

UNIVERSIDAD DE DEUSTO
FACULTAD DE FILOSOFIA Y CIENCIAS DE LA EDUCACION

**MODELOS DE REPRESENTACION DE LAS
PERSONAS MAYORES EN LOS MEDIOS
DE COMUNICACION DE MASAS**

Concepción Maiztegui Oñate

UNIVERSIDAD DE DEUSTO
FACULTAD DE FILOSOFIA Y CIENCIAS DE LA EDUCACION
PROGRAMA DE DOCTORADO EN OCIO Y POTENCIAL HUMANO

MODELOS DE REPRESENTACION DE LAS
PERSONAS MAYORES EN LOS MEDIOS
DE COMUNICACION DE MASAS

Tesis Doctoral presentada por: Concepción Maiztegui Oñate
Directora: Dra. M^aLuisa Setién Santamaria

Concepción Maiztegui Oñate

Dra. M^aLuisa Setién Santamaria

Bilbao, Mayo de 1996

*Con cierta parte de nuestro ser vivimos todos fuera
del tiempo. Puede que solo en circunstancias
excepcionales seamos conscientes de nuestra edad y
que la mayor parte del tiempo carezcamos de edad.*

Milan Kundera

Para mi familia

Quisiera expresar mi más sincero agradecimiento a las personas que han contribuido al buen fin de este proyecto. A mi directora, Dra. M^a Luisa Setién, por la dedicación, el tiempo y todos los valiosos consejos que me ha prestado en el desarrollo de esta tesis.

Quiero agradecer también al Dr. Manuel Cuenca y a mis compañeros del Instituto de Estudios de Ocio su apoyo constante. A la Dra. Rosa Santibañez y al Dr. Idefonso Grande sus comentarios sobre algunos capítulos, a Jon Andoni Likete su ayuda en el tratamiento informático y a la Dra. Amaia Apraiz por crear el "ambiente de tesis" adecuado.

Finalmente, quisiera recordar a mi familia y amigos, especialmente a Marta Ruiz Cerrillo, por proporcionarme el ánimo y la ayuda que han hecho posible la finalización de este trabajo

Indice

INTRODUCCION.....	1
1.- LA VEJEZ COMO CONSTRUCCION SOCIAL.....	14
1.1. EL CONCEPTO DE CICLO DE VIDA.....	20
1.1.1. Uso del concepto de ciclo de vida.....	26
1.1.2. La construcción histórica de los ciclos de vida.....	27
1.2.1.1. Infancia/Juventud.....	29
1.2.1.2. Vejez.....	32
1.2. EL CONCEPTO GENERACION.....	36
1.3. LA JUBILACION: CONVENCION SOCIAL DE ENTRADA EN LA VEJEZ.....	43
1.3.1. La jubilación como convención social.....	47
1.3.2. La flexibilidad actual de la jubilación.....	49
1.3.3. Los cambios previstos en la edad de jubilación.....	50
2.- FACTORES RELACIONADOS CON LA TRANSFORMACION DEL CICLO DE VIDA.....	56
2.1. EVOLUCIÓN DE LAS TEORIAS SOBRE EL CICLO DE VIDA.....	57
2.1.1. Teorías psicológicas.....	60
2.1.2. Teorías sociológicas.....	65
2.1.3. El dilema teórico.....	68
2.2. RAZONES DE TIPO EMPIRICO.....	71
2.2.1. Cambios demográficos.....	71
2.2.2. Un sistema de valores compartidos.....	78
3.- UNA GENERACION EN BUSCA DE UNA IDENTIDAD PROPIA.....	87
3.1. CARACTERISTICAS DE UNA GENERACION EN UNA NUEVA ETAPA DEL CICLO DE VIDA.....	89
3.1.1. Transformación de la familia.....	89
3.1.1.1. Relaciones Intrageneracionales.....	89
3.1.1.2. Relaciones Intergeneracionales.....	92

3.1.2. Condiciones económicas.....	99
3.1.3. Condiciones físicas.....	102
3.1.4. Condiciones sociales.....	106
3.1.4.1. Actividades Educativas: las aulas de tercera edad	108
3.1.4.2. Vacaciones.....	111
3.1.4.3. Participación deportiva.....	114
3.1.4.4. Voluntariado social.	117
3.1.4.4.1. SECOT	120
3.1.4.4.2. Guías voluntarios para enseñar los museos de España..	122
3.1.4.4.3. Programa de voluntariado de tercera edad de la Cruz Roja..	125
3.1.5. La falta de identificación con la vejez.....	126
3.2. UN SUBGRUPO EN BUSQUEDA DE UNA IDENTIDAD PROPIA.....	133
3.2.1 La creación y difusión de identidades.....	133
3.2.2. Formación de la identidad personal y la vida adulta	139
3.2.3. Formación de una identidad colectiva.....	143
3.2.4. Crisis de los modelos para las personas mayores	148
4.- MODELOS SOCIALES Y MEDIOS DE COMUNICACION DE MASAS.....	152
4.1. PRESENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN LA SOCIEDAD ESPAÑOLA	155
4.2. LA RELACION DE INTERDEPENDENCIA ENTRE LA SOCIEDAD Y LOS MEDIOS DE COMUNICACION	159
4.3. LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION.....	164
4.3.1. Los medios de comunicación amplían la visión del mundo.....	173
4.3.2. Proporcionan modelos de comportamiento a través del aprendizaje vicario	177
4.4. LA INFLUENCIA DE LOS ACTORES SOCIALES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION	183
4.5. UN SISTEMA DE INTERRELACION COMPLEJO.....	187
5.- EL DISEÑO DE LA INVESTIGACION Y DE LOS INSTRUMENTOS DE ANALISIS.....	194
5.1. OBJETIVOS E HIPOTESIS.....	195
5.2. LA SELECCION DE LOS MEDIOS.....	197

5.3. LOS PERIODOS DE RECOGIDA DE INFORMACION	202
5.4. VENTAJAS DEL SISTEMA ELEGIDO	205
5.5. EL METODO DE ANALISIS.....	206
5.5.1. La organización de las unidades de análisis.....	208
5.5.2. Los criterios de análisis.....	214
5.5.2.1 El protocolo de primer nivel.....	215
5.5.2.2 El protocolo de segundo nivel	216
5.5.2.3 El protocolo de tercer nivel	216
6.- REPRESENTACION DE LAS PERSONAS MAYORES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION	218
6.1. REVISTAS	219
6.1.2. Personajes que aparecen por encontrarse en una fase de renacimiento personal centrado en su vida personal	228
6.1.3. Personajes que aparecen por encontrarse en una fase de renacimiento personal centrado en su vida profesional	232
6.1.4. Personajes que aparecen como ejemplo de valor personal.....	236
6.1.5. Mantienen su estatus de personajes famosos ya sea en su familia o en su mundo laboral.....	239
6.1.6. Personajes que aparecen por su propia pluralidad	246
6.2. ENTREVISTAS EN SUPLEMENTOS DOMINICALES	246
6.2.1. El trabajo como fuente de satisfacción personal.....	250
6.2.2. La constancia.....	253
6.2.3. Comunicación y compromiso personal con el trabajo	254
6.2.4. Curiosidad y deseos de innovación	259
6.2.5. Vitalidad... ..	260
6.2.6. Vida familiar	263
6.3. TELEVISION.....	264
6.3.1. Series de Televisión	265
6.3.1.1. Figura del mayor caracterizado por su capacidad de adaptación.....	268
6.3.1.1.1. Mayores con un estilo de vida juvenil.....	270
6.3.1.2. Personajes Tradicionales	273
6.3.1.3. Personajes que destacan por su experiencia en el ámbito del trabajo	277

6.3.1.4. Estereotipos clásicos de matrimonio en series de humor	280
6.3.2. Presentadores de televisión.....	283
7.- DISCUSION: EL MODELO DE LOS MAYORES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION	289
7.1. LA PRESENCIA DE LOS MAYORES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION... ..	290
7.2. EL CONTENIDO DE LA REPRESENTACION DE LOS MAYORES	292
7.2.1. La familia: principal unidad de relación	296
7.2.2. Buena apariencia física ligada a un estilo de vida juvenil	299
7.2.3. Valoración de la experiencia	301
7.2.4. Proyectos de futuro	303
7.3. REFLEXIONES EN TORNO AL MODELO DE REPRESENTACION DE LAS PERSONAS MAYORES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION	307
A MODO DE CONCLUSION	310
BIBLIOGRAFIA.....	321
ANEXOS.....	344

Indice de gráficos

1.1. Etapas del ciclo de vida.....	21
1.2. Carácter del ciclo de vida.....	25
1.3. Análisis social del ciclo vital.....	29
1.4. Edad legal de las pensiones de jubilación de la seguridad en los países de la U. E.....	48
2.1. Modelo de desarrollo adulto de Levinson.....	64
2.2. Pirámide de población, España 1991.....	74
2.3. Esperanza de vida al nacimiento en los países de la U.E.....	76
2.4. Esperanza de vida al nacimiento de la población española.....	77
3.1. Porcentaje de la población que viajó en 1.992 comparado con 1.990 según grupos de edad.....	113
3.2. Prácticas deportivas mayoritarias por edad, lugar y año, España 1.993.....	116
3.3. Asociaciones a que se pertenece por edad.....	118
3.4. Seniors SECOT por antenas, 1994.....	121
3.5. Actitudes sobre "Se siente usted viejo/a" por género, Bilbao 1988.....	127
3.6. Función integradora de la edad en la vida adulta.....	140
3.7. Modelo de proceso de identidad en la edad adulta.....	142
4.1. Sociedad, medios y público: Relaciones recíprocas.....	189
4.2. Relación entre la evolución de la identidad y los medios de comunicación.....	191
5.1. Modelo de interacción de roles de una madre de familia.....	207
6.1. Personajes mayores que comparten su protagonismo en el enunciado de las noticias de las revistas. Según tipo de compañía en porcentajes.....	221

