posteriormente se triangularon los resultados obtenidos de las diferentes unidades de análisis para arribar a conclusiones generales.

1.2.1 Un acercamiento al discurso periodístico y el periodismo radiofónico

Ya hemos afirmado que la representación conlleva la aplicación de determinados recursos que avalen un criterio de veracidad y que, dentro de los múltiples discursos mediáticos, el discurso periodístico es el que mejor se ajusta a este criterio. Además de las condiciones clásicas que se le atribuyen, es decir, tratar hechos reales, relevantes y del máximo interés público; el mismo está abocado a utilizar estrategias que confirmen estas características. Para ello, es usual la impersonalización en el tratamiento de los temas, recurrir a fuentes que se les considere confiables tales como los propios sujetos protagonistas del suceso, las autoridades públicas y los expertos o instancias especializadas, según el tema de que se trate.

Lo anterior se traduce en la tendencia a escribir en tercera persona, el uso de cifras y datos que ilustren los hechos, emplear citas directas o parafraseadas de las fuentes consultadas, las que, dicho de otro modo, deben gozar del atributo de la credibilidad. La claridad expresiva, la brevedad y concisión, la sencillez, son también atributos propios del discurso periodístico.

Claro, no hay que olvidar que el discurso periodístico siempre es intencional. Puede existir una intención persuasiva más o menos evidente; pero detrás de todo texto periodístico hay una intención de fondo orientada hacia la acción social, ya sea a través de los comportamientos que se desea en las audiencias o proscribiendo los comportamientos que no se consideran deseables.

También hay que considerar que se escribe para un público relativamente anónimo, de los que se tiene una vaga idea en lo que se denomina perfiles de audiencia; pero al que hay que tratar de llegar, llamar su atención y tratar de convencer. Esto implica el uso de recursos de llamada de atención tales como los titulares, las argumentaciones ágiles y vivaces, recursos tipográficos, sonoros o audiovisuales, según el medio de que se trate. La entrada y el final del texto

periodístico son importantes, así como la plasticidad y colorido y la necesidad de usar todos los recursos de la exposición, la narración, la descripción y el diálogo. Schopenhauer llamaba al periódico el segundero de la historia, no solo por abordar los hechos verídicos que suceden en la cotidianeidad, sino también por el rasgo de obsolescencia que acompaña a la información periodística. Su tendencia es perder actualidad con rapidez. El hecho de que el periodista tenga que dar forma a acontecimientos novedosos y, en general, apremiado por el tiempo, implica también la tendencia a presentar las noticias en estructuras narrativas relativamente esquematizadas. Implica la referencia a hechos previos como condiciones o causas, o prediciendo eventos futuros como consecuencias posibles o reales, en ocasiones, sin un análisis realmente profundo de los sucesos. Otra estrategia común es insertar los hechos en modelos situacionales bien conocidos por los públicos para hacerlos familiares, aun cuando sean realmente nuevos. Todo este proceso se realiza en las fases usuales de recolección, selección y construcción final del relato.

Aunque no compartamos del todo la afirmación de que en las sociedades modernas la realidad social es creada por los medios (Rodrigo Alsina, 1989); sí parece más apropiado considerar que la prensa “tributa directamente al objetivo de construir la realidad social como realidad pública y socialmente relevante” (García Luis, 2013: p.85). Más adelante, el propio García Luis acota que “la prensa, en un nivel básico, informa, mientras que a otros niveles de lectura estimula valores, reafirma paradigmas y nutre creencias, representaciones y mitos.” (García Luis, 2013: p. 86).

De manera general, todo discurso periodístico tiene estos rasgos genéricos.

No obstante, las características expresivas de cada medio constituyen el primer factor estructural de diferenciación entre los mismos (Serrano, 1993: p.204). Sin entrar en la compleja clasificación que hace este autor de la tipología de medios, conviene señalar grosso modo la existencia de medios visuales, sonoros y audiovisuales. El periódico es un medio visual que recurre a la palabra escrita y a recursos gráficos para conformar su lenguaje. La radio es un medio sonoro que

apela a la palabra oral y a recursos de sonido para conformar el suyo y la televisión, usa de la palabra y de imágenes en movimiento. Por supuesto, la aparición de la Internet, y la convergencia de lenguajes que propicia, entre otros aspectos, han modificado algunos aspectos del discurso periodístico y de la propia praxis periodística en sí. A pesar de esto, este autor considera a la palabra como el principal productor de sentido, especialmente en el discurso periodístico.

En general, se afirma que el periódico favorece el pensamiento lógico y propicia un abordaje más analítico de los temas que trata. La televisión, permite un acercamiento más emocional a los hechos noticiosos por las propias características de su lenguaje. Al respecto Patrick Champagne (2000) afirma que “las imágenes ejercen un efecto de evidencia muy poderoso: parecen designar, sin duda más que el discurso, una realidad indiscutible aunque sean igualmente el producto de un trabajo más o menos explícito de selección y construcción.” (p. 5).

La radio, por su parte, favorece el desarrollo de la imaginación pues los individuos deben reconstruir mentalmente la realidad designada por las palabras y sonidos.

Aunque hay una larga tradición de estudios comparativos entre los diferentes medios, en especial cuando se trata de analizar los efectos de agenda de cada uno, hay que reconocer que, cuando se trata de representación mediática, las investigaciones se han polarizado hacia la prensa escrita o hacia la televisión. Las posibilidades de instantaneidad de la radio con respecto al acontecer noticiable, solo superadas por el periodismo digital que se hace en Internet, se une a la fugacidad del texto radial. Una vez escuchada una información, no se puede retroceder para entenderla mejor; circunstancia que no logra resolver del todo la concisión, claridad y la necesaria redundancia que se impone al periodismo radiofónico.

Otra circunstancia que atenta contra la recepción adecuada del mensaje radial es el hecho de que se puede simultanear su escucha con otras actividades. Mientras la televisión y el periódico exigen una mayor concentración durante el periodo de consumo de sus mensajes, la radio permite realizar otras actividades de manera sincrónica. Cuando se trata del adulto mayor, a la radio se la suele considerar

como el medio más apropiado para configurar una programación adecuada a las necesidades y características de este sector de audiencia, al que se le supone con mayor tiempo libre para escuchar los programas. Además, los ancianos mayores de 70 años constituyen una generación más de la radio que de la televisión. En Chile existe desde hace varios años una Radio del Adulto Mayor, con una programación ajustada a sus gustos y preferencias.

Se puede hablar de un discurso periodístico en general, de un discurso periodístico de la prensa plana, de un discurso periodístico radiofónico, de un discurso periodístico televisivo y de un discurso periodístico hipermedia. De igual modo es posible hablar de una representación mediática genérica, o de una representación mediática específica, según los rasgos propios de cada medio. En la presente investigación, fue posible analizar un corpus de prensa tomado de la página Web de la Emisora, con rasgos muy similares al periodismo escrito, y un corpus de programas radiales, con el formato más tradicional del periodismo radiofónico. Pero veamos con mayor profundidad los rasgos más importantes del discurso radiofónico.

En primer lugar tenemos la voz. Según Tito Ballesteros López, en su libro “La radio, un medio para la imaginación”, “La voz es el eje principal sobre el cual se soporta el discurso radial. [...] la palabra es indispensable en la radio. El énfasis en las oraciones y la intención de lo que se comunica está definido por los componentes de la voz (tono, ritmo, volumen, fuerza).” Es precisamente la sensación de cercanía que provoca la voz humana la que permite concebir a la radio como un medio “sensual y cálido”. (Roncagliolo, 1997: p.5). También,

[...] el contacto de los oyentes “que hablan” es otro rasgo característico [...] desde este medio se concreta una comunicación bidireccional [...] que se da con mayor fuerza y velocidad que en la televisión y en la gráfica. Este hecho contribuye a que la gente llame a las radios y que utilizando el lenguaje popular, se comuniquen con mucha familiaridad y confianza. (Toledo, 2007: p. 8).

En igual sentido, la mexicana Cristina Romo, en su ponencia “El lenguaje seductor de la radio” afirma que el mismo “... es flexible y permite expresar casi cualquier

cosa, porque apela a la imaginación y a la buena voluntad del que escucha. De ahí, que el elemento más importante sea el habla, la palabra, la voz...”. No obstante, acota Ballesteros, “[...] La palabra radiofónica no es hablar. [...] En los programas se pueden crear imágenes a través de recursos metafóricos, ejemplos, utilizando colores, describiendo objetos, narrando historias, exagerando, pintando escenarios.” En fin, el discurso no puede ser monótono, plano, sin las adecuadas inflexiones de la voz, según la intención comunicativa.

El otro componente esencial del lenguaje radiofónico lo constituyen los efectos sonoros, los cuales permiten decorar el discurso hablado, crear escenografías, ambientar los sucesos, dar viveza, colorido y expresividad a los contenidos. Si no responden a una intencionalidad determinada, pasan a ser considerados como ruidos.

El tercer componente es la música, que no es solo la suma de canciones para entretener a la audiencia, como sucedía en las etapas iniciales del medio. Poco a poco se fue integrando al lenguaje radiofónico, en especial de su componente dramático en “... aperturas y cierres de series radiales [...] entradas de novelas, momentos de suspenso, terror, alegría, acercamientos pasionales, momentos de humor [pues la misma] puede cumplir funciones que indican comportamientos personales (malo, bueno), descripciones de escenarios (terror, oscuridad) [...] o reflexión.” (Ballesteros, s/f: p. 6). En el aspecto periodístico es más restringido su uso; pero se suele insertar como, identificación, introducción, cierre, puente, ráfaga o tema musical. Por último, tenemos el silencio; el cual “es capaz de expresar, retratar, narrar y describir distintos escenarios y ambientes.” (Ballesteros, s/f: p.6).

En general, todos los recursos expresivos del lenguaje radiofónico, cumplen las mismas funciones que los recursos no verbales de la comunicación interpersonal, los recursos tipográficos de la prensa escrita o las convenciones audiovisuales del discurso televisivo. Al igual que estos medios, la aparición de Internet y la convergencia tecnológica que le acompaña, hicieron pensar que la radio debía desaparecer. Sin embargo, los datos actuales sobre diversificación y auge de la

radio indican lo contrario. Claro que, como afirma Rocangliolo (1997) esto "... hará que la radio resulte impensable sin su interpenetración con los otros medios, ya que todos los mensajes serán digitales y, por lo tanto, intercambiables." (p.5). También hay otras condiciones que garantizan la supervivencia de este medio. Al respecto, Ricardo Daniel Toledo (2007), opina que debido a "las características de ser un medio directo, rápido, sugestivo y de gran alcance, la radio está recuperando un lugar entre las comunidades que van perdiendo representación política y espacio público para la defensa de sus intereses y los de la comunidad." (p.7).

Con franco optimismo, Cristina Romo expresa:

Porque el lenguaje radiofónico no tiene límites, y exige eso, que no se le limite, ya que el medio está abierto para que a través de él transiten y se muevan con libertad las palabras, los enunciados, las ideas, los pensamientos, los sentimientos, el acontecer, el humor, la filosofía, la vida. Todo lo que puede ser expresado con palabras puede ser transmitido por radio, ¿y qué cosas no pueden ser expresadas con palabras o transformadas en sonidos? (s/f: p.3)(Archivo personal)

CAPÍTULO II: REPRESENTACIÓN MEDIÁTICA DEL ADULTO MAYOR EN LOS ESPACIOS INFORMATIVOS DE RADIO ANGULO

2.1 Precisiones sobre el contexto y la referencia

2.1.1 Radio Angulo: Una mirada a su historia y programación

La emisora de radio CMKO fue fundada el primero de agosto de 1936 por Manuel Angulo Farrán. Él, junto a otros entusiastas, construyó los estudios y suplieron con creatividad los requerimientos técnicos y profesionales de la realización radial. Concebida como una emisora comercial se ajustó a este tipo de formato; pero las preocupaciones cívicas y revolucionarias de su fundador hicieron de la estación una tribuna de participación popular de los holguineros. No solo fueron los propios vecinos los intérpretes de los personajes de sus novelas; también usaron la nueva planta para encauzar, a través de sus espacios informativos y doctrinales, la lucha contra las inmoralidades de todo tipo.

Esta orientación cívico-política de la emisora se acentuó en la última etapa de lucha revolucionaria contra la dictadura de Fulgencio Batista. La propia militancia de Manuel Angulo en las filas del Movimiento 26 de Julio, y como parte de su junta directiva en el territorio, hicieron que a través de sus ondas se coordinaran acciones concretas como el caso del ajusticiamiento del esbirro Fermín Cowley Gallegos. En más de una ocasión la CMKO fue censurada y clausurada. A finales de 1958, Manuel Angulo fue apresado, torturado y asesinado por la tiranía. En su honor, la emisora se denomina hoy “CMKO Radio Angulo”. El 6 de enero de 1959, la viuda del mártir entregó la Emisora a la dirección rebelde del país. De este modo la CMKO se convirtió en la segunda emisora de la Revolución, después de Radio Rebelde.

Desde los inicios de la CMKO, la misma contribuyó a la difusión del arte y la cultura local. Después de 1959, se consolida su papel en la construcción de la hegemonía revolucionaria y ha estado presente en todas las etapas y procesos iniciados por la Revolución. El papel destacado de Radio Angulo en estos años le ha hecho merecedora de múltiples reconocimientos por sus aportes en los campos económicos, políticos, sociales y culturales. Numerosas organizaciones políticas y de masas, en especial la Central de Trabajadores de Cuba y el Partido Comunista

de Cuba, han hecho público reconocimiento a la labor destacada de la emisora, sus programas y su colectivo de trabajadores.

Entre las condecoraciones y distinciones recibidas se destacan:

- El Hacha de Holguín, por la Asamblea Provincial del Poder popular, el 26 de julio de 1996.
- El machete de Máximo Gómez, entregado por el Segundo Secretario del Partido Comunista de Cuba y Ministro de las Fuerzas Armadas revolucionarias, Raúl Castro Ruz, el 21 de abril de 1992.
- La condición de Colectivo Vanguardia Nacional en los años 1995, 1997, 1998 y 1999.
- Centro de Tradición Heroica, por la CTC, ratificada en el año 2007.
- Placa de la UNEAC y el Premio Provincial de Cultura Comunitaria.

Con el inicio del Periodo Especial en los años 90, la radio en general, y la holguinera en particular, acrecentaron su papel debido en gran parte a las serias limitaciones que sufrieron los demás medios como resultado de carencias tecnológicas. De igual modo, Radio Angulo gana en protagonismo a partir del año 2000, en el marco de la Batalla de Ideas. De esa fecha hasta el presente, la emisora provincial se ha convertido en la planta matriz de la Cadena Provincial de Radio en Holguín.

Se puede afirmar que constituye un verdadero sistema compuesto por nueve emisoras municipales y seis estudios radiales que garantizan la cobertura informativa de todo el territorio (Ver Anexo Nro.1); aunque todavía subsisten pequeñas zonas de silencio, sobre todo de la programación que se radia en Frecuencia Modulada (FM). Cada una de estas emisoras tiene una programación propia, según las características tecnológicas, y se ajustan a las directrices de la planta matriz tanto como a los requerimientos de las comunidades donde están ubicadas. Al concluir su programación propia, replican la señal de Radio Angulo. También tributan información para el espacio digital de la CMKO. Justo es señalar que Radio Angulo fue el primer medio territorial que contó con una página Web desde el año 2001.

Este sistema queda representado en el siguiente gráfico:

No.	Emisora	Frecuencia en FM (MHz)	Frecuencia en OM (KHz)	Horas de TX
1	CMKG Radio Juvenil	93.7	-	12
2	Radio Holguín la Nueva	96.1	-	12
3	Radio Gibara	107.9	-	6
4	CMKR Radio Banes	95.7	-	14
5	CMKN Radio Mayarí	-	1490	14
6	Ecos de Sagua	102.9	-	6
7	CMKR La Voz del Níquel	92.7	-	18
8	Radio SG La Voz del Azúcar	104.3	-	6
9	CMKO Radio Angulo	97.7 (Holguín)	1100 (Mayarí) 1110 (Holguín) 1120 (Banes) 740 (Sagua)	24

Además de las emisoras antes señaladas, el sistema incluye seis estudios de radio ubicados en los municipios Antilla, Báguano, Cacocum, Cueto, Frank País y Rafael Freyre.

Este sistema radial tiene 22 mil Watt de potencia en Amplitud Modulada (A.M) y 850 watt de potencia en FM, lo que permite una satisfactoria cobertura de la provincia. Las señales de nuestras emisoras se entrecruzan en la mayor parte de la geografía holguinera y esta cualidad se presenta de la siguiente manera:

Radio Angulo: Se escucha en los 14 municipios de la provincia y fuera de fronteras.