Indice de tablas

1.1. Esperanza de vida al nacimiento.....	33
1.2. Población ocupada según edad y rama de actividad económica.....	44
2.1. Etapas del ciclo de vida. Newman y Newman.....	63
2.2. Etapas del ciclo de vida. Huberman.....	65
2.3. Población anciana en los países del Consejo de Europa.....	72
2.4. Esperanza de vida al nacimiento en los países de la U.E.....	80
2.5. Motivos por los que una persona pertenece a la tercera edad, España 1992	80
2.6. Edad a la que se considera se entra en la vejez.....	81
2.7. En el futuro serán más considerados los mayores que los jóvenes, España 1992.....	82
2.8. La jubilación no debería ser obligatoria, España 1992.....	82
2.9. Casi ninguna de las personas mayores de 65 años puede desempeñar un trabajo tan bien como un joven, España 1992.....	83
2.10. Ciertos puestos de responsabilidad deberían ser ocupados por personas mayores, España 1992.....	83
2.11. La jubilación es una ocasión para nuevas actividades, España 1992.....	84
2.12. Con salud y dinero la tercera edad es una buena época de vida, España 1992.....	85
2.13. Se tienen menos en cuenta las opiniones de los mayores, España 1992.....	85
3.1. Periodicidad en la frecuentación de familiares.....	94
3.2. Contactos con la familia y con jóvenes (<25) en los países de la Unión Europea....	96
3.3. Ambiente familiar. España, 1992.....	97
3.4. Número y composición de hogares cuyo sustentador principal tiene 65 años y más. España 1981-1991.....	101
3.5. Tipos de problemas o enfermedades citados por las personas mayores. España....	104

3.6. Niveles de salud por edad, España 1993.....	106
3.7. Participantes en las aulas de tercera edad. España, 1995.....	110
3.8. Guías voluntarios de museos en Madrid, según grupos de edad. 1994.....	124
3.9. Tareas desempeñadas por los voluntarios mayores en la Cruz Roja. España.....	125
3.10. Edad a la que consideran se entra en la vejez. España, 1994.....	128
3.11. Primero o segundo grupo por género y edad más valorado en nuestra sociedad. España, 1992.....	129
4.1. Equipamientos culturales en los hogares. España.....	155
4.2. Estilo de disfrute del tiempo libre por edad. España, 1993.....	156
4.3. Tiempo dedicado a ver la televisión. España, 1992.....	157
4.4. Porcentajes de entrevistados que realizan distintas actividades mientras ven televisión. España, 1992.....	158
4.5. Ejemplares de periódicos de información general que lee por término medio a la semana. España, 1994.....	158
4.6. Tipos de revista leída por última vez. España, 1994.....	159
4.7. Tipos de relación entre la cultura (medios de comunicación) y la sociedad.....	160
5.1. Suplementos dominicales de periódicos de mayor audiencia. España, 1992 y 1993.....	199
5.2. Revistas semanales de mayor audiencia. España, 1992 y 1993.....	200
5.3. Audiencia de las cadenas de televisión, en miles de individuos. España, 1991.....	201
5.4. Variación de las audiencias de televisión según la franja horaria, en miles de individuos. España, 1991.....	202
5.5. Calendario de la recogida de información de prensa escrita (revistas y suplementos dominicales de periódicos).....	203
5.6. Calendario de selección de las épocas de recogida de información televisiva.....	204
5.7. Calendario de grabación de la muestra televisiva.....	204

5.8. Programación de los canales de televisión nacionales gratuitos durante el año natural Abril 1992-Marzo 1993 entre las 20,30 y 23,30 horas. Por tipos de programas en las fechas seleccionadas.....	212
5.9. Documentación recogida y seleccionada para el análisis. Abril 1992/Marzo 1993.....	213
5.10. Cómputo del material seleccionado donde aparecen personas mayores, según medios de comunicación y género.....	214
6.1. Noticias de las revistas según edad y género.....	219
6.2. Noticias aparecidas en las revistas de mayor audiencia por edad y género (% horizontales).....	220
6.3. Interacciones de las personas mayores que aparecen en las revistas según género y ámbito de actuación.....	222
6.4. Grupo profesional de las personas mayores que aparecen en las revistas según grupo de edad y género.....	223
6.5. Apariencia de las personas mayores que aparecen en las revistas según género.....	224
6.6. Ambito de actuación de las personas mayores que aparecen en las revistas.....	226
6.7. Tipos de relación de pareja de las personas mayores que aparecen en las revistas según género.....	230
6.8. Motivos de aparición de las personas mayores que aparecen en las revistas según género (% verticales).....	237
6.9. Interacciones familiares de las personas mayores que aparecen en las revistas según género y ámbito de actuación.....	245
6.10. Entrevistas aparecidas en los suplementos dominicales de los periódicos según grupos edad y género.....	247
6.11. Entrevistas de los suplementos dominicales de los periódicos según suplementos, edad y género.....	248
6.12. Motivos de aparición de las personas mayores en las entrevistas de los suplementos dominicales según género.....	248
6.13. Grupo profesional de las personas mayores entrevistadas en los suplementos dominicales de los periódicos según grupo de edad y género.....	250

6.14. Series y programas de televisión con presentador según presencia de grupos de edad. en minutos y % horizontales de tiempo.....	264
6.15. Tiempo programado en series de televisión según aparezcan o no personas mayores en papeles de continuidad.....	267
6.16. Tiempo de aparición en minutos de los presentadores de televisión según grupo de edad y cadenas de televisión y porcentajes de tiempo.....	284
6.17. Presentadores mayores en televisión según género y tipos de programas.....	285
7.1. Frecuencia de aparición de personas mayores en los medios de comunicación seleccionados.....	291
7.2. Personas mayores analizadas según medio de comunicación y género.....	291

INTRODUCCION

Esta tesis doctoral tiene como objeto el estudio de los modelos que los medios de comunicación de masas ofrecen de las personas mayores. La idea de relacionar los dos temas principales; las personas mayores y los medios de comunicación, partió del interés en conocer la correspondencia que se establece entre uno de los componentes más característicos de la sociedad actual y un grupo de población que ha sufrido una importante transformación, tanto cuantitativa como cualitativa.

El proceso de envejecimiento es parte integral de la condición humana, pero su sentido tiene límites imprecisos y cambiantes. El incremento de la esperanza de vida al nacimiento ha sido uno de los factores que ha influido en el cambio demográfico, al aumentar considerablemente el número de personas que alcanzan edades avanzadas y modificar, por tanto, la pirámide de población. Por ejemplo, se puede recordar que, en 1991, el porcentaje de personas mayores de sesenta años en la Unión Europea era superior al 19% del total de población, lo que equivale a más de 68 millones de ciudadanos (Eurostat, 1993).

La palabra viejo no tiene un sentido universal. De hecho esta noción está inmersa en las formas culturales de cada periodo histórico y de las diferentes sociedades (Alba, 1992; Cowgill y Holmes, 1972; Featherstone y Hepworth, 1991; Fericgla, 1992; Fisher, 1978; Sánchez Granjel, 1991; Santerre y Létourneau, 1989). En la actualidad se da la paradoja de que términos interrelacionados como tercera edad, cuarta edad, mayores, ancianos, son empleados de forma insistente en todos los campos - medicina, ciencias sociales, economía, marketing- aunque aparecen como intercambiables y no existe consenso en su significado.

Las etapas de la vida se han alargado y redefinido en su conjunto. Las mejores condiciones de salud, alimentación y trabajo implican una disminución del deterioro físico debido al paso de los años. Al mismo tiempo, asistimos a la emergencia de nuevas expectativas porque los nuevos jubilados tienen por delante más de veinte años de esperanza de vida y desean encontrar maneras de inserción social y papeles que les permitan mantenerse como parte integrante de una ciudadanía activa (Bazo, 1992a, 1993; Bond y Coleman, 1990;

Guillemard, 1986; Moody, 1994; Pitaut, 1994; Walker y van Craeynest, 1993). En la base de esta transformación se encuentra una falta de identificación con el modelo clásico de envejecimiento ya que este estereotipo de vejez produce una discontinuidad entre la realidad social y la identidad propuesta a este colectivo. En estas circunstancias, los mayores se ven impulsados a representar unos roles distintos a aquellos que han visto representar a los de anteriores generaciones y para los cuales estarían preparados. Muchos mayores carecen de modelos adecuados para la elaboración de una identidad adaptada a su realidad (Muchinick, 1984), de forma que rechazan una vejez convencional, pero se encuentran sin otros marcos de referencia válidos y viables. El desajuste entre la riqueza de su mundo interior y las carencias en el espacio público originarán tensiones no fácilmente superables (Fundación La Caixa, 1994:112).

Parece que la sociedad considera a los mayores sabios, serenos, moderados, pero también está de acuerdo en que el envejecimiento es una combinación de deterioro físico y mental, y que uno de los principales problemas de este colectivo es la mala imagen. Estas circunstancias explican la resistencia de los mayores a identificarse con el grupo de tercera edad ya que su papel en la sociedad está desvalorizado, constituyendo el grupo de edad menos apreciado socialmente (Centro de Investigación de la Realidad Social, 1992c). Asimismo, la idea de exclusión se acrecienta con el rito de la jubilación y la finalización del rol productivo.

La organización de la estructura personal requiere, por tanto, que las personas mayores tengan a su disposición esquemas culturales que puedan compartir. En definitiva, es necesario buscar modelos que, a partir de un núcleo de identidad común, faciliten trayectorias de vida compatibles (Muchinick, 1984). Aunque las generaciones de mayores, constituyen un grupo heterogéneo, forman un colectivo de personas con edades y procesos de socialización similares, a los que se presupone unas ciertas características compartidas (Attias-Donfut, 1988; Attias-Donfut y Neveu, 1992; Delisle, 1992; Fundación La Caixa, 1994; Pronovost, 1992; Rosenmayr, 1979, 1982).

Respecto a los medios de comunicación, su interés se basa en que constituyen un elemento importante de la cultura moderna, cuya comprensión ayuda al entendimiento de la sociedad actual. La incidencia es fuerte en el conjunto de la población y será más importante

en la medida que aporten soluciones a aquellos problemas para los que la tradición no tenía respuesta (De Fleur y Ball-Rokeach, 1986; Stevenson, 1995; Torrijos, 1989; Wolf, 1994a-1994b).

Stevenson (1995:181) relaciona las principales teorías sobre los medios de comunicación y resume tres objetivos del estudio de los mismos para comprender la sociedad contemporánea:

1. Conocer la manera en que los poderes establecidos influyen en la sociedad a través de los medios. Las corrientes de pensamiento que han trabajado este campo están relacionadas con las escuelas críticas como la Escuela De Frankfurt y las teorías marxistas y feministas. Aunque se mantiene la incertidumbre sobre el grado de influencia, en este contexto los medios son vistos como una forma de mantener el *statu quo* de ciertos grupos y de marginar a otros colectivos.
2. Conocer la respuesta del público. Las investigaciones sobre audiencias constituyen un interesante campo de estudio que permite entender la forma en que la gente entra en contacto con otras personas a través de los medios, construyendo un sentido de identidad. Este tipo de estudios llegan a interpretar una pluralidad de narrativas entre las que se conforma el sentido de persona y el imaginario colectivo.
3. Descubrir los contextos de la recepción de los mensajes. El consumo de los medios de comunicación tiene lugar en un medio de relaciones sociales y redes de poder cuyo conocimiento reformula estos hábitos dentro de un conjunto más amplio, estructural, social e histórico, de prácticas sociales.

Los medios de comunicación constituyen un marco de referencia que divulga noticias y diversión al conjunto de la sociedad cuyos universos están relacionados (Real, 1989). Aunque no suponen la única fuente de información de los ciudadanos, su influencia en la percepción de la realidad es, a menudo, mayor de lo que nos damos cuenta puesto que afecta no sólo al conocimiento sino también a las actitudes y conductas (De Fleur y Ball Rokeach, 1986; Harris, 1994; McQuail, 1992; Real, 1989).

En este contexto, los medios de comunicación desempeñan un papel esencial en las sociedades modernas puesto que en sus descripciones aportan interpretaciones de la realidad y proponen unos modelos culturales que se interiorizan en el proceso de socialización. De tal forma que constituyen un substrato, una cierta concepción del mundo y de sí mismo en el mundo, fundamento de la mayor parte de los actos individuales (Donegani y Lescanne, 1982:11).

Se trata de sistemas simbólicos que permiten comprender la realidad, aunque se encuentren marcados por la ambivalencia y la afectividad. No son percibidos más que de manera indirecta a través de los comportamientos y las opiniones determinantes de los individuos. Al mismo tiempo, los modelos transmitidos por los medios de comunicación ayudan a alcanzar un sentido de identidad, nos enseñan a resolver ciertas situaciones e, informalmente, nos socializan puesto que las personas desarrollan construcciones subjetivas y compartidas de la realidad a partir de lo que leen, escuchan o miran (Asa Berger, 1991a). Por tanto, la conducta, personal o social puede ser, parcialmente, modelada en función de las interpretaciones aportadas por los medios, especialmente cuando los individuos tienen escasas fuentes informativas alternativas.

En ocasiones, los medios ofrecen información sobre aspectos de la realidad que estaban ocultos por su lejanía física o social y, por tanto, presentan modelos de comportamiento que enseñan maneras de adaptarse a circunstancias desconocidas, con los que identificarse (Meyrowitz, 1985). Si bien la identificación resulta más fácil de lograr cuando los modelos reflejan experiencias comunes a las que disfruta la audiencia, no existe ningún prerequisite simplemente se debe dar una identificación emocional (Ang, 1991).

Aunque el grupo de referencia primario continúa siendo la unidad de relación básica, las nuevas tecnologías permiten que los grupos de relación sean lejanos (Maffesoli, 1990). La sociedad moderna se caracteriza por la flexibilidad en la creación de la identidad que se constituye a partir de múltiples relaciones. El individuo, por tanto, tiene más posibilidades de creer en su logro personal y adquirir mayor responsabilidad sobre el desarrollo de su propia identidad (Buchmann, 1989). En este contexto, los modelos de los medios de comunicación son otra alternativa a sus modelos cercanos (Bandura, 1987; Denzin, 1991; Friedman, 1994; Giddens, 1991; Kellner, 1992). En otras palabras, sin olvidar los grupos primarios de

referencia, se puede afirmar que los medios *"van asumiendo progresivamente un papel predominante como fuentes de representaciones colectivas a propósito del entorno social"* (Martín Serrano, 1986:137).

Paralelamente, a través de los medios de comunicación se accede a grupos de población distintos, con los que no todas las personas tienen contacto cotidiano, incluso a veces, constituyen el único elemento de relación entre grupos distantes, ya sea en la distancia social o geográfica. El estudio de las distintas minorías étnicas y de población, cuya imagen se ha investigado a través de los medios, revela, en general, una ausencia remarcable o una frecuencia menor a su presencia social real. En televisión, las primeras representaciones fueron parodias y estereotipos de estas minorías, con el peligro inherente a los estereotipos que impiden ver los matices de las representaciones y el reconocimiento social de una categoría. No obstante, la tendencia general ha ido hacia la normalización de los distintos grupos con una presencia diversificada en distintos roles (Harris, 1994).

Las imágenes y representaciones que unos grupos tienen de otros influyen profundamente en la interacción ya que en *"los procesos de identificación de estos nuevos sujetos colectivos, las imágenes, los estereotipos y prejuicios juegan un papel clave en la orientación de los comportamientos tanto de los propios individuos como hacia los otros"* (Fundación La Caixa, 1994:128).

Los medios se han utilizado para dar a conocer modelos de comportamiento que se quieren divulgar sobre grupos concretos de población o sobre conductas que se desean desarrollar. Autores distintos así lo han entendido y han llevado a cabo investigaciones sobre la relación entre colectivos de población y los medios de comunicación.

En esta línea, Attwood (1993) recoge un interesante análisis longitudinal sobre la evolución del papel de la mujer en la Unión Soviética ofrecida por los medios, desde la revolución de 1917 hasta la perestroika. Durante la primera época bolchevique se emplearon modelos de mujeres fuertes y trabajadoras, especialmente dedicadas a labores manuales, para propagar las características que debía tener la nueva ciudadana soviética. De forma que el cine sirvió para propagar tipos de mujeres políticamente correctos, adaptados a la difícil situación que vivía la Unión Soviética. Desde entonces, el modelo fue evolucionando

adaptándose a los sucesivos cambios de la sociedad rusa, incluyéndose, poco a poco, los aspectos negativos necesarios para ofrecer una imagen real, diferente a la idealización propia de las primeras épocas del cine soviético.

El caso de las mujeres es relevante porque, aunque constituyen la mitad de la humanidad, su presencia ha sido reducida en los medios. En los años 70 se iniciaron análisis de contenido a partir de la frecuencia de aparición y el estudio de los roles sociales interpretados por los personajes femeninos (Harris, 1994). Algunos estudios realizan análisis longitudinales (Attwoord, 1993; Roig, 1989), aunque la mayor parte de los estudios se han llevado a cabo desde una perspectiva feminista crítica con la situación que padecen las mujeres (Brown, 1991; Creedon, 1989; Stevenson, 1995).

Las personas con discapacidad constituyen otro colectivo que han aparecido en los medios de comunicación para mostrar al resto de la población las conductas apropiadas que favorecen la integración social, modificando la percepción de la discapacidad por parte del público (Duncan, 1992; Instituto Nacional de Servicios Sociales, 1991c, 1992).

Respecto al colectivo de personas mayores, la sensibilización ha sido uno de los objetivos principales de las políticas desarrolladas por la Comunidad Europea en el *Año Europeo de las Personas Mayores y de la Solidaridad Intergeneracional*, dedicándose a la información alrededor de un millón de ECU, casi el 15% del presupuesto previsto (Jamieson, 1994). No obstante, la opinión general de los europeos de todas las edades es que los medios de comunicación no tratan adecuadamente a las personas mayores; los porcentajes son mayores en Italia, Francia, y Bélgica (CCE, 1993).

Los trabajos que estudian la imagen de la gente mayor son muy escasos y las representaciones suelen ser distintas según los diferentes medios. En general, los autores coinciden en señalar que la frecuencia de aparición es menor a su representación demográfica (Bell, 1992; Fernández Pombo, 1991; Instituto Nacional de Servicios Sociales, 1991a; Lara, 1991; Maddox, 1987; Torre Cervigón, 1991; Paillat, 1994; Torrijos, 1989). Las mujeres mayores aparecen en menos ocasiones que los hombres, ya que se buscan imágenes femeninas basadas en el atractivo físico asociado con la edad, mientras que el atractivo de los hombres también radica en el poder (Bell, 1992; Maddox, 1987).

Los estudios sobre los personajes concluyen que, en general, las imágenes de los mayores en los medios de comunicación han sido negativas y reduccionistas (Harris, 1994). Se enfrentan a dos estereotipos, en apariencia antagónicos:

- Una imagen totalmente positiva, la persona mayor como alegoría de la tradición y lo auténtico. Representan gente que conoce el valor de la calidad tanto en el trabajo como en la familia y el mundo social. En la esfera privada se suelen asociar a un tipo de relación donde predomina la comprensión, la ternura, el respeto y la hospitalidad.
- Una imagen negativa, basada en los estereotipos de persona mayor aislada, con falta de medios económicos y en malas condiciones de salud, física y mental. Estos personajes suelen tener mal carácter y se caracterizan por sus quejas continuas. Se suele utilizar su caricatura para escenificar personajes cómicos que aparecen realizando actividades triviales como jugar al bingo o criticando con los vecinos. Físicamente suelen representarse como personas poco atractivas.