Radio Juvenil: Se escucha en los municipios de Calixto García, Holguín, Gibara y Cacocúm.

Radio Holguín La Nueva: Se escucha en los municipios de Holguín, Gibara, Cacocúm, Urbano Noris, Báguano y Rafael Freyre.

Radio Banes: Se escucha en Banes, Báguano, Rafael Freyre, Urbano Noris, Cueto, Mayarí y Antilla.

Radio Mayarí: Se escucha en Mayarí, Cueto, Báguano, Banes y Antilla.

Radio Ecos de Sagua: Se escucha en Sagua de Tánamo, Moa, Frank País y Mayarí.

La Voz del Níquel: Se escucha en Moa, Frank País y Sagua de Tánamo.

Radio Gibara: Se escucha en Gibara y Rafael Freyre.

Radio SG: Se escucha en Urbano Noris, Báguano y Cacocúm.

En los documentos normativos de Radio Angulo se declaran como misión, visión e identidad sonora los siguientes:

MISION: Satisfacer las necesidades informativas, educativas, culturales y de entretenimiento de la población con una programación portadora de valores políticos ideológicos, sociales, éticos y estéticos en correspondencia con nuestra sociedad socialista.

Visión: La Radio en Holguín como MDM con posibilidades de llegar a toda la provincia por tener 8 emisoras que constituyen un sistema, garantizará la actualidad noticiosa provincial, nacional y extranjera, así como el que hacer del pueblo en la batalla de ideas, reflejando la ideología socialista que defendemos con una programación de alta calidad.

Identidad Sonora:

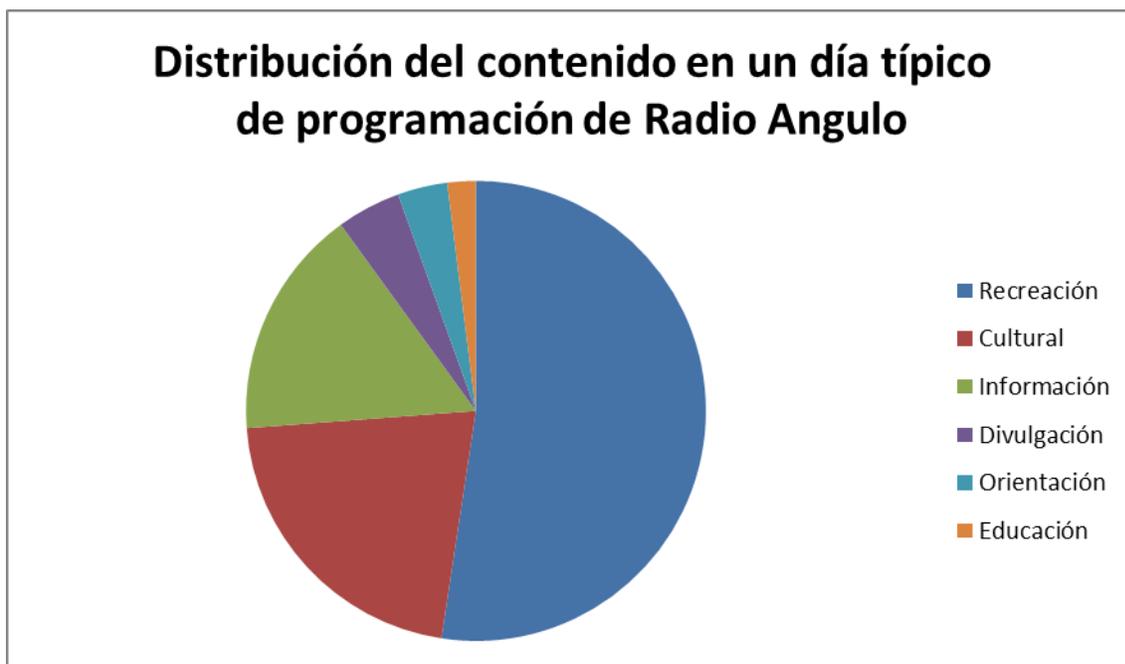
La emisora se identifica con un arreglo de “La Bella Cubana” de José White y con la voz del maestro Osvaldo Aguilera González.

Respecto a la programación de la Emisora, hay que destacar que la misma cubre las 24 horas del día y está concebida como variada, según los contenidos; y dedicada fundamentalmente a un público general, con algunos programas específicos dedicados a niños, jóvenes y campesinos. Según la función que cumple cada programa, el medio clasifica toda su programación en las siguientes categorías:

- Informativa.
- Recreativa.
- Cultural.
- Divulgación.
- Educativa.
- Orientación.

Dicha programación se estructura de una manera estándar de lunes a viernes y los sábados y domingos varía, con un mayor énfasis en las funciones recreativa,

divulgativa y de orientación. Un día típico de lunes a viernes comprende la siguiente distribución, según la relación función-tiempo: Recreación, 755 minutos (52.4%); cultural, 308 minutos (21.4%); información, 233 minutos (16.2%); divulgación, 65 minutos (4.5%); orientación, 50 minutos (3.5%) y educación, 29 minutos (2.0%). Lo anterior se aprecia mejor en el siguiente gráfico.



Los programas seleccionados como muestra de la programación informativa (Contigo, Noticias al Mediodía y De Primera Mano) suman un total de 163 minutos, lo cual representa alrededor del 70 % de todo el contenido informativo de la Emisora en un día típico. Son los programas, además, donde las emisoras y estudios del sistema radial holguinero se conectan para ofrecer una visión panorámica del acontecer noticioso de toda la provincia. Antes de concluir este epígrafe, conviene señalar los aspectos más significativos de cada uno de los programas seleccionados.

Contigo: Revista informativa de 89 minutos de duración (5:30-6:59 am). Dirigida a un público general, aborda una gran variedad de temáticas y propicia el uso de los diferentes géneros periodísticos. Posee espacios fijos para noticias de carácter territorial, nacional e internacional, además de dos contactos para comentarios deportivos. Ofrece informaciones sobre el estado del tiempo, las efemérides, la

hora y otras de facilitación social. El contacto directo con emisoras y estudios le confiere un adecuado dinamismo. La presentación en síntesis de los titulares, ya sea con una intención prospectiva o retrospectiva, permite tener una idea de los principales acontecimientos tratados en el programa.

Noticias al Mediodía: Noticiero de 15 minutos de duración (12:00-12:15 pm). Cumple la misión de ofrecer una visión panorámica del acontecer noticioso territorial, nacional e internacional. Carácter dinámico y ágil, pero el factor tiempo solo permite que se trabaje esencialmente el género noticia, según la estructura clásica de la misma y con no más de un minuto de duración, salvo raras excepciones. En ocasiones, las notas informativas constituyen un llamado de atención para un abordaje más profundo del tema en el noticiero estelar.

De Primera Mano: Noticiero estelar de Radio Angulo de 59 minutos de duración (5:00-5:59 pm). Constituye uno de los programas con mayor índice de audiencia, según estudios de la propia emisora. Es el espacio de las noticias más relevantes del acontecer territorial, nacional e internacional. Posee espacios fijos para noticias internacionales, deportivas y es el programa favorito para el ejercicio de la crítica social. Esta se realiza por medio de los propios periodistas de todo el sistema radial, que funciona sincrónicamente en este horario, o a través de quejas directas planteadas por los oyentes por vía telefónica, o mediante el móvil-radio que se desplaza a los sitios donde hay situaciones problemáticas. Es el espacio donde se emplaza públicamente a los organismos e instituciones responsables de resolver los problemas señalados en las críticas. Esto le confiere prestigio pues muchos ciudadanos ven al programa como el último recurso, cuando ya han agotado las vías tradicionales, para tramitar las quejas.

2.1.2 Acerca de la situación socio demográfica del envejecimiento en Holguín

Según los datos suministrados por el Informe Final Censo de Población y Viviendas 2012, publicado por la Oficina Nacional de Estadísticas e Información (ONEI), la población de Holguín fue de 1 035 072 habitantes, lo que la convierte en la tercera provincia más poblada de Cuba, antecedida por La Habana con

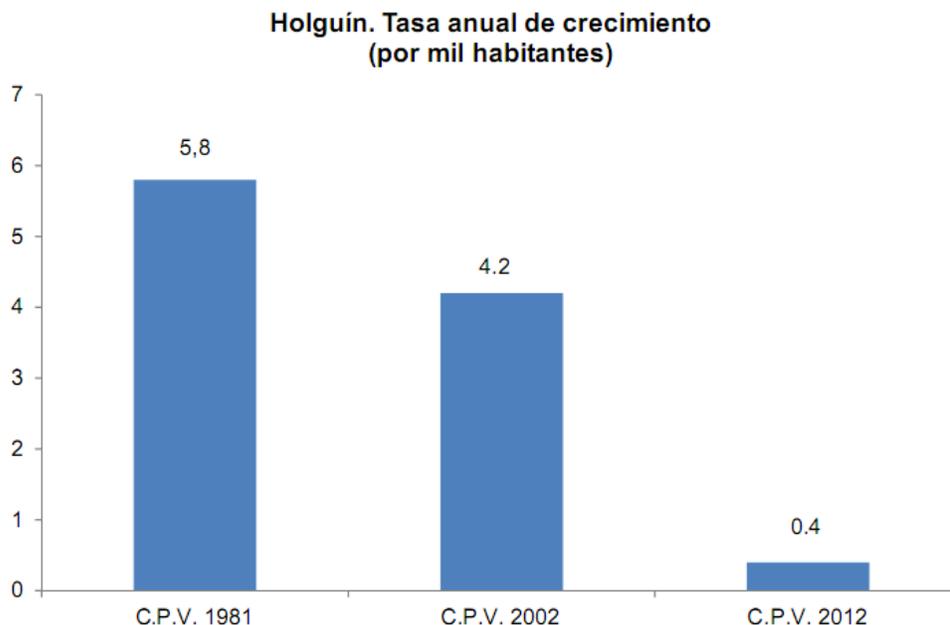
2 106 146 y Santiago de Cuba con 1 049 084 habitantes.

El municipio cabecera resulta el más poblado con 346 195 habitantes, seguido por Mayarí con 102 354 y Banes con 79 856 habitantes. Por el contrario, el municipio Antilla es el de menor tamaño poblacional con 12 415 habitantes.

Con respecto al Censo anterior, realizado en el año 2002, la población de Holguín crece en 13 751 habitantes, lo cual representa aproximadamente una tasa de crecimiento anual del 0,13 %. Este crecimiento se comporta de manera desigual entre los diferentes municipios. Crecen entre 2002 y 2012, los municipios de Rafael Freyre, Antilla, Holguín y Moa, el resto decrece. De ellos, el municipio con mayor crecimiento poblacional en esta etapa es Rafael Freyre, le siguen Holguín y Moa. En todos los casos con valores iguales o superiores al 0,7 % como promedio anual.

En los diez municipios restantes de la provincia, que representan el 71,4 % del total, disminuye la población con respecto al censo anterior, constatándose el hecho de que las disminuciones relativas más importantes de población en el período analizado se registraron en los municipios de Sagua de Tánamo, Urbano Noris y Frank País.

Un análisis más detallado recogido en el Anuario Estadístico de Holguín 2012, publicado por la ONEI, al comparar la tasa de crecimiento anual entre los años 2007 y 2012, demostró que la misma tuvo una tendencia decreciente desde el 1,33% hasta un 0,4%. Esto implica que, a largo plazo, la tendencia a aumentar la población se debe invertir y la población absoluta también debe disminuir. En realidad, aunque la población de Holguín haya aumentado con respecto al 2002, el estudio comparativo de los años antes mencionados mostró una tendencia descendiente de la tasa de crecimiento, la cual muestra muy pocas probabilidades de ser revertida. Esto corrobora la conclusión anterior. En lugar de aumentar el número de pobladores, tanto en términos absolutos como medios, la perspectiva es la de una disminución de estas cifras. Esto resulta más evidente en la siguiente tabla tomada del Resumen Adelantado del Censo de 2012. En síntesis, la tendencia actual al crecimiento es engañosa.



También se debe señalar que la cifra total de habitantes es relativa, pues el indicador relacionado con los residentes dio un total de un millón veintisiete mil seiscientos ochenta y tres habitantes (1 027 683). De ellos, 661 008 viven en zonas urbanas y 366 675 viven en zonas rurales. En términos absolutos fue de 1 035 072 habitantes, de los cuales 684 412 viven en zonas urbanas y 350 660 en zonas rurales.

Según el Informe, la población urbana crece, al igual que la población total, y la rural disminuye en valores absolutos. El grado de urbanización en Holguín, que expresa el porcentaje de población urbana con respecto a la población total, alcanzó la cifra de 66,1%, ligeramente superior al censo de 2002, que fue de 64,1%. Los municipios con grado de urbanización por encima del 80% son en orden descendente: Antilla, 86,2 %; Holguín, 85,3 % y Moa, 83,7%. El menor grado de urbanización lo presenta el municipio de Calixto García con el 32,3 %.

Por su parte, el Anuario refleja estos datos del siguiente modo. “La población reside en 1 103 asentamientos poblacionales, de ellos 45 urbanos, el 4,0 por ciento”. Mientras que señala un “índice de urbanización del 64,3 por ciento”.

Otro indicador donde se manifiestan disparidades territoriales fue la cantidad de habitantes por kilómetro cuadrado de superficie. Este indicador a nivel provincial resultó ser 112,3 (111,5, según el Anuario) habitantes por kilómetro cuadrado, los valores de mayor y menor densidad respectivamente lo presentan Holguín, con 501,9 y Frank País con 50,7. Gibara y Antilla también son municipios con una alta densidad poblacional.

Aunque los indicadores fundamentales que inciden directamente en el crecimiento poblacional de un territorio son la tasa de nacimientos y la tasa de defunciones, es conveniente señalar que, en el caso de Holguín, hay otro indicador que ha resultado, a la postre, fundamental en el índice de crecimiento de la población a nivel territorial. Se trata del balance migratorio negativo detectado como tendencia en Holguín. En realidad, en estos momentos la tasa de nacimientos es superior a la tasa de defunciones, en parte por el alargamiento de la esperanza de vida de la población (79,12 años; 77,43 para los hombres y 80,94 para las mujeres, la más alta del país) y por ser la provincia que presenta la mayor esperanza de vida geriátrica a los 60 años, que es de 22,96 años para ambos sexos.

Sin embargo, el balance migratorio negativo incide en las cifras actuales del territorio. Según el Anuario, la provincia se caracteriza por el éxodo poblacional tanto interno como hacia otros territorios del país. Las migraciones se producen fundamentalmente en las edades comprendidas entre 15-49 años, que se consideran reproductivas y laborales, además, mayormente son del sexo femenino. En el año 2012, por ejemplo, en la provincia se produjeron 3 962 altas y 7 800 bajas para un saldo negativo de -3 838.

Cuando se analiza la estructura por grandes grupos de edades es posible conocer el nivel de envejecimiento de la población, expresado a través del porcentaje de población con 60 años y más, y de otros indicadores que reflejan este proceso. De acuerdo al Informe Final Censo de Población y Viviendas 2012, el 17,7 % de la población de Holguín tiene 60 años y más, 183 395 habitantes, inferior en 0,5 punto porcentual a la de 0-14 años, que es del 18,2%, con 188 238 habitantes.

Los municipios más envejecidos son: Gibara, 21,0 %; Banes, 19,3% y Báguanos, 19,2 %; mientras que el más joven de la provincia (y del país) es Moa con 11,5 %. La relación de población entre las personas de 60 años y más y las de 0-14 años es de 974. La más alta en Gibara con 1 289 y la menor en Moa con 549. Además, Holguín es la segunda provincia que reporta la mayor cantidad de centenarios, residen 432 personas de 100 años y más, solo superada por La Habana, donde viven 674 habitantes que se encuentran en ese grupo etáreo.

Uno de los mayores impactos del envejecimiento poblacional tiene que ver con la carga o presión sobre los recursos laborales de un territorio. Este indicador se denomina *relación de dependencia de la edad* (RDE): Es la relación entre la población joven y vieja con respecto a la población adulta, y se calcula de la siguiente forma:

$$RDE = \frac{J+V}{A} \cdot 1000$$

Donde: J (jóvenes) = población de 0 – 14 años.

V (Viejos) = población de 60 y más años.

A (adultos) = población entre 15 – 59 años.

Para el año 2012, respecto a la población residente de 1 027 683 habitantes, este indicador se comportó de la siguiente forma:

$$RDE = \frac{188\ 689 + 183\ 217}{655\ 777} \cdot 1000 = \frac{371\ 906}{655\ 777} \cdot 1000 = 567.12$$

$$RDE = 567.12$$

Dicho de otra manera, por cada mil habitantes hay como promedio 567.12 personas en edad laboral que tienen a su cargo personas dependientes laboralmente. Por supuesto, esto solo da una idea general del fenómeno. En la práctica se requieren estudios más exhaustivos. ¿Qué va a suceder cuando haya una cifra muy elevada de personas dependientes respecto a los activos laboralmente? En estos momentos la proporción es casi equivalente. Ya hay indicios, incluso, de adultos que tienen a su cargo una generación de jóvenes y dos generaciones envejecidas.