En los últimos años ha aparecido un tercer modelo de persona mayor, asociado con los grupos de edad más jóvenes entre los mayores que muestran pocos estereotipos tradicionales. Este prototipo no suele presentar signos de enfermedades, ni las consecuencias lógicas del paso del tiempo, manteniendo su vigor y su forma física (Bell, 1992; Davis y Davis, 1986; Harris y Feinberg, 1977). Pero, incluso en estos casos que tienen una imagen positiva, se suelen presentar una selección restringida de roles para las personas mayores. Generalmente, se encuentran en relación con la familia, a menudo como abuelos y, a veces, desempeñando un rol complementario con sus hijos adultos. Aunque, en ocasiones, también aparecen en la esfera laboral como ejecutivos o profesionales veteranos (Harris, 1994).

En los programas de ficción, los medios de comunicación estatales tienden a representar personas mayores activas y con proyectos de futuro. La revisión de las principales obras de literatura y cine muestran dos tipos de conductas, la huida de la vejez imitando modelos juveniles y la aceptación de la edad pero con espíritu de juvenil (Instituto de Servicios Sociales, 1991b).

Respecto a la prensa, los periodistas comentan que hay un cierto desapego respecto a estos asuntos, aunque los periódicos de provincias le dedican más interés. Los motivos de aparición suelen estar relacionados con temas sociales o de salud (residencias, asistencia sanitaria y social, desequilibrio demográfico...) que son tratados con un procedimiento tendente a la conmiseración y al temor. Por otro lado, los profesionales de la información se quejan de la falta de medios y coordinación entre los principales organismos implicados en temas de las personas mayores y los medios de comunicación (Instituto de Servicios Sociales, 1991b). Cuando las personas mayores son noticia de prensa, el tratamiento suele ser dual, representando los dos estereotipos anteriormente mencionados. Bien se hace hincapié en aspectos negativos o solamente se señalan características positivas. Por otra parte, Fernández Pombo (1991) señala que estas noticias no hacen justicia a las capacidades de los mayores ya que se suele dar un error histórico ponderando exageradamente el talante liberal de los mismos, como si actitudes de esta índole sólo fueran propias de jóvenes.

Esta tesis doctoral ha recogido esta problemática y ha centrado la investigación sobre modelos de las personas mayores en los medios de comunicación en los siguientes objetivos específicos:

- Estudiar teórica y prácticamente el cambio social generacional provocado por el envejecimiento de la población, que entraña el desarrollo de nuevas etapas del ciclo de vida con las consiguientes pérdidas y recreaciones de identidades.
- Poner en evidencia el papel de los medios de comunicación como transmisores de modelos de comportamiento.
- Analizar los modelos de representación social de las personas mayores, concretamente del colectivo mayor de sesenta años, a partir de un análisis de contenido de prensa y televisión.

El primer capítulo, *La vejez como construcción social*, comprende la revisión y delimitación de tres conceptos básicos para el desarrollo del estudio de la vejez: el ciclo de vida, la generación y el estudio de la jubilación como convención social de entrada en la vejez.

Ciclo de vida y generación suponen dos elementos complementarios a la hora de comprender a las personas mayores.

El paso de la jubilación como rito de entrada en la vejez también es comentado ya que, considero que la fecha legal de jubilación supone una convención social que permite acceder a una serie de beneficios y obligaciones impuestos por el exterior pero, dada la flexibilidad del mercado laboral y, a pesar de que las circunstancias económicas han favorecido la entrada en la edad de jubilación más joven, las buenas condiciones físicas del colectivo de personas mayores y el cambio de la situación económica, relacionado con el incremento de las pensiones, ha replanteado este momento.

El capítulo segundo, *Razones que afectan a la aparición una nueva etapa en el ciclo de vida*, recoge diferentes teorías y autores que han estudiado las características de este momento de la vida, especialmente desde la perspectiva de la sociología y la psicología. En estas circunstancias, los investigadores coinciden en comprobar la incidencia del alargamiento de la esperanza de vida que repercute en un mayor estudio de las últimas etapas del ciclo de vida, asimismo los autores convienen en señalar cómo alrededor de los sesenta años, las personas deben afrontar una modificación en su situación laboral (jubilación) o familiar (nido vacío) que exige desarrollar unas estrategias para la adaptación personal (Serra Desfilis, Dato Muelas y Leal Casas, 1988). Sin embargo, no hay unanimidad a la hora de aceptar en qué momento se produce el paso de una etapa a otra.

Este capítulo finaliza con un repaso de los cambios demográficos relacionados con la evolución del ciclo de vida, el alargamiento de la esperanza media de vida y el cambio en la pirámide de población, y su repercusión en el conjunto de la población. El apartado final recoge un análisis empírico llevado a cabo a partir de una reelaboración de los datos de la *Encuesta de Tercera Edad* elaborada por el Centro de Investigación sobre la Realidad Social (1992a). Con objeto de conocer las respuestas del grupo de edad estudiado, personas con edades comprendidas entre 60 y 70 años, se han reagrupado a los individuos mayores de 55 años en tres grupos, de 55 a 60 años, 60 a 70 años y 70 años y más. De esta forma, sus contestaciones se comparan con los grupos de edad cercanos y se puede apreciar las diferencias en las opiniones y creencias de este colectivo.

El capítulo tercero, *Una generación en busca de una identidad propia*, describe la situación de una generación que ha accedido a una etapa del ciclo de vida para la que no se le había preparado con anterioridad y que se ha amoldado a las nuevas circunstancias transformando sus pautas de comportamiento. La descripción se lleva a cabo a partir de cuatro aspectos diferentes:

- Las relaciones familiares. La aparición de las familias multigeneracionales contribuye a la profunda mutación de la familia que marca el final del siglo XIX. Attias-Donfut (1986) señala que el grupo familiar se transforma en su dimensión genealógica así como en su dimensión de alianza entre las generaciones que conviven. Se analizan las relaciones intergeneracionales y la convivencia con los grupos más jóvenes, especialmente los nietos. Este parentesco es importante para los mayores porque les concede responsabilidades y el ejercicio de un rol complementario que compensa la salida del mercado laboral.
- La situación económica. La idea extendida de que los mayores perciben rentas muy bajas es en muchos casos motivo de preocupación, que se ha traducido en un olvido de este sector de población por los profesionales del marketing. Sin embargo, no son un grupo homogéneo, pueden cobrar pensiones importantes y su poder adquisitivo puede ser alto porque en la mayor parte de los casos no tiene cargas fijas (Grande, 1993).
- La situación sanitaria. Es frecuente considerar a este segmento como un grupo con problemas de deterioro físico y mental. No obstante, en la época actual las dolencias que aquejan a este colectivo no impiden a la mayoría llevar una vida normalizada (Instituto de Servicios Sociales, 1990; Gobierno Vasco, 1995).
- El estilo de ocio activo. Respecto a las pautas de comportamientos diferentes e innovadoras se han destacado cuatro tipos de conductas que han abierto cauces de participación en diferentes sectores poco conocidos por este grupo. Aunque las estadísticas muestran que estas actividades son más representativas de otros grupos de edad, un análisis en profundidad de los datos muestra el crecimiento sostenido

que su práctica ha tenido en el colectivo de personas mayores: las actividades educativas: las actividades educativas, el turismo, el deporte y el voluntariado social.

- El miedo a envejecer. La pérdida del control corporal se asocia a la pérdida de las capacidades y el estatus, elementos de importancia para una integración social. En este apartado se analiza el auge de una apariencia juvenil que obliga al cuidado del cuerpo y de la capacidades físicas.

El capítulo tercero finaliza con un apartado dedicado a la identidad, en el que se aborda el proceso general de formación de la misma, sus elementos principales y la influencia que los cambios del ciclo de vida tienen en la evolución de las personas mayores.

El capítulo cuarto, *Los modelos sociales y los medios de comunicación*, está dedicado a los medios de comunicación. Entre las diversas teorías de los medios de comunicación se parte de la teoría de la interrelación entre medios de comunicación y vida real para analizar la relación entre ambos. En síntesis se considera que si bien los medios afectan a la audiencia, el público también constituye un elemento activo cuyos intereses y necesidades intervienen en la propia definición de noticia (Fernández Arenal, 1992). Los medios están pendientes de la respuestas de la audiencia y organizan su producción en función de ella, adaptando sus contenidos a los intereses de una ciudadanía que requiere nuevas perspectivas y marcos de referencia para comprender los rápidos cambios actuales (Stevenson, 1995).

Los restantes capítulos se dedican a la parte empírica de la tesis doctoral. En el capítulo quinto, *El diseño de la investigación y de los instrumentos del análisis*, se explica el sistema de recogida de datos proveniente de los medios de comunicación de masas y el sistema de protocolos elaborados para el análisis de contenido de los medios seleccionados: revistas, y suplementos dominicales de periódicos de más audiencia, y grabaciones de televisión en las cuatro cadenas nacionales, realizadas durante la franja horaria de mayor índice de audiencia. La recogida de la muestra tuvo lugar durante el año natural, Abril 1992 Marzo 1993.

El capítulo sexto, *La representación de las personas mayores en los medios de comunicación*, se presentan los resultados del análisis de contenido diferencialmente según el medio de comunicación: noticias de revistas, entrevistas de suplementos dominicales y presentadores y personajes de continuidad en series televisivas. Para concluir, el capítulo séptimo, *Discusión: un modelo de personas mayores en los medios de comunicación*, se recoge una síntesis de las principales características de los personajes analizados, estructuradas en un modelo general, con algunas variantes, representado en los medios analizados, para terminar con un comentario a dicho modelo.