Resulta necesario preguntarse sobre la capacidad de atención institucional al adulto mayor. En general, de acuerdo al Anuario Estadístico de Holguín 2012, ya mencionado, los indicadores sobre la capacidad institucional en la provincia, se comportan del siguiente modo:

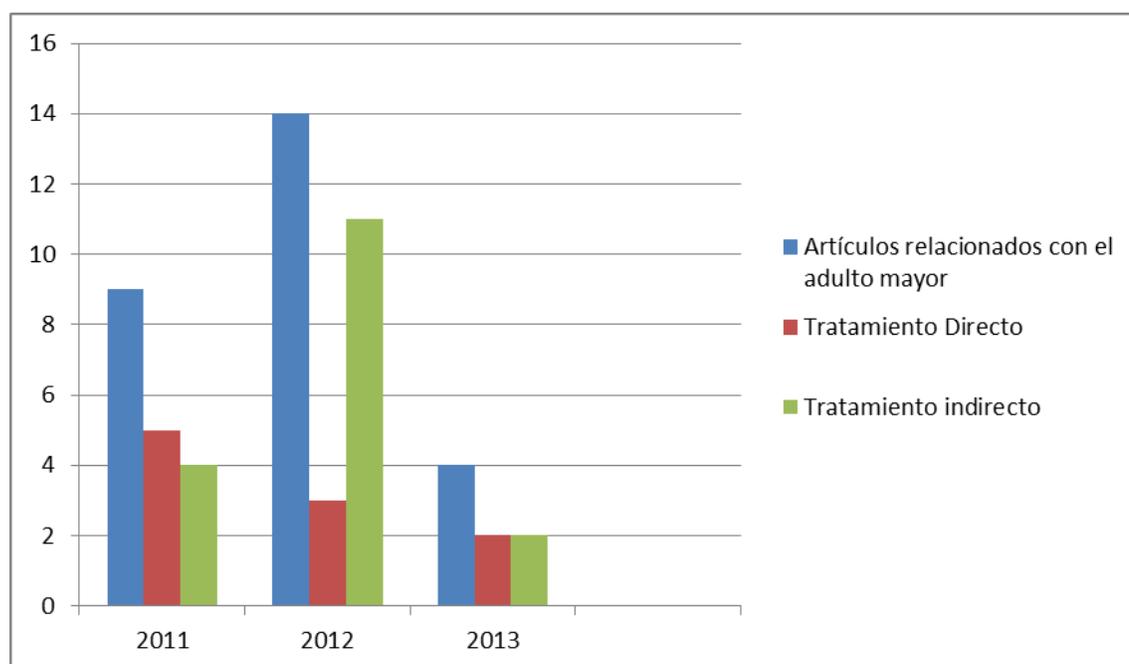
- Existen 1 238 unidades para la asistencia médica y social distribuidas en 15 hospitales, 42 policlínicos, 9 clínicas estomatológicas, 39 salas de rehabilitación, una casa renal, 36 hogares maternos y 1 103 consultorios del médico de la familia.
- Para la asistencia social, en específico, existen siete hogares de ancianos, 18 casas de abuelos y un hogar de impedidos físicos y mentales. La dotación normal de camas en las unidades en servicio alcanzan las 5 154, de ello corresponden 4 381 a la asistencia médica y 773 a la social.
- En los indicadores relacionados con el nivel de vida se señala que la capacidad de asistencia social por cada mil habitantes es de 0,7; la capacidad en hogares de ancianos por cada mil habitantes mayores de 65 años disminuyó de 5,7 en el año 2007 a 5,1 en el año 2012. Mientras que la capacidad en hogares de impedidos por mil habitantes se ha mantenido en 0,1 durante los últimos 6 años.
- Lo anterior está relacionado con la disminución de gastos e inversiones en salud y asistencia social en el periodo comprendido entre los años 2007 y 2011. Aunque los gastos en salud mostraron un discreto aumento de 298,6 millones de pesos en el 2007 a 353,5 millones de pesos en el 2011; los gastos en asistencia social cayeron bruscamente de 103,7 millones de pesos en el 2007 a 7,1 millones de pesos en el 2011. Las inversiones totales en salud y asistencia social también mostraron un amplio descenso de 1 millón de pesos en el 2007 a 0,1 millones de pesos en el 2011. Llama la atención las cifras sobre el personal facultativo en servicio. Luego de fluctuaciones en los años intermedios, en el 2011 era de 21 606, 238 menos que en el año 2007.

2.2 Rasgos esenciales de la representación mediática del adulto mayor en los espacios informativos de Radio Angulo

2.2.1 Rasgos de la representación mediática en los materiales publicados en la página Web de Radio Angulo

Al analizar los resultados de la aplicación del análisis de contenido a los materiales publicados en la página Web de la emisora Radio Angulo relacionados con el adulto mayor (AM) y/o el envejecimiento poblacional, entre los años 2011 y 2013, se puede arribar a las siguientes conclusiones preliminares.

- Hubo un total de 27 trabajos relacionados directa o indirectamente con el adulto mayor y el envejecimiento (Ver Anexo Nro.2). Si comparamos el número de trabajos en el periodo estudiado, hay indicios de que la representación mediática del adulto mayor ha transitado por las etapas de surgimiento, desarrollo y declive de la misma. En el 2011, 9 artículos (33.3 %); en el 2012, 14 artículos (51.8%) y en el 2013, solo 4 artículos (14.8 %). También disminuyó el abordaje directo del tema: 5 artículos en el 2011, 3 artículos en el 2012 y 2 artículos en el 2013.



- El indicador relacionado con el tratamiento indirecto del tema, amerita un análisis más detallado. Si del total de artículos analizados, el 63 % (17) trata el tema de una manera indirecta, ¿significa que estamos en presencia de una infrarrepresentación del adulto mayor como grupo humano? ¿Acaso de una “objetualización” del AM, al ser tratado como sujeto pasivo de la acción institucional? Antes de llegar a conclusiones al respecto, conviene analizar otros elementos. En primer lugar, los resultados del balance temático y el tipo de tratamiento, tal y como se muestra en la tabla siguiente.

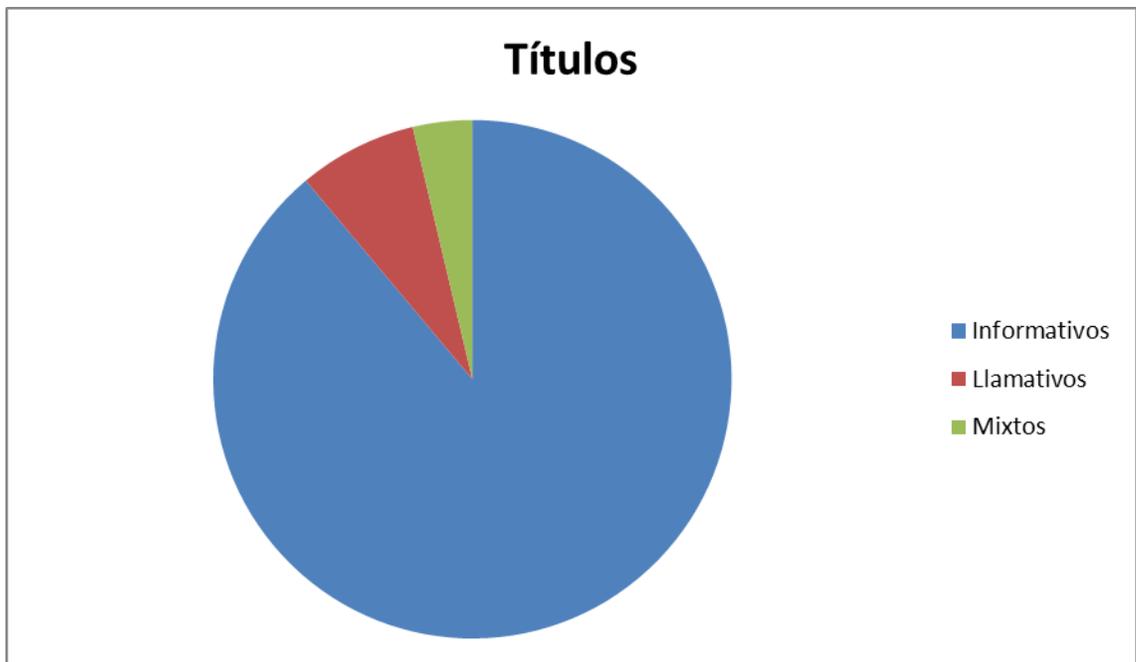
Nro.	Tema asociado al adulto mayor (AM)	Total	%..	T. Directo	T. Indirecto
1	Deportes	8	29.6		8
2	Salud	7	25.9	4	3
3	Envejecimiento	2	07.4	2	
4	Eventos culturales	2	07.4		2
5	AM y educación	1	03.7	1	
6	AM jubilado (Homenaje)	1	03.7	1	
7	AM centenario (Homenaje)	1	03.7	1	
8	AM INDER Y MINSAP	1	03.7	1	
9	Programa de Atención al AM	1	03.7	1	
10	Relaciones de pareja	1	03.7		1
11	Estilo de vida	1	03.7		1
12	Desarrollo local	1	03.7		1
	Totales	27		11	16

Los resultados mostrados en la tabla anterior permiten inferir que las temáticas relacionadas con el deporte y la salud, asociadas al adulto mayor y el envejecimiento, ocupan un lugar relevante cuando se aborda el tema. También es evidente que el tratamiento indirecto predomina, pues se les nombra fundamentalmente asociados a la temática, pero no como núcleos en sí de la información. En general, se habla más sobre ellos, que lo que ellos hablan sobre sí mismos, tal y como demuestra el dato de que en solo

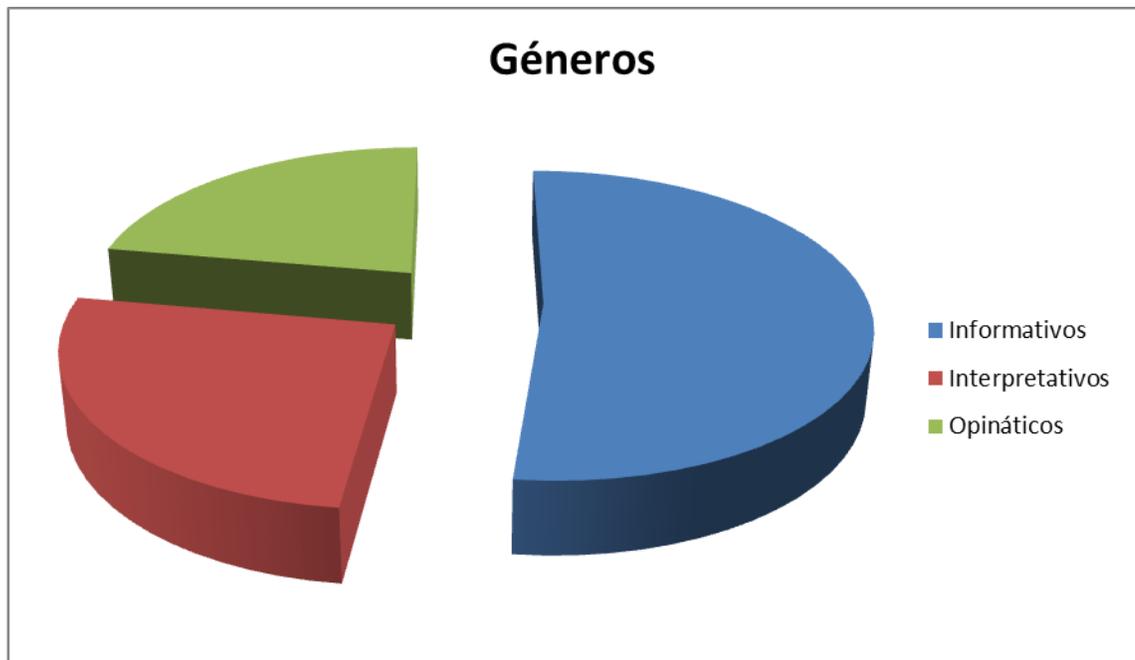
2 trabajos, el adulto mayor se convierte en protagonista de la noticia y se reflejan sus consideraciones sobre el tema que el periodista, intencionalmente, desea tratar. En conclusión, podemos afirmar que hasta el momento lo que se aprecia es lo que hemos dado en llamar una *visibilidad indirecta* del adulto mayor.

- Análisis de los títulos: Predominio casi absoluto de los títulos informativos. Si tenemos en cuenta que los títulos son un elemento importante para captar la atención del lector, el escucha o el televidente, se aprecia una tendencia que no favorece la visibilidad del adulto mayor como preocupación mediática. Aunque cabe destacar que hay títulos que, a pesar de ser informativos, no necesitan nada más para captar la atención. Tal es el caso siguiente: **Cerebro humano pierde tamaño con la edad** o **Fármaco detiene envejecimiento**.

En general, el titulado en términos porcentuales, se comportó de la siguiente forma: Informativos, 88.8%; llamativos, 7.4% y mixtos, 3.7%.

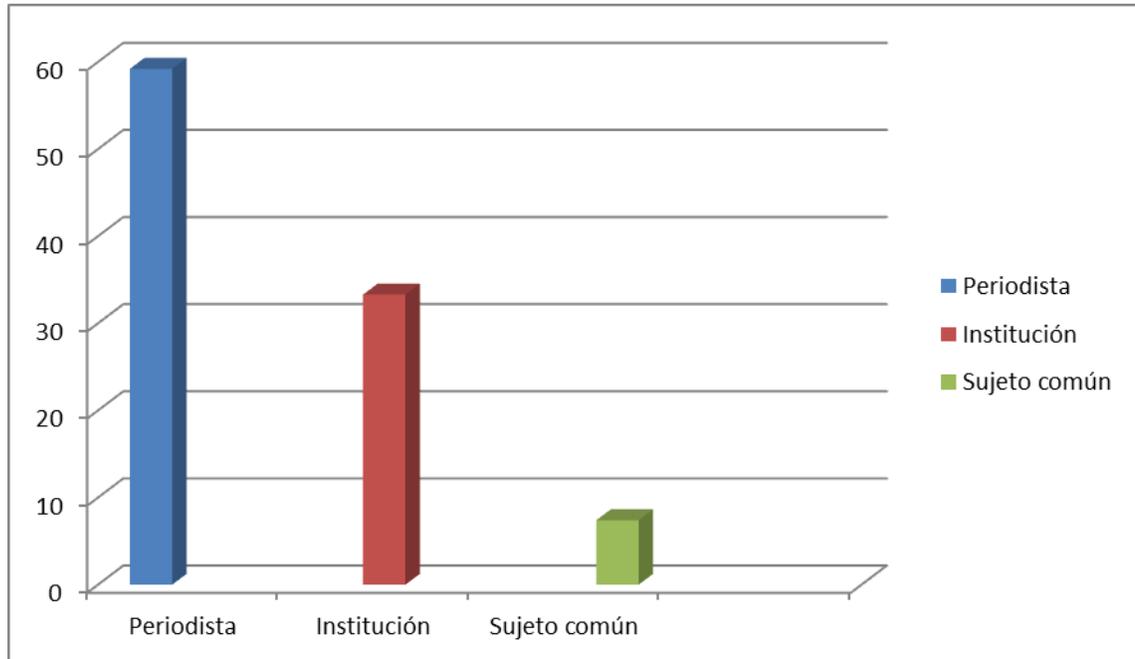


- El balance genérico es otro aspecto a considerar. Aunque no hay una regla universal para determinar un balance genérico adecuado, se debe tener en cuenta que los géneros interpretativos y opináticos, son los que permiten profundizar en todos los aspectos de un tema; son, además, los que favorecen en mayor grado la llamada toma de conciencia sobre los fenómenos del entorno, a la vez que contribuyen a formar actitudes y guías prácticas de acción frente a los mismos. En el caso estudiado, el balance genérico se comportó como sigue: Información, 51,8%; Interpretación, 25,9% y opinión, 22,2%.



- Especial atención mereció el balance de las fuentes. Cuando en el material de prensa analizado no se declara la fuente, consideramos como fuente al propio periodista. En los casos que se declara, fueron clasificadas en institucionales y sujeto común. En el caso de las fuentes institucionales se tuvo en cuenta el carácter especializado o no respecto al tema. Además, aporta datos acerca del posible interés de una fuente respecto al tema investigado. Se debe señalar que en la página Web no solo se publican

materiales de los periodistas y colaboradores del medio. Muchos trabajos fueron tomados de Prensa Latina (PL). El resultado final es como se indica a continuación: Periodista, 59,2%; instituciones, 33,3% y el sujeto común, 7,4%.



Al contrastar los diferentes indicadores, es evidente el predominio de las fuentes institucionales (el periodista es de hecho una fuente institucional) sobre el sujeto común como fuente de información. Sólo dos trabajos toman al adulto mayor como fuente, donde el AM se convierte en sujeto de noticia, ya sea por haber sido protagonista de hechos históricos pasados o simplemente por ser un longevo centenario. Este aspecto lo hemos considerado como indicio de la posible existencia de un *discurso-homenaje*. No obstante, cabe señalar que la prevalencia de fuentes institucionales no es sinónimo de información especializada sobre el tema. En realidad, se pudo constatar la escasez de fuentes especializadas. Sólo se cita a la Oficina Nacional de Estadísticas e Información (ONEI) y dos centros de investigación médica, pero, en general, no se mencionan fuentes que impliquen a las especialidades que estudian el envejecimiento tales como la

geriatría, la gerontología, la psicología social o la sociología, por ejemplo, u organismos como el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTSS), que puede aportar datos relevantes sobre este aspecto del tema. En este sentido, se puede hablar de *invisibilidad de fuentes especializadas*. De igual modo, se debe señalar que a pesar del predominio de los géneros informativos, en los casos en que el tema adulto mayor/envejecimiento fue abordado de manera directa, el 60 % de los trabajos son interpretativos u opináticos.

Resultados del análisis de los indicadores cognitivos.

- **Nombres:**

El campo semántico delimitado por los nombres más frecuentes se encuentra entre los modos más tradicionales de nombrar el objeto (viejo, vejez y envejecimiento) frente a las formas más actuales de referirse a él, es decir, adulto mayor y tercera edad. También se recurre con menor frecuencia a los términos abuelo, anciano y longevidad para referirse, tanto al grupo humano específico, como al proceso que ha provocado su aumento proporcional. Es interesante destacar la frecuente alusión a lo que denominamos *sujeto institucionalizado*, es decir, hogar de ancianos, casa de abuelos, círculos de abuelos o del adulto mayor, que son las formas de organización de este sector poblacional a través de las cuales se verifica la acción social sobre ellos.

- **Atributos:**

Las características propias o atribuidas al adulto mayor o la vejez fueron agrupadas en tres categorías: Positivas, negativas y equilibradas. Entre los aspectos positivos se destacan:

- *principal riqueza de una nación.*
- *vejez cómoda y segura.*
- *vejez satisfecha y feliz.*
- *longevidad activa.*
- *experiencia.*

- *entusiasta, ejemplar.*
- *Saludables.*

No se encontraron vocablos o frases abiertamente negativos en torno a los viejos; pero sí algunas que refuerzan la presencia de estereotipos asociados a la vejez:

- *el cerebro de los viejos se aligera [los hace] más vulnerables a las enfermedades ligadas a la edad.*
- *crisis de la vejez.*
- *la ley inexorable de la vida mengua las fuerzas.*

Como contraparte encontramos expresiones que, al valorar la influencia positiva de los ejercicios físicos, enfatizan en aspectos negativos, también asociados a los adultos mayores.

- *menos enfermedades y pérdida de memoria, y una mejor movilidad, estado de ánimo y de satisfacción.*
- *una mejor capacidad funcional, asimismo, significativo descenso en el uso de medicamentos, efectos favorables...*
- *elevado grado de satisfacción en gran parte de los adultos mayores, quiénes dejan atrás achaques propios del paso inexorable del almanaque y se reincorporan a la sociedad activos, saludables, y creativos.*

La atribución equilibrada tuvo muy poca presencia. En general, se hace énfasis en aspectos positivos o en los negativos, de manera directa o solapada. Solo se apreció un juicio que intenta una ponderación balanceada.

- *El tiempo limita unas funciones, pero desarrolla otras virtudes, como la paciencia, la tolerancia, la prudencia, la moderación y el conocimiento acumulado por años de práctica y observación.*

- **Actitudes:**

La expresión abierta de actitudes de cualquier tipo fue muy escasa. Manifiestan una actitud positiva expresiones como:

- *gente decente y amable.*
 - *el respeto, el apoyo y la tolerancia al adulto mayor.*
 - *vivir a plenitud.*
 - *especial y paradigmático protagonismo tuvieron los adultos mayores*
- No hubo expresiones abiertas de rechazo, sí expresiones que denotan el rechazo de otros:

- *muchos ven a los viejos como trastos inservibles.*
- *a veces relegados por otros o por sí mismos.*

Se apreciaron, a su vez, expresiones de admiración que implican estereotipos:

- *sentir el goce de haber vivido plenamente.*
- *mereció comentarios elogiosos el arribo a la meta de un andarín holguinero con más de tres décadas de experiencia [...] un hombre que desafía el paso del tiempo con sus 80 años de edad.*
- *protagonistas, por ejemplo, de composiciones gimnásticas, genuina expresión de bienestar espiritual, de plena satisfacción.*

Solo se encontró una expresión que intenta ser equilibrada, o al menos, enfocar el tema desde otra perspectiva:

- *Hoy no crece la población cubana; envejece; desciende el número de mujeres fértiles y de fuerza de trabajo joven para la agricultura, la industria y otros frentes de la economía.*

También cabe señalar la existencia de un solo trabajo que puede ser considerado como equilibrado, al aportar datos relevantes desde diversos puntos de vista y contener en el texto todos los aspectos relacionados a la representación mediática. (Ver Anexo Nro. 3).

- **Valores:**

No hubo valores negativos asociados a la vejez, ni al adulto mayor; y el valor que se repite con más frecuencia es el de calidad de vida. No obstante, cabe destacar la presencia de un ensayo, obra de un columnista y destacado autor de las letras holguineras, Manuel García Verdecia, titulado “El tesoro de la vejez” (Ver anexo nro. 4). En él, el autor intenta lo que podríamos llamar un *discurso dignificante* de la vejez, aunque no hay

rastros de este tipo de discurso ni antes ni después del mismo. Desde un enfoque estético axiológico, el autor destaca que:

- *Los viejos nos son necesarios como lo son los antiguos árboles del bosque que protegen a los retoños y les permiten resistir las inclemencias del tiempo y sobrevivir.*
- *Cada uno de estos viejos es como un arca de sagrada sabiduría. Son enciclopedias vivientes [...] recipientes donde permanece viva la tradición y la esencia de una cultura.*
- *Una sociedad que respeta, ampara y escucha a sus mayores es una sociedad sana.*

- **Definición:**

En general, la vejez es algo que se sobreentiende, se da por conocida y no necesita definición; aunque no es lo mismo vejez que envejecimiento. Se encontraron definiciones que lindan entre la definición científica y la común:

- *aumento de adultos mayores y disminución de la población joven.*
- *desafío demográfico que debe enfrentar el Estado, la sociedad y las familias cubanas en términos de asistencia y seguridad social, salud, convivencia social y comunitaria.*
- *solamente un vivir inteligente nos garantiza el sosiego para la senectud.*

De igual modo se hallaron definiciones que están en los límites de la definición retórica y la poética:

- *arribar a la tercera edad es un privilegio y hacerlo en Cuba mucho más.*
- *“Lucha es la vida [...] sólo los que se saben sacrificar llegan a la vejez con salud y hermosura”.*
- *Es sólo una estación de la vida, útil y hermosa si se sabe llevar con la dignidad y la sabiduría que los propios años nos confieren.*

- **Atribución causal:**

La atribución causal tuvo muy poca presencia. En general, también se da por descontado que se conocen las causas de la vejez y del envejecimiento. En el material estudiado se detectaron dos tipos de atribución causal. La

atribución del envejecimiento como proceso biológico y las causas del envejecimiento poblacional en Cuba. En el primer caso, las definiciones se hacen desde las ciencias médicas, tales como:

- *con los años, las células del organismo pierden la capacidad de librarse de los desechos que producen.*

En el caso del envejecimiento poblacional en Cuba, las causas fundamentales giran en torno a los siguientes elementos:

- *Las tres variables demográficas con mayor incidencia en el proceso de envejecimiento son la elevada esperanza de vida alcanzada en Cuba, la baja mortalidad y la baja fecundidad.*

En ambos casos, los datos se apoyan en matrices científicas. No se detectaron argumentaciones comunes o retóricas.

Pautas de comportamiento:

El comportamiento prescrito hacia el adulto mayor pocas veces fue explícito. Cuando así fue, se concentraron en dos aspectos fundamentales. El comportamiento basado en el concepto de fomentar la calidad de vida, especialmente la salud, y el comportamiento orientado a favorecer su integración social. En el primer caso tenemos:

- *una dieta rica en vitaminas y pescado puede favorecer mejor funcionamiento del cerebro.*
- *desarrollar una actividad física adecuada y mantener buenos hábitos de alimentación.*
- *seguimiento médico especializado.*

En el segundo caso, tenemos:

- *darle a los ancianos, nuevos proyectos de vida, intereses apropiados, responsabilidades y planes de la misma forma que los tuvieron de niños, de jóvenes, o en la primera adultez.*
- *reinserción social y el fomento de nuevas amistades.*

También se detectó una sugerencia que combina ambas posturas:

- *atención integral que le permita gozar de óptima salud para el logro de una vida plena en la que se inserte en las diferentes actividades de la sociedad.*

De cualquier manera, en todos los casos, se enfatiza en la acción de otros hacia el adulto mayor, lo que refuerza la idea de la situación pasiva de los mismos.

Conclusiones preliminares

Al concluir el análisis de los datos indicativos genéricos como los datos indicativos específicos, podemos arribar a las siguientes conclusiones preliminares, respecto a la representación mediática del adulto mayor en los artículos de la página web de la emisora Radio Angulo:

- Hay indicios del posible tránsito de la representación mediática por las fases de surgimiento, desarrollo y declive de la misma.
- Los principales temas asociados al adulto mayor y la vejez, están relacionados con la salud y los ejercicios físicos como forma de elevar la calidad de vida.
- Los títulos y géneros asociados al tema no favorecen, en general, la focalización de todos los posibles aspectos relacionados con la vejez.
- La relación entre las fuentes y modos de tratamiento del tema, evidencian una tendencia a la invisibilidad de fuentes especializadas y a una visibilidad indirecta del adulto mayor y el envejecimiento.
- La búsqueda de los posibles discursos dentro del campo de representación del adulto mayor y del envejecimiento, arrojó los siguientes resultados:
 - No se detectaron evidencias de un discurso estigmatizante sobre el adulto mayor.
 - Aunque hay indicios de un discurso edulcorante en torno al adulto mayor y el envejecimiento, no hay suficientes evidencias de la existencia del mismo.
 - Tampoco hay evidencias suficientes para señalar la existencia de un discurso realista.

En su lugar, se encontraron evidencias de:

- La existencia de un discurso-homenaje cuando el tema se enfoca en un sujeto concreto perteneciente a la categoría adulto mayor, basado en su

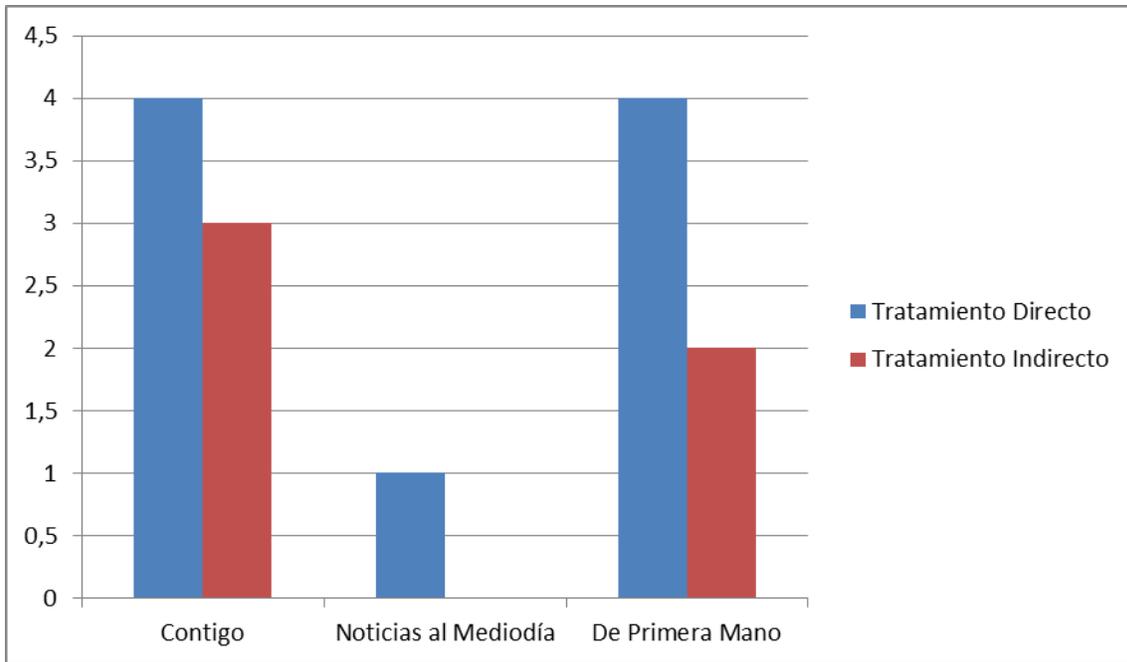
vinculación a hechos históricos relevantes, o al haber alcanzado la categoría de centenario.

- Un discurso estereotipado de carácter negativo que asocia la vejez a enfermedades y pérdida de salud progresiva.
- Un discurso estereotipado de carácter positivo que asocia la salud a la realización de ejercicios físicos y una dieta sana en la alimentación.
- Un discurso institucionalizante, cuya función es resaltar la acción de diferentes estructuras institucionales hacia el adulto mayor, concebido, en general, como sujeto pasivo de esta acción.

2.2.2 Rasgos de la representación mediática en los materiales publicados en los programas “Contigo”, “Noticias al Mediodía” y “De Primera Mano”

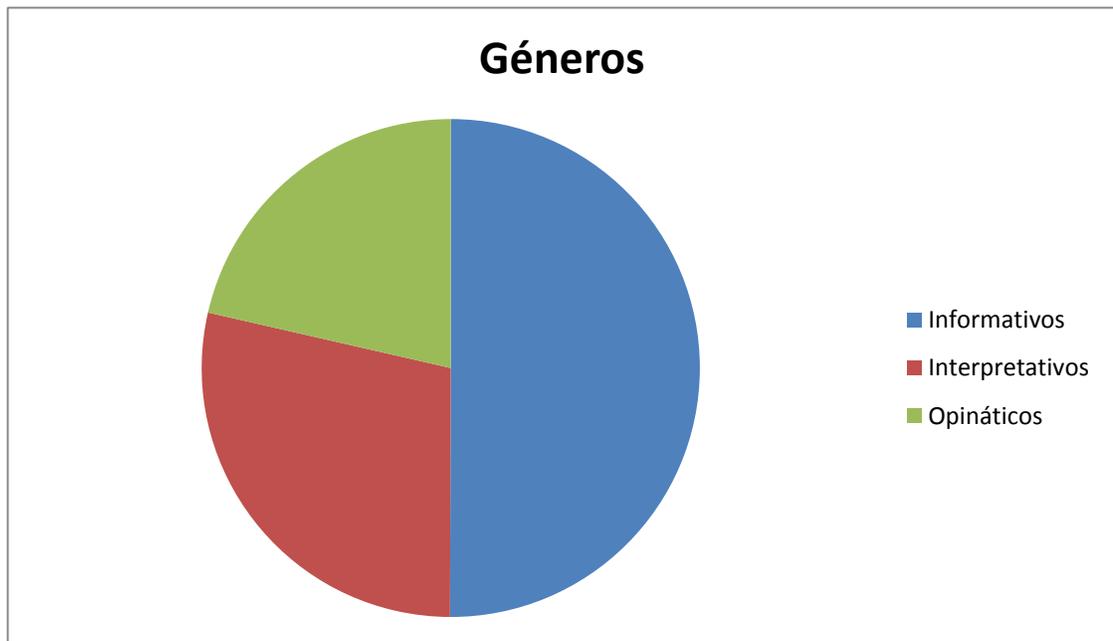
Al analizar los resultados del análisis de contenido aplicado a los programas seleccionados, en el periodo de tiempo establecido, lo primero que salta a la vista es que el tema objeto de análisis tiene una mayor presencia en los programas “Contigo” y “De Primera Mano” con respecto a “Noticias al Mediodía”. Esto puede estar relacionado con la duración del mismo, pues este último dura solo 15 minutos.