Si bien los estudios anteriores informaban de la tendencia a presentar un tipo de persona mayor diferente a los dos estereotipos clásicos de la vejez, positivo y negativo, los resultados apuntan a una evolución significativa en esta línea. El tipo de muestra recogida, que excluye noticias de periódicos y televisión, afecta a estas conclusiones. No obstante, debido a la exhaustividad de la muestra, las consecuencias que se pueden desprender de estos resultados aportan una visión general sobre las representaciones de las personas mayores en los medios de comunicación.

En cuanto al procedimiento seguido en la elaboración de la tesis, la revisión bibliográfica se inició en la Universidad Libre de Bruselas durante la realización de la tesina *Les relations travail loisir*, presentada en 1991. Posteriormente se completó en la Universidad de Deusto y, durante el verano de 1993, en las bibliotecas de la Universidad de Oxford. La consulta bibliográfica se ha centrado en los primeros años como tarea específica, aunque se ha prolongado hasta la finalización del estudio. El periodo comprendido entre 1992 y 1995 ha sido empleado en el estudio de los distintas nociones que se han desarrollado en la tesis. En el año 1995 se llevó a cabo la elaboración de instrumento de análisis.

Finalmente, espero que las aportaciones de esta investigación sirvan para la reflexión sobre un sector de población muy cercano, tanto en el transcurso de nuestras relaciones cotidianas como, imprescindiblemente, en el recorrido de la vida personal.

Bilbao, Abril de 1996

***CAPITULO 1. LA VEJEZ COMO
CONSTRUCCION SOCIAL***

El proceso de desarrollo se caracteriza por su ambigüedad y heterogeneidad, provocando una disparidad de criterios que da lugar a diferentes modelos de periodización de las edades. Respecto a la vejez, el proceso es similar, se suele hablar de ella como si fuese una experiencia universal, sin embargo una revisión histórica muestra una notable elasticidad. Generalmente se considera la ancianidad como el periodo comprendido desde que una persona deja su trabajo hasta que pierde la autonomía (Erikson, 1982; Newman y Newman, 1987; Sánchez Vera, 1993), aunque como afirma Bandera (1993:101) es un término impreciso ya que *"ser viejo supone un proceso de aprendizaje o, con más propiedad, un proceso de socialización"*. El aumento de la esperanza de vida y la mejores condiciones físicas ponen de manifiesto la necesidad de revisión de una etapa que todavía, en general, se caracteriza por sus estereotipos negativos puesto que, *"a partir de los sesenta años, la vida ha sido considerada mera supervivencia"* (Aranguren, 1992:21).

Si ser anciano es un hecho social, un producto cultural de la historia, hablar de edades significa referirse, al menos, a cinco criterios de clasificación según se considere la edad biológica, la edad cronológica, la edad social, la edad psicológica y la edad funcional. Según Narciso Saez Narro (1985:26) *"la edad biológica puede ser definida como una estimación de la posición presente del individuo respecto a su duración de vida potencial. Presumiblemente la medición de la edad biológica, se acompañaría con medidas de las capacidades funcionales de los sistemas orgánicos vitales limitadores de la vida... la edad psicológica se refiere a las capacidades adaptativas de los individuos, esto es, con que facilidad pueden adaptarse a las demandas cambiantes del ambiente en comparación con el término medio. El concepto de edad funcional está relacionado de manera estrecha con el de edad psicológica y la capacidad de adaptación del mecanismo funcional de una sociedad dada. El concepto de edad funcional necesita perfilarse más como consorcio, como herramienta experimental y de aplicación antes de ser plenamente aceptada. La edad social se refiere a los roles y hábitos sociales de un individuo con respecto a otros miembros de la sociedad"*.

Desde una perspectiva sociológica o antropológica, el significado de la edad cronológica es una función directa de la definición social o del tiempo social puesto que éste se refiere a la dimensión que subyace al sistema de clasificación de la edad. El concepto de tiempo histórico completa la comprensión de los distintos factores determinantes del concepto edad, en cuanto que moldea el sistema social e influye directamente en el curso de la vida de los individuos, a través de una serie de acontecimientos políticos, económicos y sociales. Attias-Donfut (1994:54) apunta este proceso cuando explica la identificación de la edad de jubilación con la vejez a partir de un criterio legal: *"el envejecimiento demográfico se mide actualmente por la relación del número de las personas de más de 60 años al del conjunto de la población. Es un criterio utilizado a escala mundial. Hace apenas veinte años el umbral de la edad que se apuntaba con mayor frecuencia no era el de sesenta años, sino el de sesenta y cinco. ¿Por qué ha sido rebajado cuando la esperanza de vida ha progresado casi en todas partes? El criterio de envejecimiento no es en realidad sino el de la jubilación. Teniendo en cuenta que la edad de jubilación ha sido rebajada en las sociedades desarrolladas, el indicador del "envejecimiento" ha hecho lo mismo. Este mismo indicador es el origen de las comparaciones históricas, así como de las comparaciones entre países. Pero ¿acaso se está comparando algo que es comparable?"*.

La expresión tercera edad se acuñó para designar la etapa de edad avanzada. Sin embargo, actualmente estamos asistiendo a una fragmentación entre la tercera edad que designa a personas que ofrecen la imagen de un envejecimiento saludable y la cuarta edad para caracterizar aquellos que frecuentemente sufren pérdidas generalizadas en todos los sentidos - salud, familia, futuro y roles apreciados- (Stoller y Gibson, 1994). Debido a la heterogeneidad y diversidad de la población mayor, no tiene mucho sentido hablar de tercera edad, sino más bien distinguir dentro de la generación de las personas mayores dos grandes grupos de edad. El primero tiende a sufrir dificultades económicas y ser sujeto de enfermedades crónicas, mientras que el segundo grupo tiende a estar lo suficientemente bien tanto física como financieramente (Moody, 1994). Este último se refiere a personas activas y saludables que mantienen los roles y la imagen más cercana a la de la mediana edad que a la tradicional tercera edad. En 1993, coincidiendo con el *Año Europeo de la Solidaridad Intergeneracional*, se llevó a cabo una investigación transnacional sobre las relaciones

intergeneracionales entre adolescentes y mayores. En las conclusiones del estudio, desarrollado conjuntamente en varios países europeos, se llegaba a una conclusión similar: "A medida que se amplía por abajo y por arriba la generación de los mayores se hace más difícil tratarlos desde un único punto de vista generacional. Los procesos de socialización, las capacidades personales y el estatus social y económico de las personas entre 50-55/65-70 años poco tiene que ver con los de los que sobrepasan los 75-80 años. Es decir, se está asistiendo a la constitución de una nueva generación entre los 50-55/65-70 años, que nada tiene que ver con la categoría de "ancianos", "tercera edad", "viejos", y que aunque muchos de ellos responderán al concepto de abuelos, esta condición no será tan definitiva como lo ha sido hasta ahora. Provisionalmente podría asociarse esta generación a la imagen de las personas mayores" (Fundación La Caixa, 1994:128).

Desde la perspectiva de los ciclos de vida se habla de la aparición de un periodo nuevo en el ciclo de vida favorecido por un conjunto de circunstancias económicas, sociales y demográficas. Esta etapa está recibiendo diversas denominaciones: tercera edad versus cuarta edad, *old-young* (en los países anglosajones), *nouvel âge* (Gauillier, 1988), *maturescence* (Attias-Donfut, 1988)... Se trata de un periodo situado entre la edad adulta y el inicio de la vejez, compuesta por personas que gozan, en su conjunto, de mejores recursos económicos y de salud que sus predecesores, de un grupo que se puede denominar pre-mayores o, incluso personas en un periodo de transición (Bytheway, Keil, Allat y Bryman, 1990:1). La sociedad distingue entre este grupo y el clásico de la tercera edad que ha pasado a ser considerado de la cuarta edad, en palabras de Xavier Gauillier (1988) se ha inventado "*un individuo de edad avanzada pero no viejo*" que, más tarde, se convertirá en un ciudadano de edad avanzada y viejo a la vez.

La aparición de este nuevo ciclo comporta un reto para los componentes del grupo, puesto que los comportamientos adecuados a esta etapa no han sido anticipados y, por tanto, no han podido ser aprendidos con anterioridad. La proyección de futuro de los roles de estas personas no corresponden con la realidad ya que actualmente la sociedad impone la dictadura de lo joven (Bandera, 1993).

En esta investigación, que se centra en el estudio del grupo de edad más joven entre la tercera edad, se estima que estas personas a las que se les denomina *personas mayores* tienen unas edades comprendidas entre los sesenta y setenta años. Además, se considera que las personas que han llegado a esta etapa pertenecen a una misma generación y, por lo tanto, comparten una serie de vivencias históricas comunes.

Al analizar las características de este grupo, se puede observar que sus integrantes rechazan su identificación con la tercera edad puesto que consideran que esta etapa es posterior a su edad cronológica. La vejez es una categoría o nombre social que se ha identificado con la palabra *mutil* (Bandera, 1993). Entre la gente mayor el empleo de la palabra *"viejo"* no se refiere a ninguna etapa particular del calendario sino a un estado de decrepitud y debilidad. La gente internaliza una imagen de los roles apropiados a cada etapa del ciclo de vida y se sorprenden cuando se dan cuenta de lo poco que esa idea encaja con sus propias experiencias y sentimientos. De manera que los mayores no reniegan de su edad sino de un estereotipo de incapacidad y senilidad avanzada en el que no se reconocen ni ellos mismos ni a sus propios iguales (Ginn y Arber, 1993:63). Se da la circunstancia de que debido al aumento de la esperanza de vida, conviven con una generación anterior de más edad, y que, por tanto, este colectivo de personas más mayores sería al que, tradicionalmente, se ha considerado como tercera edad. El rechazo de la imagen de la tercera edad y la carencia de unas pautas establecidas de conducta, así como de unos modelos válidos (Muchnick, 1984), conlleva la búsqueda de una identidad propia que les haga diferentes de las generaciones anteriores y posteriores, con respecto a las cuales se definen.