En general, se detectaron 14 trabajos relacionados con el tema objeto de investigación (Ver Anexo Nro. 5) distribuidos de la siguiente forma: 7 artículos (50%) en el programa “Contigo”, 1 (7.1%) en “Noticias al Mediodía” y 6 (42.8%) en “De Primera Mano”. De ellos, 9 (64.2%) abordan el tema de manera directa y 5 lo hacen de manera indirecta (35.7%). Cuando el tema se abordó de manera directa, se tuvo en cuenta si el adulto mayor o el envejecimiento constituyen el núcleo fundamental del suceso, o son objetos respecto a la acción de cualquier índole sobre ellos. Aunque este aspecto es abordado con mayor detalle en el balance temático. Sucede que en muchos trabajos, donde a primera vista parece que el tratamiento del tema objeto de estudio es lo más importante, cuando lo analizamos con más detalle, resulta que lo más relevante o lo que recibe el mayor énfasis es otro elemento. En el siguiente gráfico se resume la cantidad de trabajos por programa y la forma de tratamiento del mismo.



- A diferencia de la página Web, en los programas monitoreados, el tratamiento directo es superior, el balance genérico más favorable y las temáticas asociadas al adulto mayor y el envejecimiento muestran mayor equilibrio, tal y como muestran los gráficos siguientes.

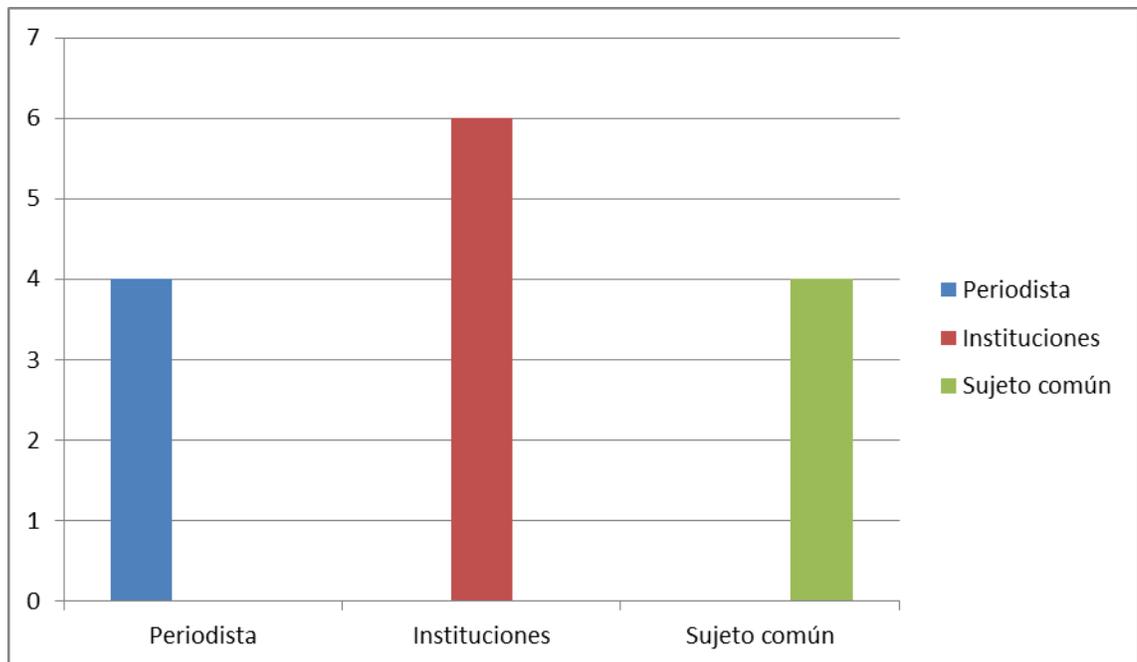
Balance genérico



Balance temático

Nro.	Tema asociado al adulto mayor (AM)	Total	%..	T. Directo	T. Indirecto
1	AM (Homenaje póstumo)	3	21.4	3	
2	Servicio de pago a jubilados	2	14.3	2	
3	AM y Poder Popular (Homenaje)	1	7.1	1	
4	AM centenario (Homenaje)	1	7.1	1	
5	AM (criminal de guerra)	1	7.1	1	
6	Reparación hogar de ancianos	1	7.1	1	
7	Eventos culturales	1	7.1		1
8	Salud (servicio odontológico)	1	7.1		1
9	Servicio de agua	2	14.3		2
10	Salas de televisión	1	7.1		1
	Totales	14		9	5

- También se aprecia un aumento del sujeto común como fuente directa de informaciones con respecto a las fuentes institucionalizadas. No obstante, al igual que en los artículos de la página Web, el periodista y los funcionarios públicos constituyen la mayor parte de las fuentes utilizadas en la elaboración de las noticias, a la vez que es notoria la ausencia de expertos o fuentes especializadas en el estudio del envejecimiento o del adulto mayor, ya sea como individuo, como grupo social relevante o como temática central. Conviene señalar que, de los cuatro trabajos donde el sujeto común se convierte en fuente de información, dos de ellos se corresponden a personas objeto de homenaje; y las otras dos, son oyentes que comunicaron a la Radio quejas relacionadas con el servicio de agua (su ausencia, en un caso, y la rotura de una conductora en otro) y que, de manera indirecta, mencionaron a los ancianos en sus argumentos como parte de la población afectada. Y no se trata de llenar los espacios de expertos y de ancianos para hablar sobre la vejez. Los expertos pueden ampliar las temáticas y las informaciones pues las actuales tienden a la estereotipación. Y los adultos mayores pueden hablar ellos mismos de sus intereses, motivaciones y necesidades.



- Respecto a los títulos conviene señalar que todos se clasifican como títulos informativos. Esto se debe a las propias características de los programas radiales, donde con frecuencia se omite el título. En el caso de los programas estudiados, es parte del estilo de los mismos, el hecho de que, más que títulos, son ideas temáticas que se repiten en el cuerpo del trabajo periodístico, preferiblemente al final del mismo. Son los locutores los que, al repetir los titulares más relevantes de cada programa, les dan una forma similar a los títulos tradicionales. Por cierto, solo en dos oportunidades los títulos relacionados con el adulto mayor fueron mencionados al final de los programas, momento en que se señalan los trabajos más relevantes de la emisión.

Resultados del análisis de los indicadores cognitivos.

- **Nombres:**

Al igual que en los artículos de la página Web, los nombres tradicionales de vejez, envejecimiento, personas mayores, edad avanzada y ancianos, coexisten con nombres más actuales como tercera edad y adultos mayores. De igual modo, encontramos alusiones al *sujeto institucionalizado* tales

como hogar de ancianos y casa de abuelos. Aparece una forma de nombrar a este grupo humano que no se detectó anteriormente, los jubilados.

- **Atributos:**

Cabe destacar el escaso número de características atribuidas al adulto mayor en sentido general. No hubo rasgos positivos asociados al envejecimiento como tal; en su lugar encontramos una serie de adjetivos laudatorios atribuidos a las personas que fueron objeto de homenaje, ya sea por su trayectoria vital o como tributo póstumo.

- *Maestro talentoso.*
- *Trayectoria educativa y pedagógica de altos quilates.*
- *Líder campesino, destacado dirigente revolucionario.*
- *Y aún trabaja la tierra con voluntad y amor.*
- *Extraordinaria memoria.*

Aunque solo aparece un atributo abiertamente negativo en torno a un anciano (criminal de guerra); sí se mencionan rasgos que refuerzan la presencia de estereotipos asociados al envejecimiento:

- *desdentamiento [sic]: Deterioro y pérdida gradual de los dientes.*
- *limitaciones físicas.*
- *caídas y fracturas.*

La atribución equilibrada no tuvo ninguna presencia.

- **Actitudes:**

La expresión abierta de actitudes de cualquier tipo fue nula. Solo se detectó una frase que de manera implícita hace alusión a una actitud favorable hacia los abuelos:

- *desde la experiencia, el cariño y el amor de los nietos.*

En general, los propios textos periodísticos proponen, de manera implícita, actitudes de admiración, respeto o rechazo, en correspondencia con los atributos asociados a los adultos mayores o a la vejez presentes en los mismos. Otro tanto sucede con los **valores, las definiciones, la atribución causal y las pautas de comportamiento**. Salvo la expresión ¡Qué bueno

es llegar a viejo! (título de una canción), no aparecen de manera explícita componentes de los aspectos antes mencionados.

Conclusiones preliminares

Al concluir el análisis de los datos indicativos genéricos y los datos específicos, podemos arribar a las siguientes conclusiones respecto a la representación mediática del adulto mayor en los programas “Contigo”, “Noticias al Mediodía” y “De Primera mano”, de la emisora Radio Angulo:

- La presencia de 14 trabajos en 15 emisiones monitoreadas indican un abordaje representativo de la temática del adulto mayor y el envejecimiento en estos espacios.
- La prevalencia del tratamiento directo, un balance genérico favorable y un mayor equilibrio temático asociado al tema del adulto mayor, son indicios de un intento de abordar el tema desde diferentes perspectivas.
- No obstante, resulta contradictorio que a pesar de los aspectos antes señalados, sea menor el abordaje en profundidad del tema; algo patente ante la ausencia de definiciones, atribución causal y la propuesta de pautas de comportamiento, así como la ausencia de un enfoque axiológico relacionado con el adulto mayor y el envejecimiento.
- Aunque hay una mayor presencia de sujetos comunes como fuentes de la información, sigue siendo predominante el uso de fuentes institucionales, a la vez que tienen muy poca presencia las fuentes especializadas.
- En los artículos revisados, el adulto mayor es aun enfocado como sujeto pasivo de la acción institucional respecto a ellos.
- Respecto a los posibles discursos dentro del campo de representación del adulto mayor y del envejecimiento, se llega a los siguientes resultados:
 - No hay evidencias de un discurso estigmatizante sobre el adulto mayor.
 - Aunque hay indicios de un discurso laudatorio cuando el adulto mayor como individuo es el tema fundamental de la noticia, lo anterior refuerza la existencia de lo que hemos nombrado discurso-homenaje hacia el mismo.

- El discurso realista mantiene muy poca presencia en los espacios informativos estudiados.
- Subsisten evidencias de un discurso estereotipado de carácter negativo que asocia la vejez a enfermedades y pérdida de salud progresiva.
- Se refuerza la conclusión sobre la presencia de un discurso institucionalizante, cuya función es resaltar la acción de diferentes estructuras institucionales hacia el adulto mayor, concebido, en general, como sujeto pasivo de esta acción.

2.2.3 Rasgos cognitivos de la representación mediática del adulto mayor en los espacios informativos de Radio Angulo

Antes de llegar al análisis de los aspectos cognitivos concretos, se hizo un balance general de los indicadores genéricos, tal y como se ha hecho en los sub-epígrafes anteriores.

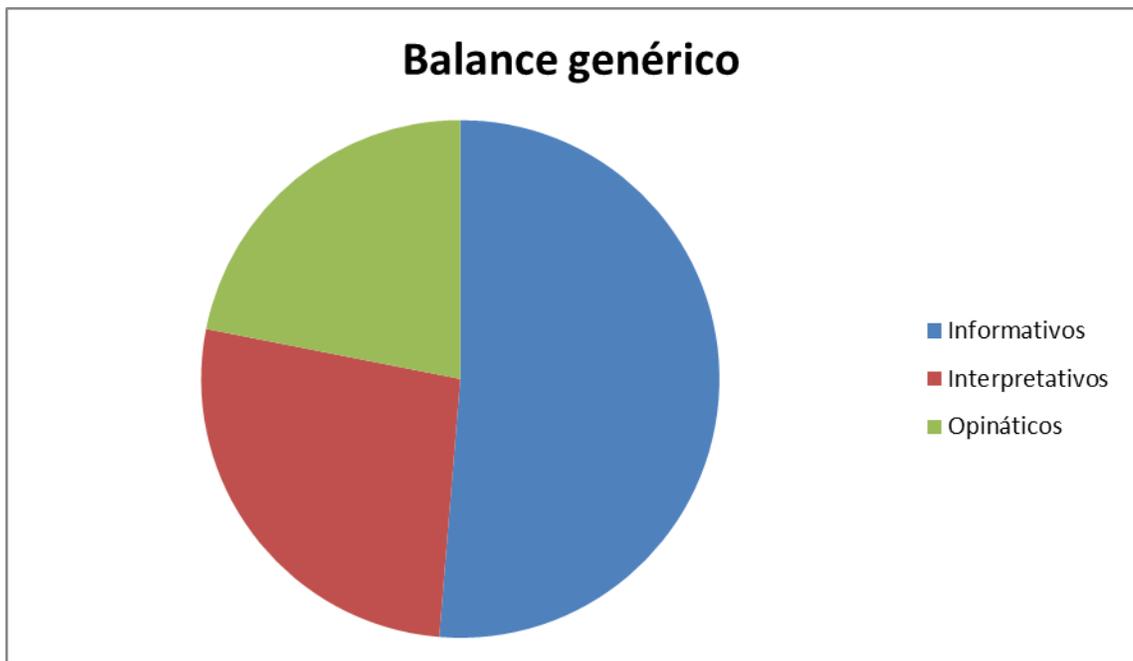
- En total se analizaron 41 materiales periodísticos; de los cuales, 20 (48.7%) abordan el tema de manera directa y 21 (51.3%) lo hacen de manera indirecta. En la siguiente tabla se presenta un resumen más detallado según la relación tema/tratamiento.

Nro.	Tema asociado al adulto mayor (AM)	Total	%..	T. Directo	T. Indirecto
1	Salud	8	19.5	4	4
2	Deportes	8	19.5		8
3	Eventos culturales	3	7.3		3
4	Envejecimiento	2	4.9	2	
5	AM y homenaje (En vida o póstumo)	7	17.1	7	
6	AM y servicios	4	9.7	2	2
7	AM y su atención institucional	3	7.3	3	
8	AM (criminal de guerra)	1	2.4	1	
9	Reparación de hogares de ancianos	1	2.4	1	
10	Otros	4	9.7		4
	Totales	41		20	21

Incluso, cuando el tratamiento se considera directo, hay al menos 6 casos (30%) (Ver aspectos 6,7 y 9 de la tabla anterior) donde el objetivo es valorar

la atención de organismos más o menos implicados en la atención del adulto mayor.

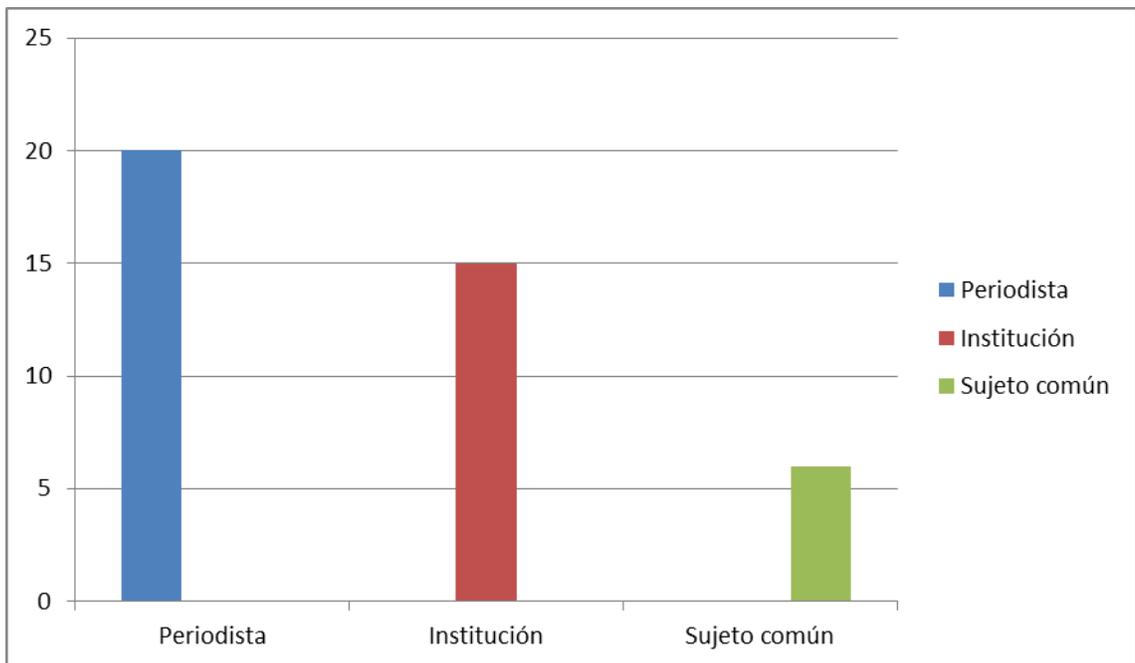
- Los títulos no necesitan un análisis porcentual para demostrar su carácter informativo predominante. En general se ajustan a la Carta de Estilo de la Emisora que así lo establece. Suelen seguir estructuras típicas de sujeto-verbo-complementos, iniciar con un verbo en tiempo presente, o ser una frase que resume lo esencial de la información. No obstante, se aprecian algunas violaciones de la regulación estilística. Por ejemplo, titulares que sobrepasan las 12 palabras que regula la Carta, cierta tendencia a la proposición *admirativa*, que no es lo mismo que la presentación positiva de un hecho, y el inicio con frases nominales encabezadas por adjetivos. En verdad, el titulado amerita un estudio más minucioso y, sobre todo, en el contexto de toda la programación. Esto va más allá del objetivo de este estudio.
- El balance genérico global se comportó de la siguiente manera.



En síntesis, 21 trabajos de tipo informativo (51.3%); 11 (26.8%) de tipo interpretativo y el resto de opinión. Ya se ha constatado que el balance

equilibrado del uso de los géneros no se tradujo en un tratamiento más profundo y abarcador de la temática relacionada con el adulto mayor y el envejecimiento. Esto se explica, en parte por la insuficiente presencia de fuentes especializadas, influye además el carácter básicamente indirecto del abordaje del tema. Es evidente que si la intención se enfoca más hacia la funcionalidad o disfuncionalidad de organismos y programas (hay indicios de la prevalencia de argumentos para demostrar lo primero), entonces, tanto el adulto mayor como el envejecimiento, pasan a un segundo plano.

- El empleo de las fuentes, de modo total, se comportó así.



La conclusión, en este caso, solo corrobora lo que ya ha sido demostrado en el proceso analítico realizado hasta aquí en apartados anteriores. Es decir, predominio de fuentes institucionales sobre el sujeto común y marcada escasez en el uso de fuentes especializadas. La radio es el medio con mayores potencialidades para presentar a las fuentes en su propia voz. De hecho lo hace, pero en el tema objeto de estudio, no lo hace lo suficiente. Y no se trata de que cada anciano tenga su *minuto de fama*, pero si se quiere una radio que *se parezca a la vida*, no hay dudas de que

se precisan más voces populares y no solo de actores institucionalmente comprometidos.

Conclusiones sobre los rasgos cognitivos específicos

Para identificar los principales rasgos cognitivos de la representación mediática del adulto mayor en los espacios informativos de Radio Angulo, se procedió a la comparación de las conclusiones obtenidas, tanto del análisis aplicado a los trabajos de la página Web como a los programas seleccionados. A partir de los indicadores de carácter cognitivo seleccionados se llegó a los siguientes resultados.

Nombre/s

- Los diferentes nombres encontrados para designar el objeto social investigado, constituyen, de hecho, una forma de categorización social. Son ampliamente usadas las formas tradicionales de nombrar este grupo humano: viejo, anciano, vejez (como estado) y envejecimiento (como proceso). Junto a estas formas habituales en el lenguaje cotidiano, han ganado protagonismo y tienden a prevalecer, otras que proceden de las ciencias que estudian la ancianidad. Entre ellas se destacan los nombres de adulto mayor y personas de la tercera edad. Si bien estas categorías no poseen hasta el momento la posible carga peyorativa de los nombres tradicionales, también es cierto que son palabras sin *carga* afectiva en lo absoluto. Carecen, por ejemplo, de la connotación afectiva positiva que puede tener una palabra como *abuelito*, que denota un tipo de relación filial que no poseen estos conceptos, bastante *asépticos*. Se corroboró, además, el uso del llamado anteriormente sujeto institucionalizado, es decir, hogar de ancianos, casa de abuelos y círculos de abuelos, que solo denotan las estructuras organizativas para facilitar la atención a este grupo etareo. Resulta llamativo, también, en los casos en que predomina el tratamiento indirecto del tema o solo se trata de ponderar la labor institucional hacia el adulto mayor, la coexistencia de otras formas de categorización social, no siempre positivas, tales como limitados, enfermos, discapacitados o

jubilados. Contrasta con lo anterior, cuando el tema se enfoca en un individuo, el uso de categorizaciones sociales de tipo positivo tales como maestro, combatiente, líder campesino, dirigente revolucionario o centenario/a feliz. Aunque la prensa se ocupa sobre todo de hechos y sujetos extraordinarios, ciertamente las categorizaciones anteriores parecen insuficientes para representar a un grupo humano que, dentro de poco, constituirá la cuarta parte de la población.

Atributo/s

- Todas las cualidades, físicas o morales, reales o atribuidas, del adulto mayor, detectadas en los productos periodísticos estudiados, llevan implícita una comparación, tal vez profundamente arraigada en nuestro inconsciente, con otro grupo humano: los jóvenes. De este modo, dichas cualidades pueden ser ilustradas en el siguiente gráfico.



En este gráfico se resumen aquellos atributos que conforman los diferentes estereotipos encontrados en el análisis del contenido de los mensajes. Resultó dominante el estereotipo negativo que asocia la vejez con enfermedades, limitaciones, discapacidades y una posible falta de interés y entusiasmo por la vida. En un sentido más positivo, fue posible encontrar un estereotipo que concibe a la vejez como un estado de contemplación “satisfecha y feliz” donde se siente la satisfacción “de haber vivido a plenitud”. Un estereotipo más equilibrado es aquel que reconoce las “limitaciones propias de la edad”, pero que resultan compensadas con el desarrollo de determinadas virtudes morales como la “sabiduría, la prudencia y la moderación”. El exceso de adjetivos laudatorios aplicados al

adulto mayor o al envejecimiento no fue tomado como estereotipo de la vejez; sino como síntomas de ciertos vicios estilísticos que todavía subsisten en algunos medios de prensa. Por último, conviene señalar que el hecho de enfocar al adulto mayor, principalmente como objeto de atención institucional, contribuye a consolidar el estereotipo que lo concibe solo en roles pasivos.

Actitud/es

- Como ya señalamos con anterioridad, la expresión directa de actitudes hacia el adulto mayor y el envejecimiento fue escasa. Se pudo inferir, a partir de los contenidos de los textos analizados, que las actitudes aparecen expresadas de manera implícita. En general, predomina una actitud positiva o, más apropiada, la exhortación a tener actitudes positivas hacia el adulto mayor. Se debe señalar que las expresiones de admiración respecto a acciones de ancianos tales como "...y aún se mantiene activo...", "...mereció elogios...", por solo citar algunas, en realidad expresan extrañeza ante lo que en verdad pueden hacer los ancianos. Ya es común en la prensa mundial mostrar lo que los adultos mayores pueden hacer en materia de nuevos aprendizajes o proezas deportivas, por ejemplo. No hay expresiones abiertas de una actitud negativa hacia los ancianos; pero el énfasis excesivo en los aspectos como las enfermedades, las discapacidades, el estatus de jubilados, pensionados o asistenciados, pueden inducir un rechazo no consciente. Las actitudes realistas apenas aparecen. Esto puede estar relacionado con la tendencia al tratamiento estereotipado, positivo o no, de los temas relacionados con el adulto mayor o el envejecimiento.

Valor/es

- La manifestación abierta de los valores también es escasa. Se repite con frecuencia el concepto de calidad de vida, que ha devenido en valor asociado a la vejez. Salvo la expresión esporádica de determinados *atributos valiosos* del anciano, los valores deben ser inferidos de los propios

materiales periodísticos relacionados con la vejez y el envejecimiento. Se pudo verificar la existencia de dos tendencias subyacentes en dichos materiales. La primera se corresponde con los valores atribuidos al adulto mayor como sujeto; y la segunda tiene que ver con los valores que deben guiar el comportamiento de los otros hacia el adulto mayor. Aparte de los valores explícitos como *sabiduría, prudencia, moderación*, están de modo implícito, sobre todo en los materiales enfocados en sujetos concretos, los de laboriosidad, patriotismo, perseverancia, entre otros. Respecto a los valores que deben mostrar los otros hacia el adulto mayor, el tratamiento es francamente ambiguo. Se deduce que ser viejo no es un problema; pero el envejecimiento poblacional sí lo es. Por tanto, ¿cómo enfrentar el asunto? Desde una perspectiva positiva se trata de un deber, una responsabilidad y un acto humanitario. Desde un punto de vista no tan positivo se trata como una carga, un reto, un desafío. Visto de manera realista, es una necesidad que se debe priorizar, como postula el Lineamiento 144.

Definición

- Las definiciones resultan importantes porque contribuyen a la conformación del esquema explicativo de los objetos, lo que los hace inteligibles y comunicables. La presencia de definiciones, en este caso, que nacen del sentido común, de la sensibilidad y habilidades redaccionales del periodista, o de ciencias que solo abordan un aspecto del objeto, apenas pueden llamarse definiciones. Esto puede estar motivado por la escasa presencia de fuentes especializadas y expertos. En síntesis, se aprecia un vacío informacional en cuanto a la vejez como estado, el envejecimiento como proceso, la longevidad como tendencia relativamente nueva de los procesos demográficos. Lo anterior redundaría en la representación del adulto mayor desde estructuras cognitivas estereotipadas, parcialmente ciertas en casos particulares; pero probablemente insuficientes para entender todos los aspectos relacionados con el adulto mayor en el contexto contemporáneo.

Atribución causal

- En este aspecto sucede algo similar a la definición. Ya sabemos que no se buscan las causas a cualquier objeto o fenómeno; por tal motivo apenas se buscan las causas de la vejez como estado, y sí se intenta explicar el envejecimiento como proceso potencialmente conflictivo y problemático. Solo se apreciaron atribuciones causales desde la perspectiva de las ciencias demográficas. Falta la visión interdisciplinar. Tal vez se piense que a la postre las causas no importan; aunque si se quiere un conocimiento profundo del objeto y acciones que apunten a las causas y no a los síntomas, a los indicios fenomenológicos si se quiere, entonces estamos en presencia de otro importante vacío informativo y cognoscitivo del tema. Esta conclusión se relaciona estrechamente con el último aspecto a tratar.

Pautas de comportamiento

- Es indudable que las pautas de comportamiento detectadas en los materiales de la Web, ausentes en los programas estudiados, resultan válidas y necesarias. Ya sea desde posiciones pragmáticas o axiológicas, en general, sientan las bases, orientan sobre los aspectos más relevantes para lograr una vejez satisfactoria, una longevidad marcada por la calidad de vida. Se puede afirmar que el camino ha sido trazado. Al ser un proceso que involucra a todos los actores sociales, desde un micro hasta un macro nivel; implica acciones internacionales, nacionales, territoriales, comunitarias, familiares e individuales; conlleva acciones de tipo legal, educacional, comunicativo e institucional de toda índole; en verdad, se aprecia nuevamente el vacío informacional y cognitivo. Consenso y participación se necesitan, precisamente el ámbito donde los medios pueden desempeñar un rol significativo; pero no desde abordajes y tratamientos esquemáticos del tema objeto de estudio.

CONCLUSIONES

- Las representaciones mediáticas han sido estudiadas principalmente desde la teoría de las representaciones sociales y la teoría del encuadre mediático. A pesar de las diferencias entre estas corrientes, hay dos elementos comunes básicos que permitieron su integración en una perspectiva teórica coherente, es decir, ambas se apoyan en la teoría de la construcción social de la realidad y conciben, además, la acción de los medios desde un enfoque cognitivo. El hecho de que la presente investigación prioriza el estudio de la representación como contenido, ha propiciado no profundizar en los aspectos de la teoría de las representaciones sociales que, en su tendencia actual, tiende a privilegiar la relación fuente-contenido, a la vez que se obvian los aspectos de la teoría del encuadre mediático que enfatizan en la relación contenido-efectos. Lo anterior ha propiciado concentrar el estudio en el contenido como portador de determinadas estructuras cognitivas, es decir, estructuras simbólicas que designan hechos, procesos e individuos presentes en el entorno, lo cual facilita su intelección y comunicación entre actores humanos.
- Existe una gran variedad de metodologías y métodos para el estudio de las representaciones mediáticas. En el presente caso, la asunción intencional de elementos cuantitativos y cualitativos del análisis de contenido resultó pertinente para dar cumplimiento al objetivo de la investigación. En primer lugar, porque ha sido un método privilegiado cuando se trata de investigar la representación mediática de grupos humanos. En segundo lugar, por el alcance o tipo de estudio realizado, es decir, de carácter heurístico que se propone caracterizar la representación mediática del adulto mayor como contenido específico de los espacios informativos de un medio de prensa. La determinación de las categorías que se convirtieron en los indicadores cognitivos de la representación mediática del adulto mayor, se realizó mediante la aplicación de un criterio de coincidencia entre los aspectos cognitivos de la representación, detectados en las definiciones de los

investigadores más referenciados en los estudios que se apoyan en la teoría de las representaciones sociales, así como en los aspectos cognitivos señalados por los autores que se apoyan en la teoría del encuadre mediático, en especial, la perspectiva de Robert Eantman (1993). Además, se tomó en cuenta otro aspecto para determinar los indicadores genéricos que acompañan la caracterización de los aspectos cognitivos. A partir de la relación contenido-forma, contenido/continente o relato periodístico y contenido, resultó necesario incluir aquellos elementos que, sin ser estrictamente cognitivos, tienen una relación tan estrecha con los aspectos cognitivos del contenido que resulta casi imposible separarlos. En consecuencia con el enfoque asumido, no se incluyeron aquellos aspectos que usualmente se usan para estudiar lo relacionado con la producción mediática o el consumo mediático.

- Luego del análisis comparativo de los resultados de los dos *corpus* de prensa objeto de estudio, se pudo caracterizar la representación mediática del adulto mayor en los espacios informativos de Radio Angulo. Al respecto, conviene señalar que la identificación de los rasgos cognitivos de manera individual permitieron conformar una visión amplia del campo de representación. A partir de ahí, fue posible caracterizar la representación mediática del adulto mayor e identificar los discursos dominantes dentro del campo. En síntesis, se hizo evidente la tendencia a la invisibilidad de las fuentes especializadas y a una visibilidad indirecta del adulto mayor y del envejecimiento. Además, y a pesar de la tendencia al tratamiento directo y la diversidad genérica y temática, el abordaje en profundidad del tema, el análisis de todas sus implicaciones y, sobre todo, la propuesta de soluciones a los aspectos potencialmente conflictivos del envejecimiento, es insuficiente. Contrario a lo esperado, no se detectó la prevalencia de discursos estigmatizantes, edulcorantes o realistas dentro del campo de representación mediática del adulto mayor. En su lugar, se encontraron

evidencias de los siguientes tipos de discurso: El discurso-homenaje, el discurso estereotipado de carácter negativo y el discurso institucionalizante.

- Finalmente, dadas las implicaciones legales, económicas, sociales y culturales del envejecimiento poblacional en la provincia Holguín, es evidente que la representación mediática del adulto mayor en los espacios informativos de Radio Angulo, presenta vacíos informativos, en especial, en lo referido a las pautas de comportamiento que se deben adoptar frente al fenómeno.

RECOMENDACIONES

Compartir los resultados de la presente investigación con los trabajadores de Radio Angulo, los periodistas en general, a través de la UPEC, y los comunicadores agrupados en torno a la Asociación Cubana de Comunicadores Sociales.

Realizar investigaciones similares en otros medios de prensa.

Extender este tipo de estudios a los contenidos no periodísticos de los medios de prensa.

BIBLIOGRAFÍA

Aguiló, I. (2004). Grupos piqueteros y representaciones sociales: El rol de los medios y las audiencias. *APOSTA Revista de Ciencias Sociales*, Noviembre (12), 1-12.

Alcoceba Hernando, J. A. (2007). Aportaciones para el estudio de la producción comunicativa de la referencia a partir de un análisis mediacional de las noticias de teletexto en España. *Mediaciones Sociales*, II Semestre (1), 75-91.

Alonso Alonso, M. M. (1999). Teorías de la recepción en la comunicación de masas. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.

Álvarez Gálvez, J. (2008). La representación mediática de la inmigración. Entre el encuadre y el estigma. *Revista del Ministerio de Trabajo e Inmigración* (80), 61-80.

Araníbar, P. (2001). Acercamiento conceptual a la situación del adulto mayor en América Latina. Santiago de Chile: CEPAL (Naciones Unidas)

Baudrillard, J. (1978). *Cultura y simulacro* (Trad. Rovira, P). Barcelona: Editorial Kairós.

Baudrillard, J. (1984). *Las estrategias fatales* (Trad. Jordá, Primera ed.). Barcelona: Anagrama.

Bayarre Veá, H. D. (2009). Calidad de vida en la tercera edad y su abordaje desde una perspectiva cubana. *Revista Cubana de Salud Pública*, 35(4).

Bourdieu, P. (2000). Sobre el poder simbólico (Trad. Gutiérrez, A.). En *Intelectuales, política y poder* (pp. 65-73). Buenos Aires: UBA/ Eudeba.