En este primer capítulo se analizan tres conceptos interrelacionados con el proceso de envejecimiento: ciclos de vida, generación y jubilación. Las nociones de generación y ciclos de vida ofrecen un modelo explicativo sobre el proceso de cambio y transformación de las edades, mientras que tradicionalmente la jubilación sirve de punto de referencia para estructurar la población de la tercera edad. En este caso, es especialmente relevante su relación con el proceso de transición hacia las últimas etapas del ciclo de vida.

El concepto *ciclo de vida* evoca una sucesión de etapas concatenadas cada una de ellas con unas características determinadas, a las que los individuos aprenden a adjudicar un

conjunto de conductas consideradas socialmente apropiadas. La organización más simple del ciclo de vida se dividía en dos periodos: infancia y madurez. Cuando las sociedades evolucionan y se hacen más complejas tienden a desarrollar un mayor número de etapas (Moody, 1994:348). La teoría de la estratificación por edades presupone que las distintas edades se refieren a los roles y estatus que se le asignan a la gente según su edad cronológica (Cole, van Tassel y Kastembaum, 1992; Fericgla, 1992; Peace, 1990; Streib y Bourg, 1984). En un proceso complementario, los ciudadanos asumen los roles adjudicados y se identifican con los personajes que desempeñan las conductas apropiadas a la edad correspondiente. Desde la perspectiva del ciclo de vida, las personas tienden a definirse, al menos parcialmente, en función de la etapa que atraviesan. Si se estudian distintas culturas o se examina retrospectivamente la historia se puede constatar que la evaluación subjetiva de la edad depende del reconocimiento de amplias normas que cambian con el tiempo, por ejemplo el inicio de la vejez o el final de la infancia se han fijado de manera distinta en distintos periodos históricos y en distintas culturas.

El proceso de identificación con las edades tiene lugar a través de acontecimientos relevantes o etapas de transición que marcan la vida de los individuos que los atraviesan (graduación, acceso al mercado de trabajo, matrimonio, etc.). De manera que las personas tienen distintas expectativas acerca del momento adecuado para atravesar cada etapa o vivir un hecho concreto, en función de la cultura a la que pertenezcan. El ciclo de vida tiene un componente personal, pero simultáneamente el individuo se encuentra integrado en un colectivo que le permite interpretar los actos sociales y adjudicarles el sentido apropiado. Por ejemplo, la edad adecuada para el matrimonio varía mucho si se comparan culturas tan distintas como la occidental o la hindú.

Por otra parte, el concepto generación resulta especialmente importante en el sentido que proporciona un grupo de referencia al individuo y, a la vez, permite una mejor comprensión de su situación puesto que las personas siguen, en un grado u otro, modelos sociales establecidos. Además, el estudio de generaciones puede ayudar a establecer un contexto explicativo de la evolución y el cambio social (Fundación la Caixa, 1994: 19). Se ha optado por este concepto en lugar de cohorte ya que se considera que el colectivo estudiado

comparte, además de su edad cronológica, una serie de experiencias comunes que le permite participar de las misma problemática e inquietudes.

La jubilación suele establecerse como criterio para considerar al segmento de personas mayores. A pesar de que su edad legal, habitualmente, no viene determinada por criterios biológicos sino de política económica. En el apartado tercero se explica la flexibilidad de un acontecimiento cuyo inicio se acomoda a las necesidades individuales y de mercado. Las creencias sobre el segmento de población que corresponde con la fuerza de trabajo han variado considerablemente. En el siglo XIX todos los varones mayores de 12 años hasta su imposibilidad física eran considerados trabajadores potenciales, así como las mujeres hasta su matrimonio. Las leyes que protegían a la infancia y las necesidades educativas aumentaron progresivamente la edad de entrada en el mercado laboral, mientras las pensiones determinaron su finalización a los 65 años, edad que se adecuaba a las capacidades físicas de la mayoría de la población en aquellos momentos. Tras la Segunda Guerra Mundial tuvo lugar, a nivel mundial, una incorporación de la mujer al mercado de trabajo y una reducción de la edad de jubilación que, para muchos mayores, se adelantó a los 62 ó 60 años. Este pequeño recorrido por la historia de los jubilados sugiere que las ideas acerca de la población que debe incluirse en el mercado de trabajo son bastantes maleables, responden a fuerzas que pueden ser identificadas a posteriori.

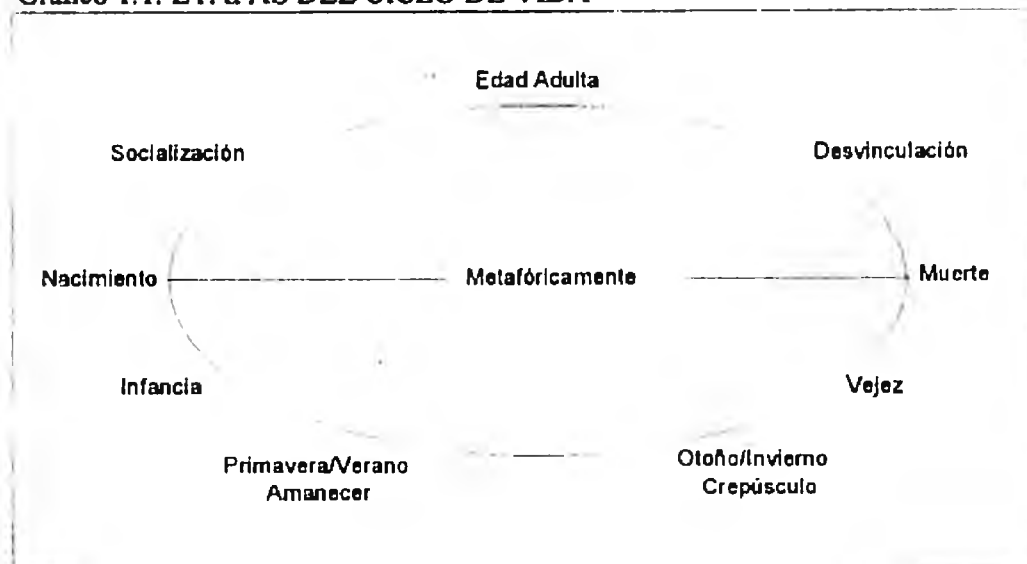
1.1. EL CONCEPTO DE CICLO DE VIDA

Se suele considerar que la vida transcurre en una sucesión de fases concatenadas por unos ritos de paso entre etapas, de manera que cada intervalo de tiempo corresponde a una edad biológica determinada. Esta noción, heredada de la mitología, evoca el renacer idéntico de la vida en generaciones sucesivas, similar al de las distintas especies, a la vez que implica la aceptación de ciertas consideraciones biológicas acerca de la naturaleza humana (Featherstone, 1987).

Desde la Antigüedad se ha pretendido agrupar las edades de la vida en estadios estructurados de manera lineal, desde el nacimiento a la muerte, como un proceso cíclico. Tradicionalmente, se suele representar una imagen elíptica propia de un lenguaje metafórico

que enfatiza el lugar central, correspondiente a la edad adulta, en contraste con las posiciones periféricas de la infancia y la vejez. Esta imagen acompaña a las ideologías particulares de la literatura psicológica y gerontológica acerca de la infancia y tercera edad. Por ejemplo, el proceso de socialización se ve como una curva ascendente hacia la vejez seguida de una etapa de desvinculación (Hockey y James, 1993:29)

Gráfico 1.1: ETAPAS DEL CICLO DE VIDA



Fuente: Hockey y James (1994:29)

Se hace patente el empeño, nunca logrado definitivamente, de parcelar el curso del vivir en periodos de duración estable. Aunque la dificultad de dicho intento es evidente, dado que, como señala Sánchez Granjel (1991:17) *"tal pretensión es en su raíz artificiosa, pues la vida es una sucesión de momentos encadenados entre hitos del nacimiento, o si se prefiere de la generación, y la muerte, donde todo se estructura bajo influjos provenientes de sucesos antecedentes y cada situación genera influencias, en medida desde luego variable, en las que han de sucederle"*.

En cada civilización, se han enunciado distintas teorías sobre cuantas edades tiene el hombre. Así, por ejemplo, en latín había siete edades que al ser traducidas al francés se reducían a tres: infancia, juventud y vejez (Ariès, 1987:46). San Isidoro de Sevilla dividía la vida en siete edades. La infancia y juventud ocupaban las cuatro primeras, la edad adulta iba de los 35 a los 45 años; le seguía la senectud y finalmente la ancianidad, a partir de los 65 años, en la cual *"el cuerpo se encoge, la mente también y se empieza a chochar"* (Alba,

1992:48). Durante la Edad Media, las edades de la vida ocuparon un espacio considerable en los tratados seudocientíficos donde se relacionaban con la astrología, puesto que evocaban el vínculo que unía el destino del hombre al de los planetas. En esta época, la imagen de múltiples etapas de vida se equilibró con la metáfora que identificaba la vida como un viaje, una peregrinación espiritual, comprendida desde una perspectiva de evolución del espíritu. A partir del ciclo de la naturaleza, el ciclo de vida humano fue dotado de un significado trascendente (Moody, 1994:350). En el Renacimiento, la concepción del ciclo de vida evolucionó hacia una forma mucho más acorde con el pensamiento moderno que atribuye distintos roles a las diversas etapas. En aquel momento las metáforas teatrales reemplazaron al lenguaje medieval enraizado en la comprensión cósmica del mundo o del viaje espiritual. La idea tradicional del ciclo o círculo que se completaba también varió y se transformó en una nueva imagen: el ascenso y bajada de una escalera, en la que la edad media ocupaba la cima o el poder. Esta representación promovía la idea de la vida como una carrera en la que los individuos podían ejercer un control sobre su biografía posterior, por ejemplo a través de su educación, el cuidado de su salud o el capital ahorrado (Moody, 1994:351). A partir de los siglos XVII y XVIII los periodos se hicieron más cercanos a los actuales, con la aparición de la infancia como una etapa independiente (Ariès, 1984). Finalmente, en el siglo XX con el establecimiento de la jubilación, se reforzó la vejez como una fase distinta del ciclo de vida.