Brey, A. (2009). La sociedad de la ignorancia. Una reflexión sobre la relación del individuo con el conocimiento en el mundo hiperconectado. En *La sociedad de la ignorancia y otros ensayos* (pp. 17-42). Barcelona: Zero Factory, S. L.

Cabero Almenara, J. y Loscertales Abril, F. (dirs). (2002). Elaboración de un sistema categorial de análisis de contenido para analizar la imagen del profesor y la enseñanza en la prensa. [Versión electrónica], Disponible en <http://tecnologiaedu.us.es/revistaslibros/ANALISIS.htm>

Calonge Cole, S. (2006). La representación mediática: teoría y método. *Psic. da Ed. São Paulo*, 23(2do. Semestre), 75-102.

Castorina, J. A. y Barreiro, A. (2006). Las representaciones sociales y su horizonte ideológico: una relación problemática. *Boletín de Psicología* (86), 7-25.

Cervantes Barba, C. (2001). La Sociología de las Noticias y el Enfoque Agenda-Setting. *Convergencia*, enero-abril (24), 49-65.

Champagne, P. (2000). La visión mediática. En P. Bourdieu (Ed.), *La miseria del mundo*. Buenos Aires: FCE.

Chomsky, N. (1997). ¿Qué hace que los medios convencionales sean convencionales? [Versión electrónica]. *Z Magazine*, Disponible en <http://www.antroposmoderno.com/Chomsky/medios.shtml>

----- (2002). La Fuerza y La Opinión [Versión electrónica]. *Antropos*, Disponible en <http://antroposmoderno.com/Chomsky/lafuerza.shtml>

Colle, R. (1999). El contenido de los mensajes icónicos [Versión electrónica]. *Revista Latina de Comunicación Social*, Disponible en <http://www.lazarillo.com/latina>

Cortés Pinto, C. E. (s/f). Trabajo social y discapacidad visual. Disponible en <http://cristianenrique.tripod.cl/trabajosocialydiscapacidadvisual>

Cortés Rodríguez, L. (2002). Las unidades del discurso oral. *HUMÁNITAS*. Portal temático en Humanidades. *BOLETÍN DE LINGÜÍSTICA*, 17, 7-29.

Cucatto, M. (2000). Cómo “hacer hacer” cosas con palabras. La construcción discursiva del estereotipo femenino en la publicidad de los 90. El caso de Slim Center. *HUMÁNITAS*. Portal temático en Humanidades. *BOLETÍN DE LINGÜÍSTICA*, 2(1), 21-49.

Derrida, J. (1966). La estructura, el signo y el juego en el discurso de las ciencias humanas. Trabajo presentado en *Los lenguajes críticos y las ciencias del hombre*, *College International de la Universidad Johns Hopkins*.

Díaz, M. C. (2003). El análisis de contenido como técnica de investigación de la comunicación social [Versión electrónica], Disponible en <http://robertexto.com/archivo14/analisis.htm>

Domínguez Gutiérrez, S. (2006). Las representaciones sociales en los procesos de comunicación de la ciencia. Trabajo presentado en *El I Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación*. 19 al 23 de junio, *Palacio de Minería*.

Eco, U. (1999). *La estrategia de la ilusión* (Trad. Oviedo, E. Tercera ed.). Barcelona: Editorial Lumen.

Fairclough, N. (2008). El análisis crítico del discurso y la mercantilización del discurso público: Las universidades. *Discurso & Sociedad*, Vol 2(1), 170-185.

Floch, J. M. (1993). *Semiótica, marketing y comunicación: Bajo los signos, las estrategias* (Primera ed. en español). Barcelona: Paidós.

Foucault, M. (1968). *Las palabras y las cosas: una arqueología de las ciencias humanas* (Trad. Frost, E. C. Segunda ed.). Buenos Aires: Siglo XXI editores.

----- (1992). *El orden del discurso* (Trad. Troyano, A. G.). Buenos Aires: Tusquets Editores.

Fuentes Navarro, R. y Vasallo de Lopes, M. I. (eds.) (2001). *Comunicación. Campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas*. México: Coordinación Editorial.

García Canclini, N. (2007). Noticias recientes sobre hibridación [Versión electrónica]. www.globalizacion.org. Disponible en <http://www.globalizacion.org/biblioteca/CancliniHibridacionNoticiasRecientes.htm>

García Luis, J. (2013). *Revolución, socialismo, periodismo: La prensa y los periodistas cubanos ante el siglo XXI*. La Habana: Pablo de la Torriente.

Gómez Mendoza, M. A. (2003). Análisis de contenido cualitativo y cuantitativo: Definición, clasificación y metodología [Versión electrónica]. *Revista de Ciencias Humanas*, Disponible en <http://www.utp.edu.co/~chumanas/revistas/revistas/rev20/gomez.htm>

González Ferrer, J. R. (2008). *Monitoreo y análisis de medios de comunicación*. Caracas: Ministerio del Poder Popular para la Participación y Protección Social.

González Lemes, I. (2009). *Retar el sentido común: Formas de apropiación de los discursos sociales contrahegemónicos en la construcción periodística de la realidad. Un estudio de caso único: La agencia de información Inter Press Service (IPS)*. Tesis de Maestría, Universidad de la Habana, Ciudad de la Habana.

González Ochoa, C. (1986). *Imagen y sentido: Elementos para una semiótica de los mensajes visuales*. México: UNAM.

Gutiérrez Vidrio, S. (2006). *Las representaciones sociales del escándalo mediático*. México: UAM

Haber Guerra, Y. (2004). Elementos para una teoría del lenguaje de los textos periodísticos impresos. Una modalidad discursiva. Consideraciones preliminares. *Revista Latina de Comunicación Social*, julio-diciembre. Año 7(58), 1-8.

Humanes, M. L. (2001). El encuadre mediático de la realidad social. Un análisis de los contenidos informativos en televisión. *ZER, Revista de la Comunicación* (11), 119-142.

----- (2003). La reconstrucción del pasado en las noticias. La representación mediática del 25 aniversario de la muerte de Franco y la coronación de Juan Carlos I. *Anàlisi* (30), 39-57.

Igartua, J. J. et. al. (2004a). La información sobre inmigración e inmigrantes en la prensa española. ¿Barreras mediáticas a la integración o imágenes que generan xenofobia? Trabajo presentado en el Fórum Universal de las Culturas.

Igartua, J. J. y Muñiz, C. (2004b). Encuadres noticiosos e inmigración. Un análisis de contenido de la prensa y televisión españolas. *Zer: Revista de estudios de comunicación = Komunikazio ikasketen aldizkaria*(16).

Itzcovich, S. (1996). El universo audiovisual del niño latinoamericano y caribeño. En *El niño y la imagen*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.

Jäger, S. (2008). Entre las culturas: Caminos fronterizos en el análisis del discurso. *Discurso & Sociedad*, 2(3), 503-532.

Jensen, K. B. y Jankowsky, N. W. (1993). *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas* (Trad. Soler, J.). Barcelona: Bosch Casa Editorial.

López Díez, P. (2005). Representación de género en los informativos de radio y televisión (Segundo informe). Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

Martín Barbero, J. (2001). Reconfiguraciones comunicativas de lo público. *Anàlisi* (26), 71-88.

Martín Barbero, J. y Rey, G. (1999). Imágenes y política. En *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva* (pp. 51-58). Barcelona: Editorial Gedisa.

Martín-Barbero, J. (1998). Medios: olvidos y desmemorias. Trabajo presentado en *Medios para la Paz*. Disponible en <http://www.revistanumero.com/24medios.htm>

----- (2001). De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía (Sexta ed.). México: Ediciones G. Gili.

Mattelart, A. (1996). La comunicación-mundo. Historia de las ideas y las estrategias. Madrid: Siglo XXI editores.

Mayorga Rojel, A. J. (2007). La representación mediática del terrorismo en el discurso periodístico del diario El Mercurio (Chile). Análisis de los discursos mediáticos publicados a partir de los atentados terroristas de Madrid del 11 de marzo de 2004. *ÁMBITOS* (16), 107-121.

McCombs, M. (2006). Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento (Trad. Fontrodona, O.). Barcelona: Ediciones Paidós.

Mora, M. (2002). La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici [Versión electrónica]. Athenea Digital, Disponible en <http://blues.uab.es/athenea/num2/Mora.pdf>

Muñiz, N. (2010). La construcción de la vejez como noticia. La experiencia en Diario Popular. *REVISTA PORTAL de Divulgação*, noviembre 2010(4), 9-19.

Orozco Gómez, G. (1996). Escuela y televisión: Una nueva alianza por nuevos motivos. En *El niño y la imagen*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.

----- (1998). Comunicación y prácticas sociales. Las prácticas en el contexto comunicativo. *Chasqui* (62).

Ortiz, Z. (2007). Los medios y los miedos [Versión electrónica]. Academia Nacional de Medicina, Disponible en <http://www.errorenmedicina.anm.edu.ar>

Palazzo, M. G. (2009). El ciberdiscurso juvenil: representaciones sociales del desconcierto, la censura y la aceptación [Versión electrónica]. *Espéculo. Revista de estudios literarios*. Universidad Complutense de Madrid, Disponible en <http://www.ucm.es/info/especulo/numero41/ciberdis.html>

Petit, C. y Cilimbini A. L. (2006). Representaciones Sociales y Medios de Comunicación. Análisis de Recepción de “Los Roldán”: un estudio de campo. Proyecto de investigación: Representaciones sociales: trabajo e identidad en situación de pobreza. Universidad Nacional de Córdoba.

Piñuel Raigada, J. L. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Estudios de Sociolingüística* 3(1), 1-42.

Polo, M. E. (2009). Reconstruir la vejez desde los medios de comunicación [Versión electrónica], Disponible en www.comunicacion.upsa.es/?sec=muestra&tipo=portada&id=299

Reig, R. (1992). Familia, infancia y medios de comunicación. En Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía (pp. 42-54). México: Editorial Trillas.

Rodríguez, A. (1995). Dimensiones psicosociales de la Vejez. (pp. 54-68). España: Universidad de Murcia.

Rodríguez, E. (s/f). El envejecimiento de la población en Cuba. Aspectos regionales: Instituto de Geografía Tropical. Ministerio de Ciencias Tecnología y Medio Ambiente de Cuba.

Rodríguez Regueira, J. L. (s/f). Multiculturalismo. El reconocimiento de la diferencia como mecanismo de marginación social [Versión electrónica], Disponible en http://www.ugr.es/~pwlac/G17_04JoseLuis_Rodriguez_Regueira.html

Rodríguez Salazar, T. (2009). Sobre el potencial teórico de las representaciones sociales en el campo de la comunicación. Comunicación y Sociedad. Universidad de Guadalajara, Nueva época (11), 11-36.

Roncagliolo, R. (1997). El lenguaje de la radio. Trabajo presentado en El Primer Congreso Internacional de la Lengua Española.

Roqué, M. (2012, 3 de octubre). Medios y vejez. Página 12, Disponible en www.pagina12.com.ar

Ruiz Silveira, N. D. y Côrte, B. (2012). Trayectorias de la longevidad: itinerarios mediáticos de proyectos de vida y aprendizaje en la vejez Revista del Centro de Investigación. Universidad La Salle, 10(38), 103-115.

Serrano, M. M. (1993). La producción social de comunicación (Segunda ed. revisada). Madrid: Alianza Editorial.

----- (2005). Conceptos de objeto de referencia y datos de referencia. En Teoría de la comunicación: Epistemología y análisis de la referencia (pp. 145-156). La Habana: Pablo de la Torriente.

Serrano-Puche, J. (2012). La presentación de la persona en las redes sociales: una aproximación desde la obra de Erving Goffman. Anàlisi, 46, 1-17.

Sierra Gutiérrez, F. (1988). La producción cultural del sentido. *Signo y Pensamiento* (12), 27-54.

Sodré, M. (2001). Eticidad y campo comunicacional sobre la construcción del objeto (Trad. Fuentes Navarro, R.). En *Comunicación: campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas* (pp. 149-160). México: Coordinación editorial.

Stecher, A. (2010). El análisis crítico del discurso como herramienta de investigación psicosocial del mundo del trabajo. *Discusiones desde América Latina. UNIV. PSYCHOL*, 9(1), 93-107.

Steigerwald, M. A. (2008). Comunicación y cultura: Un abordaje desde las mediaciones y representaciones sociales. Trabajo presentado en el 10º CONGRESO REDCOM “Conectados, Hipersegmentados y Desinformados en la Era de la Globalización”.

Tablante, L. (2005). Representaciones sociales, medios y representaciones mediáticas [Versión electrónica]. *Temas de comunicación*, 117-167, Disponible en <http://saber.ucab.edu.ve/handle/123456789/28266>

Tejada Anria, A. (2010). El envejecimiento y las personas mayores en los medios de comunicación. Trabajo presentado en El III Congreso Internacional de Gerontología.

Thompson, J. B. (1991). La comunicación masiva y la cultura moderna. Contribución a una teoría crítica de la ideología. *Revista Versión. Estudios de comunicación y política* (1).

Toledo, R. D. (2007). La radio en la democratización del conocimiento científico. Trabajo presentado en La VI Bienal Iberoamericana de Comunicación.

Torrejón Carvacho, M. J. (2007). Imaginario social de la vejez y el envejecimiento. Análisis de Contenido de Prensa Escrita: El Mercurio, Las Últimas Noticias y La Cuarta Tesis de Maestría en Antropología y Desarrollo, Universidad de Chile, Chile.

Van Dijk, T. A. (1996). Análisis del discurso ideológico. *Versión* (6), 15-43.

----- (2002). Conocimiento, elaboración del discurso y educación. *Escribanía* (8), 5-22.

----- (2004). Discurso y Dominación. 25 años de Análisis Crítico del Discurso. Grandes Conferencias en la Facultad de Ciencias Humanas (4), 5-28.

----- (2005a). Discurso, conocimiento e ideología. Reformulación de viejas cuestiones y propuesta de algunas soluciones nuevas. CIC (Cuadernos de Información y Comunicación) (10), 285-318.

----- (2005b). Ideología y análisis del discurso. Utopía y Praxis Latinoamericana / Afio, 10(29), 9-36.

----- (2006). Ideología. Una aproximación multidisciplinaria (Segunda reimpresión ed.). Sevilla: Editorial Gedisa.

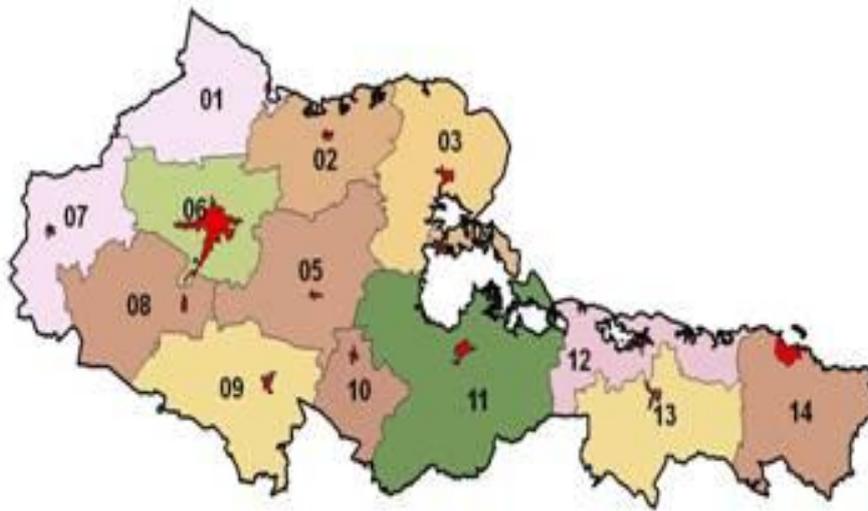
Vega Montiel, A. (2008). La influencia de los medios de comunicación en la representación social de la violencia de género contra las mujeres y las niñas. UNAM.

Vicente Mariño, M. (2005). La información televisiva durante la crisis del PRESTIGE: Análisis de contenido de los noticiarios de TVE1, TV3, ANTENA 3 Y TELECINCO. Trabajo de investigación. Universitat Autònoma de Barcelona

Zusman, P. (1999). Representaciones, imaginarios y conceptos en torno a la producción material de las fronteras [Versión electrónica]. Biblio 3W. Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales Disponible en <http://www.ub.es/geocrit/zusman.htm>

Anexo Nro. 1

Mapa de Holguín



- 1 Gibara
- 2 Rafael Freyre
- 3 Banes
- 4 Antilla
- 5 Báguanos
- 6 Holguín
- 7 Calixto García
- 8 Cacocum
- 9 Urbano Noris
- 10 Cueto
- 11 Mayarí
- 12 Frank País
- 13 Sagua de Tánamo
- 14 Moa

ANEXO Nro. 2

Relación de artículos relacionados con el adulto mayor y el envejecimiento, publicados en la página web de Radio Angulo, entre los años 2011 y 2013

Nro.	Título.....	Fecha
1	Cerebro humano pierde tamaño con la edad	28/07/2011
2	Fármaco detiene envejecimiento	20/08/2011
3	Horizontes para el adulto mayor en Holguín	14/11/2011
4	Problemas de pareja	22/11/2011
5	Fortalecida jornada holguinera a favor de la Cultura Física y el Deporte	23/11/2011
6	Reconoce combatiente holguinero que la vida es luchar	02/12/2011
7	¡Créalo...vale la pena!	22/12/2011
8	Espectáculo deportivo atrajo la participación popular	29/12/2011
9	Corroboran beneficios de dieta sana para frenar mal de Alzheimer	30/12/2011
10	El pueblo de Holguín envejece	14/01/2012
11	Avanza deporte holguinero	14/02/2012
12	Sagua de Tánamo, municipio más destacado del deporte en serranía holguinera	18/02/2012
13	Orgullosa Manuela de sus 101 años de edad	02/03/2012
14	Masiva respuesta holguinera a Carrera Terry Fox	12/03/2012
15	Establecen prioridades de estudios demográficos en Holguín	28/04/2012
16	Alimentación sana y ejercicios físicos son bases para longevidad activa	03/05/2012
17	Desafíos del deporte holguinero en estos tiempos	04/05/2012
18	Enfermos de hipertensión arterial y diabetes se extienden en el mundo	17/05/2012
19	Mantiene Sagua de Tánamo liderazgo Provincial del deporte en Plan Turquino	26/05/2012
20	Aplicará Cuba técnica quirúrgica más precisa en la oftalmología	31/05/2012
21	Positiva respuesta holguinera a Día Mundial del Desafío	31/05/2012
22	Dedican junio literario al Día de los Padres y los 50 años del lírico holguinero	06/06/2012
23	El tesoro de la vejez	06/07/2012
24	Adulto mayor, prioridades holguineras	06/03/2013
25	Favorecen el bienestar y la calidad de vida de las personas de la tercera edad	09/10/2013
26	Debemos actuar y no sólo hablar	10/10/2013
27	Evocan a Lalita Curbelo en el nuevo aniversario de su fallecimiento	28/12/2013

Anexo Nro. 3

El pueblo de Holguín envejece

[Rosana Rivero Ricardo](#) / Sábado, 14 Enero 2012 21:27

El envejecimiento poblacional en Cuba es una realidad. El fenómeno ha trascendido paulatinamente en las últimas décadas y se vaticina que para 2025 la Isla tendrá la población más longeva de América Latina.

La provincia de Holguín, al igual que el país, tiene características demográficas de países desarrollados como la baja natalidad y mortalidad y la alta esperanza de vida al nacer. Estas variables demográficas han determinado que durante los últimos años aumentarían significativamente los adultos mayores y disminuirían los individuos de edades tempranas.

En el año 1985 los adultos mayores representaban solo el 9,4 por ciento de la población holguinera. Actualmente la provincia de Holguín ocupa el noveno escaño a nivel nacional en longevidad con 176 mil 187 personas de 60 años o más, lo cual representa el 17 por ciento de su población total. Los datos ofrecidos por la Oficina Nacional de Estadísticas (One) revelan el notable incremento de personas de la tercera edad proyectado para 2025. Los ancianos para esta fecha constituirán el 25,7 por ciento de la totalidad de holguineros.

Según consta en el documento “Principales indicadores demográficos de la provincia de Holguín”, de la One, el municipio más envejecido es Gibara, seguido por Banes y Báguano. Moa se presenta como el territorio más joven de la provincia.

Las tres variables demográficas con mayor incidencia en el proceso de envejecimiento son la elevada esperanza de vida alcanzada en Cuba, la baja mortalidad y la baja fecundidad.

El triunfo de la Revolución cubana el Primero de Enero de 1959 determinó el establecimiento de servicios de salud de calidad, con la consecuente disminución de la tasa de mortalidad infantil y el aumento de la esperanza de vida al nacer que en la provincia alcanza los 79,1 años.

La tasa de mortalidad general es 7,0 por mil habitantes. Las defunciones se manifiestan fundamentalmente en las edades avanzadas como consecuencia de la alta esperanza de vida.

Los nacimientos de forma general en Holguín presentan resultados desfavorables en los últimos años. La provincia solo reporta el 10,0 por ciento de los nacimientos del país, siendo el volumen de alumbramientos insuficiente para obtener mejores resultados en el ritmo de crecimiento poblacional.

Holguín se caracteriza por ser emisora de población al igual que le resto de las provincias orientales. Las principales corrientes de emigrantes se dirigen hacia los territorios centrales y occidentales. Las personas emigrantes están comprendidas entre los 15 y 49 años, las que se consideran edades laborales y reproductivas.

Durante el año nacen como promedio 35 niños diarios, fallecen 20 personas y emigran otros 14 individuos. El análisis de estas variables demográficas permite concluir que el crecimiento promedio diario en Holguín es de una sola persona.

El envejecimiento de la población tiene un fuerte impacto en el desarrollo socioeconómico de la provincia. El avance acelerado hacia la longevidad propicia el descenso de la población femenina en edad fértil. La baja tasa de fecundidad implicará la carencia de fuerza de trabajo joven.

Sin duda los recursos humanos, fuerza transformadora de la sociedad, productora de bienes materiales y a la vez consumidoras de los mismos, son la principal riqueza de una nación. Sin embargo, el envejecimiento de estos recursos humanos no constituye un problema, sino el principal desafío demográfico que debe enfrentar el Estado, la sociedad y las familias cubanas en términos de asistencia y seguridad social, salud, convivencia social y comunitaria.

Para afrontar este acelerado e irreversible proceso de envejecimiento debemos incrementar el flujo de la información a través de las diferentes vías de comunicación para atraer el interés de los organismos y la población en lo referente al tema. Es lícito garantizar a las mujeres en edad fértil la satisfacción de necesidades materiales y espirituales que las incentiven a procrear. Asimismo se debe educar e incentivar en los jóvenes el respeto, el apoyo y la tolerancia al adulto mayor.

Anexo Nro. 4

Bitácora de Odiseo

El tesoro de la vejez

Manuel García Verdecia / Viernes, 06 Julio 2012 07:18

Hace unos días tuve el placer de compartir tiempo e ideas con un grupo de entusiastas que se reúnen para disfrutar del arte y la poesía como parte de las acciones del Centro Cultural Lalita Curberlo Barberán. Yo iba a leer poemas, pero al ver aquel grupo, casi todos de edad madura, tan elegantemente vestidos, tan joviales en su trato y tan dispuestos a lo que se les ofrecería, no pude menos que empezar hablando del gusto por compartir con gente decente y amable.

La conversación se fue alargando por las miradas y sonrisas aprobatorias, además de una u otra pregunta que me hacían para saber mi criterio. Entre otra, la que más me motivó por lo dolorosa, fue una intervención de alguien que se quejaba de que muchos ven a los viejos como trastos inservibles. Entonces me extendí en esto y el tiempo se fue sin más poesía que la que emanaba de mi apasionada defensa de la vida en todas sus estaciones.

Creo que son múltiples las razones. Desde la disgregación de la familia, la falta de ejemplo en el propio hogar o el descuido de la sociedad. Hemos tenido muchos logros en estos años, pero a veces nos dedicamos a embebernos en lo alcanzado y no vemos los peligros de lo que no se ha resuelto. Además, la vida es un estado permanente de transformación y todo lo que se da por conquistado puede resultar a la postre un elemento paralizante. La Revolución es un constante rehacerse y dinamizarse. Es un gerundio y muchos la han visto como un participio. Entonces se desatienden asuntos que pueden parecer secundarios, pero en el ámbito de los valores humanos, todo es esencial. ¿Qué pasaría si se entronizara ese desdén a los de mayor edad en una sociedad que, por múltiples razones, entre otras por la elevación de las atenciones médicas y las dificultades de los jóvenes para fundar y sostener un hogar, ha elevado su promedio de vida y la mayoría está en ese marco de la madurez? Es por eso que quiero compartir unas ideas que apunté hace un tiempo y denominé El Tesoro de la Vejez.

Ya sé que esta palabra no tiene jurisdicción legal en el diccionario. Es sólo un recurso que empleo para abordar el tema que trato en estas líneas a partir de la alusión a una obra conocida. De muchacho me deleitaba y, a la vez, me adentraba en conocimientos diversos y provechosos mediante la lectura de una colección que llevaba por nombre El tesoro de la juventud. Aquellos libros estaban genialmente diseñados para proporcionar lecturas interesantes, instructivas a los jóvenes, pero muchos de sus textos eran o se referían a asuntos viejos, muy viejos. Es que en todo lo signado por el tiempo hay, de una u otra forma, una sustancia de generosa utilidad que merece nuestro reconocimiento.

Esto es evidente, por ejemplo, en la tradición de la Real Academia Española – la que “limpia, fija y da esplendor” – por la que, al sumarse a su realeza un nuevo miembro, otro de más años en la vida y la Academia lo acoja y dé respuesta a su discurso de iniciación. Cuando le tocó el turno al escritor peruano Mario Vargas Llosa fue el académico Camilo José Cela quien lo escoltó. Este en su discurso le recordó que allí

“como en la milicia, la antigüedad es un grado.” Le advertía así, de modo socarrón y lúcido, como toda su obra, algo que muchos sabemos, pero que a veces olvidamos, sea por ignorancia o por soberbia: que nada sale de la nada y que los que nos preceden en algo merecen nuestra respetuosa atención para recoger lo mejor que, en años de romperse la cabeza y el cuerpo con la vida, lograron producir. Esa antigüedad les confiere ese grado, sin galones ni estatuto legal, pero inobjetable, que es la experiencia.

Pobre de una sociedad que no honre sus muertos y sus viejos. Ellos son los recipientes donde permanece viva la tradición y la esencia de una cultura. No solo ennoblecen nuestra mirada con la gratitud y la piedad por los que mucho han hecho sino que nos confieren el sentido de responsabilidad y esperanza hacia lo que seremos. Y no es que la vida tenga que ser cómo fue. Ya se ha dicho lo único de fijo en la existencia es su perpetua transformación. Sin embargo, para cambiar algo hay que apoyarse en lo que ha sido. Dialécticamente hablando, los cambios parten de una selección cualitativa de lo viejo que incorpora lo nuevo cualitativamente superador. No es cambiar por cambiar. Ejemplos sobran de cambios que no han derivado en transformaciones mejoradoras pues han desoído la voz de la experiencia.

Al mirar a todas aquellas personas que atendían mis palabras crecidas desde la convicción y la pasión por todo lo sagrado, la mayoría maestros y otros profesionales pensé en la riqueza que guardaban. ¡Cuánta información, cuánta historia, cuánta sensibilidad vi abrirse allí! Ellos han atesorado con sus años un saber que nos es necesario para que la vida tenga su lógica y serena continuidad. Cada uno de estos viejos es como un arca de sagrada sabiduría. Son enciclopedias vivientes.

No le debemos temer al término “viejo”. Es sólo una estación de la vida, útil y hermosa si se sabe llevar con la dignidad y la sabiduría que los propios años nos confieren. Un viejo que asume su vejez y actúa consecuentemente mantiene su fuerza de atracción. Más importante que una fingida juventud es el ánimo creativo e inteligente puesto a tono con el momento de la vida por el que transitamos. El viejo solo es lamentable cuando pretende ser lo que no es ni puede ser. Es muy triste que pasen los años y uno llegue a bufón en vez de a sabio. No se llega a tonto por viejo sino por tonto. La sabiduría es infamación y conocimiento puestos en función de hacer la vida más sensata y sensible. Todos esos eufemismos que se utilizan para evadir el término vejez no son más que una engañosa ñoñería personal o una abdicación ante tendencias sociales eminentemente consumistas que tratan de exaltar el sector más codiciado por los mercaderes. Viejo no es una palabra ofensiva en sí misma y si así la sentimos es por seguir una de las actitudes descritas anteriormente. Desechar la palabra resulta de execrar lo que ella designa. Viejo no es sinónimo de despreciable, inservible o inútil. El tiempo limita unas funciones, pero desarrolla otras virtudes, como la paciencia, la tolerancia, la prudencia, la moderación y el conocimiento acumulado por años de práctica y observación. Los viejos nos son necesarios como lo son los antiguos árboles del bosque que protegen a los retoños y les permiten resistir las inclemencias del tiempo y sobrevivir.

En muchas civilizaciones los destinos de la comunidad eran decididos por acuerdo con un consejo de ancianos. Estos eran consultados para tomar decisiones pues muchos soles y lunas le daban solidez a lo que opinaban. Ellos advierten lo que es más provechoso para todos teniendo en cuenta contextos y acontecimientos similares que han conocido a lo largo de sus años. Una sociedad que respeta, ampara y escucha a sus mayores es una sociedad sana. Un pueblo donde los jóvenes dialogan con sus ancianos

es un pueblo promisorio, pues tiene conciencia del devenir. Es conversar con los orígenes, es reverenciar el porvenir. Esta conversación es la que permite salvar lo que debe perpetuarse.

No es que abogemos por desoír o desatender a los jóvenes. Sería una locura, pues los jóvenes de hoy serán los ancianos de mañana. Además, los jóvenes incorporan al río de la tradición las aguas de la renovación. Los jóvenes al interactuar armoniosamente con los viejos posibilitan una sociedad más ordenada y funcional. En esa relación de cercanía y diálogo, los mayores se vuelven más perceptivos para entender las nuevas tendencias y recursos que el desarrollo trae y que los jóvenes por la lógica de su contexto asimilan y portan más fácilmente. Estos, a su vez, pueden ayudar a que los viejos lo asimilen mejor. Los jóvenes son los traductores de modernidad para los viejos, tal y como estos son los maestros de saber trascendente para aquellos. Yo mismo he aprendido casi todo lo que sé –que no es mucho pero me permite funcionar en ese mundo – de computación con mi hijo, algo que me alegra y me enaltece. Pero una relación bondadosa únicamente puede darse donde, en vez de confrontación, hay cooperación, en lugar de animadversión, amor.

A veces pienso que debería existir una manera de preservar la sabiduría, los conocimientos de nuestros mayores. La literatura podría ser una. Todo lo que han vivido y experimentado, los sucesos de que han sido protagonistas o testigos, las habilidades que han acumulado, ¡cuánto de bueno y provechoso hay en ellos! Los africanos tienen un refrán que nos advierte de esto: “Cada hombre que muere es una biblioteca que se quema.” Tengamos presente que las anécdotas de hoy son la historia de mañana. Si desdeñamos ese tesoro de la vejez estamos abocados no sólo a repetir errores salvables sino a “inventar el agua tibia”.

El diálogo con nuestros viejos nos es necesario y provechoso. Todos somos hijos del tiempo y nuestra actitud hacia él debe ser la sugerida por el poeta Jalil Yibrán en su luminosa obra El Profeta: “que cada estación encierre las otras estaciones, / y que el hoy abraza el pasado con recordación y el futuro con anhelo.” Es así como fluye amable y productiva la vida.

Anexo Nro. 5

Relación de artículos relacionados con el adulto mayor y el envejecimiento en los programas “Contigo”, “Noticias al Mediodía” y “De Primera Mano” de Radio Angulo, entre los días 6 y 17 de enero de 2014.

Nro.	Título.....	Fecha
1	La Asamblea Municipal del Poder Popular en Báguano otorga reconocimiento a maestro destacado	07/01/2014
2	“Pupi” viene “Sin Límite” a la escala musical cubana de 2014	07/01/2014
3	Brasil despide a Nelson Ned entonando sus éxitos	07/01/2014
4	Problemas con prótesis dentales en Holguín	08/01/2014
5	Nuevo sistema de pago a los jubilados	08/01/2014
6	Explica Banco Popular de Ahorro nuevo sistema de pago a los jubilados	08/01/2014
7	Acusa Alemania a hombre de 88 años por masacre nazi en Francia durante la Segunda Guerra Mundial	08/01/2014
8	Reparan hogares de ancianos y casas de abuelos por una mayor calidad de vida	09/01/2014
9	Envían sendas ofrendas florales Fidel y Raúl a destacado dirigente revolucionario Pepe Ramírez	09/01/2014
10	Salidero en Alcides Pino se convierte en laguna	09/01/2014
11	Celebran en “El Purio” los 100 años de edad de Apelio Castillo Lobaina	09/01/2014
12	Recuerdan campesinos baguanenses a José Ramírez Cruz	10/01/2014
13	Declaradas en Báguano salas de televisión con la condición “aniversario 55 del triunfo de la Revolución”	11/01/2014
14	Falta de abastecimiento de agua en el Reparto Harlem de Holguín	14/01/2014