Aunque los autores no se llegan a poner de acuerdo sobre el número y las características de los estadios, ha habido una constancia histórica en elaborar distintas teorías acerca de la estructuración de la vida en las distintas etapas sucesivas. Bandura y Walters (1974:36) justifican su aceptación ya que suministran explicaciones de la conducta socialmente aceptada y de otras conductas desviadas. Ariès (1987) explica como la popularidad de las edades de la vida hizo de este tema uno de los más frecuentes de la iconografía popular representado desde los capiteles medievales hasta los grabados de carácter popular o las escaleras de las edades. Tradicionalmente, en las láminas con dibujos de los distintos estadios figuraban personas que representaban las edades yuxtapuestas, por lo general a lo largo de peldaños ascendentes y descendentes. *“Las láminas clavadas en las paredes, al lado de los almanaques, entre los objetos familiares, mantenían la idea de una vida segmentada en etapas bien marcadas, que correspondían a formas de actividad, tipos*

físicas, funciones, formas de vestirse. La periodización de la vida tenía la misma estabilidad que el ciclo de la naturaleza o la organización de la sociedad. A pesar de la evocación repentina del envejecimiento y de la muerte, las edades de la vida siguen siendo bosquejos pintorescos y bonachones, siluetas de carácter un poco humorístico" (Ariès, 1987:38)

Durante el periodo histórico de la sociedad industrial, se popularizó el modelo de un ciclo vital dividido en tres etapas específicas y precisas: infancia/juventud, la vida adulta y vejez. Cada etapa tenía sus características, algunas valoradas positivamente y otras negativamente, pero esta triada constituía un marco de referencia bien aceptado, tanto a nivel individual como social. Diversos tiempos sociales correspondían a cada una de las etapas: juventud/formación, madurez/trabajo y vejez/jubilación, se iban alternando de manera progresiva durante generaciones. El ciclo de vida centrado en el trabajo, su preparación y el descanso ganado cuando la edad lo requería, permitía un concepto de tiempo continuo, lineal y progresivo, con comportamientos y valores que premiaban la estabilidad y el compromiso a largo plazo (Gauillier, 1990). Sin embargo, actualmente una serie de variables demográficas, sociales y culturales han favorecido el que las edades sean móviles y los tiempos flexibles. Por ejemplo, el alargamiento del periodo formativo conlleva una ampliación de la etapa de la juventud; además la necesidad de reciclaje ha supuesto que la formación se convierta en formación permanente; la jubilación temprana y el alargamiento del periodo escolar concentran el tiempo de trabajo en un periodo más corto de la vida... Todas las etapas han sido objeto de transformaciones sucesivas. Especialmente la juventud y la vejez, han sufrido profundos cambios que, a su vez, han modificado los anteriores esquemas explicativos.

Buchmann (1989:43) define el ciclo de vida como una secuencia de eventos, posiciones y roles, institucionalizados (y por tanto, bien estructurados) que modela la progresión individual en el tiempo y el espacio social. Sin embargo, otros autores como Giddens (1991) enfatizan la libertad individual y la posible elección de múltiples estilos de vida que, en cierta medida, desinstitucionalizan el transcurrir de los estadios así como su duración. Al poner el acento en la libertad de elección de los individuos, se tiende a considerar que el ciclo de vida consta de una serie de pasos no institucionalizados, aunque se pueden acompañar de ritos formalizados.

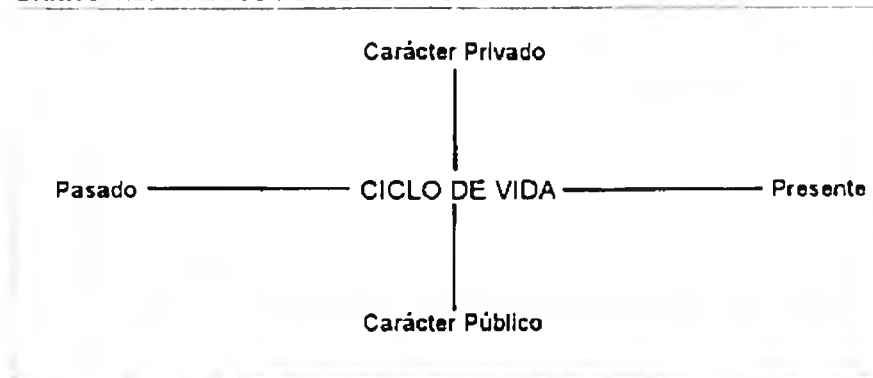
Tamara Hareven (1982a:9) señala que el concepto ciclo de vida asume que la experiencia social está influida no sólo por las condiciones contemporáneas de cada momento, sino también por condiciones previas a la etapa en cuestión. Es decir, cada etapa está influida por los acontecimientos y vivencias pasados recogidos y asimilados por un substrato estable de la personalidad que, según la psicología evolutiva, tiene un periodo de asentamiento muy importante durante la juventud. A la doble vertiente del pasado y del presente, Buchmann (1989:17) añade una nueva dimensión al introducir la aportación del Estado como regulador de la vida pública y, por ende, normalizador de los ciclos de vida a los que transforma en una estructura racionalizada y estandarizada. De esta manera, el ciclo de vida estaría compuesto por una estructural dual, privada y pública, fuertemente marcada por las cuatro características principales derivadas de su institucionalización:

1. La progresión individual en tiempo y espacios sociales depende de un conjunto de normas formales. Dichas normas establecen el acceso y la secuencia de los roles, la relación entre las obligaciones y derechos, etc.
2. La organización social de la vida sigue la lógica de la intervención estatal basada en leyes formales.
3. La regulación estatal del ciclo de vida transforma aspectos de la vida en acontecimientos institucionalizados y etapas de vida oficialmente instauradas. Muchas organizaciones asumen una regulación cronológica basada en la edad biológica de los ciudadanos, por ejemplo el sistema educativo, los planes de jubilación, la ley penal o las leyes de derechos políticos.
4. Por otro lado y de manera contradictoria, los ciclos de vida dependen menos de la tradición y son, por tanto, más susceptibles de orientarse según acciones individuales.

El ciclo vital implica un paso de un estadio a otro acompañado de cambios biológicos y psicológicos. Además, en el transcurso de esta sucesión de etapas, la sociedad actúa como proceso regulador y el Estado asume funciones diferenciadoras e integradoras al construir un ciclo de vida público. Es decir, se puede constituir el ciclo de vida sobre un eje

de coordenadas con una línea horizontal, donde el pasado influye en el presente, y otra línea vertical, que incluye la doble interacción de la dimensión pública y la dimensión privada del individuo.

Gráfico 1.2: CARACTER DEL CICLO DE VIDA



Fuente: Elaboración propia

La aplicación de categorías de tiempo a la población, que corresponden a criterios administrativos, ha hecho de la edad un criterio de estratificación social muy importante (Riesco, 1993:114). En las sociedades modernas el ciclo de vida es algo más que la suma de una serie de elecciones individuales puesto que constituye un constructo con profundas raíces culturales, lo cual no quiere decir que sea estático u homogéneo. La relación entre la gente y las actividades y los logros de su ciclo de vida no es siempre una relación casual implícita en las teorías de acción-decisión, sino más bien, se puede deducir que las acciones humanas implican un conjunto de decisiones derivadas de las normas culturales, que gobiernan tanto la organización social como las interacciones del individualismo moderno. Por lo tanto, en este sentido se puede concluir que los preceptos culturales implícitos en el sistema del ciclo de vida definen y sitúan el significado del individuo y de su propia trayectoria vital (Meyer, 1988:62). Desde esta perspectiva, el empleo del concepto ciclo de vida amplía la visión del envejecimiento puesto que introduce elementos importantes que anteriormente habían quedado relegados: biografías personales, factores socioculturales y tiempos socioculturales (Neugarten, 1968, 1970; Stoller y Gibson, 1994).

1.1.1. Uso del concepto de ciclo de vida

El concepto de ciclo de vida ha sido empleado en numerosos estudios de diferentes tipos. En antropología se han estudiado los *ritos de paso* de unas edades a otras, que en sociedades rurales daban lugar a los *ritos de iniciación* en la edad adulta y en los últimos años, se ha dado un enfoque similar al estudio de la jubilación o *rito colectivo* que marca el final del periodo productivo (Arfeaux-Vaucher, 1990).

El estudio de las etapas de la vida ha sido dominio de los psicólogos, mientras que la familia, como grupo social, ha sido estudiada principalmente por los sociólogos. El uso de estadios ha sido empleado en psicología evolutiva en las teorías del desarrollo de la personalidad (Erikson, Freud, Piaget, Sullivan...). Merecen una especial atención los estudios de Erikson (1982, 1983) y de Levinson (1978, 1980) puesto que abarcan el desarrollo del ciclo de vida total con una visión integradora del proceso de desarrollo que comprende dimensiones biológicas, psíquicas y sociales¹.

Desde un enfoque interdisciplinar, se ha desarrollado el estudio de los ciclos de vida a partir de la interacción entre el desarrollo individual y el familiar, en su contexto histórico (Farrell y Lundegren, 1991; Havighurst, 1961, 1968; Kelly, 1983, 1990, 1993; Negre, 1993; Neugarten, 1968, 1970; Rapaport y Rapaport, 1975). La principal ventaja de este sistema es que el estudio interdisciplinar enriquece la interpretación del tema y favorece el intercambio de información y metodología entre las distintas disciplinas implicadas. Esta visión mejora la comprensión de unas etapas influidas por complejas y dispares variables interrelacionadas, dado que se deben tener en cuenta, al menos, tres tipos de variables (biológicas, psicológicas y sociales) que abarquen tanto la base biológica como el componente psicológico personal del individuo, además del sistema social del que derivan aspectos tales como la formación, el trabajo o el aprendizaje.

En opinión de Tamara Hareven (1982b:5-7) *"el enfoque de ciclo de vida es interdisciplinar por su propia naturaleza: su patrimonio combina varias tradiciones*

¹ El capítulo 2 incluye una explicación de ambos modelos

sicológicas, sociológicas y demográficas. Avanza en el análisis de historias de vida, la psicología de periodos de vida, en la sociología de la diferenciación de edades y en el concepto de cohortes desarrollado por los demógrafos. Se centra en la interacción entre individuos y la distribución colectiva del tiempo que varía según las diferentes condiciones históricas... Al ciclo de vida le interesan dos tipos esenciales de distribuciones de tiempo: en primer lugar, la distribución de tiempo de las transiciones en las profesiones individuales, especialmente el balance de entrada y salida entre diferentes roles; en segundo lugar, la sincronización de transiciones aparentemente individuales con conductas familiares colectivas. Estos aspectos de distribución de tiempos no pueden ser comprendidos fuera del contexto de su interacción con fuerzas históricas externas... La interacción de factores demográficos, sociales y económico, así como el escenario cultural, influyen en la transición de las etapas del ciclo de vida".

La edad es una variable fundamental en el estudio de poblaciones puesto que constituye el ejemplo clásico de una variable numérica continua. Debido a la facilidad para conseguir este dato y a su efectividad discriminatoria, existe el peligro de que los investigadores se centren en unos tipos concretos de estudio de las edades. Por este motivo, la mayoría de los trabajos suelen comparar la evolución de la población. Los análisis se centran, fundamentalmente, en las diferencias entre una población de individuos estáticos y sus características en un tiempo concreto. En general, hay que insistir en la necesidad de que la interpretación de datos, asociados con la variable edad, debería intentar comprender las diferencias entre los componentes de una población, además de conocer los efectos aparentes del proceso de envejecimiento. En cuanto a los distintos niveles de análisis, desde el punto de vista macrosocial la vida individual se contempla como la institucionalización del ciclo de vida, la cuestión es cómo la sociedad define y organiza los ciclos de vida individuales.

1.1.2. La construcción histórica de los ciclos de vida

La experiencia de envejecer varía en distintas sociedades así como en diferentes periodos históricos. El envejecimiento es un proceso biológico pero también es una construcción social ya que la sociedad atribuye competencias y cualidades que proporcionan representaciones culturales de las edades cronológicas. Las etapas del ciclo de vida han

sufrido una transformación histórica que no solamente ha modificado la aparición de nuevos estadios como la adolescencia o la tercera edad; sino que también ha influido en las edades de acceso a cada una de ellas y a los roles asociados a los distintos momentos. Distintas etapas han tenido un reconocimiento gradual de sus necesidades particulares y de sus roles específicos, así Ariès (1987) sitúa el sentimiento de la infancia como etapa diferenciada a partir del siglo XVII. En este sentido, Hareven (1982b:10) señala la dificultad que entraña el reconocimiento institucional de cada nueva etapa. Se trata de un proceso complejo que implica factores culturales e institucionales en la formulación de una definición cultural de necesidades, competencias y conductas apropiadas a un grupo de edad. La institucionalización oficial de una etapa del ciclo vital requiere, en primer lugar, el reconocimiento por parte de los ciudadanos en sus experiencias privadas para posteriormente llamar la atención de las instituciones públicas, aunque este segundo requisito suele darse cuando se ha convertido en un problema social que necesita la intervención oficial, ya sea por medio de leyes o por actividades específicas. Sin embargo, en ocasiones la intervención institucional puede ser paralela e incluso anterior a la experiencia privada, por ejemplo la escolaridad obligatoria y las leyes de protección al menor, excluyéndoles del mercado laboral, no fueron bien aceptadas por las clases sociales más desfavorecidas que necesitaban el salario de sus hijos para mantener la economía familiar.

Los cambios demográficos, y los factores socioculturales, políticos o tecnológicos pueden producir alteraciones en la organización de los ciclos de vida puesto que afectan a la manera de iniciar o finalizar las etapas ya sea directamente o por medio de ciertos eventos que acompañan a cada uno de los momentos (matrimonio, escolaridad, integración en el mercado laboral...). El análisis social del ciclo de vida como institución social muestra como durante el proceso de crecimiento del Estado y la industrialización, la edad cronológica ha ganado relevancia en la organización de estadios construidos socialmente, como la infancia, edad media o vejez (Featherstone y Hepworth, 1990), mientras que en las sociedades premodernas el estatus de la familia era más importante a la hora de determinar cuestiones de madurez, independencia y poder (Ariès, 1987; Elias, 1987).

Buchmann (1989) presenta una visión de conjunto que integra todos los elementos mencionados (Gráfico 1.3). En síntesis, hay dos tipos de factores que influyen en la

construcción del ciclo de vida. En primer lugar, la organización social y cultural que supone un conjunto de oportunidades y barreras para los individuos. Por otra parte, las propias orientaciones y estrategias biográficas individuales modifican el curso de dicho ciclo. Por último, el cambio social y cultural enmarca el proceso descrito. Buchmann considera que existe una relación de interdependencia entre todos los elementos. Además, se puede señalar al Estado como uno de los principales responsables involucrados en este cambio dado que, a través de las políticas escolares, ha creado la adolescencia y, a través de su política social, ha recreado la jubilación y por ende la vejez (Rosenmayr, 1979:292).

Gráfico 1.3: ANÁLISIS SOCIAL DEL CICLO VITAL



Fuente: Buchmann (1989:45)

La infancia y la vejez son las dos etapas que han sufrido especialmente los cambios más profundos en cuanto a su concepción y comprensión social. A continuación se describe la evolución de ambas etapas y su constitución como fases diferenciadas del ciclo de vida.

1.1.2.1. Infancia/juventud

A pesar de que, actualmente, la niñez es una etapa no cuestionada ha sido un proceso gradual de segregación del mundo de los niños del mundo de los adultos, paralelo al desarrollo de la sociedad moderna, el que ha dado lugar a esta situación. Durante la Edad

Media la idea de infancia estaba vinculada a la de dependencia, de forma que sólo se salía de ella superando la etapa de subordinación, o al menos sus grados inferiores. Por este motivo, en ciertas lenguas los términos relacionados con el mundo de la infancia han subsistido para designar familiarmente, en la lengua hablada, aquellos individuos cuyo trabajo consiste en prestar un servicio a otras personas (garçon, mozo...). En la misma época, pero en las familias selectas para quienes la dependencia no era sino una consecuencia de la debilidad física, el vocabulario de la infancia tendía a designar más bien a las primeras edades (Ariès, 1987:49)

A partir del siglo XVII y especialmente en el siglo XVIII, el arquetipo de los niños como adultos pequeños se sustituyó por una concepción del niño como una criatura en proceso de formación; con sus responsabilidades y sus derechos. Ariès (1987) señala que el papel del niño como centro de la familia se deriva de una combinación de causas demográficas, el descenso de la mortalidad infantil, y la toma de conciencia de las limitaciones familiares que sustituyó el aprendizaje tradicional por la escuela. En estas condiciones, sobre todo a partir del siglo XVII, los niños fueron retirados de la sociedad de los adultos, se les procuró unos signos externos distintivos como un traje propio y los juegos se convirtieron en un patrimonio propio de la primera etapa de la vida. En la sociedad americana la niñez apareció como una etapa diferenciada solamente en el siglo XIX, su manifestación procede de la separación de las esferas del mundo de trabajo y la de la vida doméstica que propició una nueva vivencia del rol de madre basado en unas relaciones familiares derivadas, principalmente, de lazos afectivos y no sólo contemplada como una relación familiar de tipo instrumental.

La adolescencia sufrió un proceso similar en los últimos años del siglo XIX; aunque a partir del siglo XVII, de modo embrionario, se puede apreciar una cierta separación de la infancia cuando el Ejército y las Academias Militares alargaron la educación del colegio. En esta época se introdujo la noción del adolescente, como se refleja en las pinturas de jóvenes soldados de Watteau sobre el modelo de *Buen mozo* (Ariès, 1987:354). La prolongación de la enseñanza obligatoria y la abolición del trabajo infantil constituyeron elementos esenciales en la aparición de la juventud como etapa diferenciada. *"Parece evidente que el sentimiento de adolescencia, especialmente algunos de los problemas y*

tensiones asociados a ella, se percibió en la vida privada de los individuos que alcanzaban la pubertad en la segunda mitad del siglo XIX" (Demos y Demos, 1969:11). Educadores y personas implicadas en la vida social observaron en esta época la aparición de grupos de adolescentes con un estilo de vida propio, fenómeno que posteriormente se ha denominado la cultura de los adolescentes. Los psicólogos y sociólogos, en particular Stanley Hall, fueron los primeros en estudiar la adolescencia que posteriormente se popularizó en la literatura. Entre las principales causas de la aparición de este periodo, se pueden señalar la extensión de la edad de educación obligatoria, las limitaciones al trabajo y el establecimiento de colegios-talleres destinados a este colectivo.

En el siglo XX, especialmente a partir de la Segunda Guerra Mundial, los límites entre adolescencia y niñez, por una parte, y entre juventud y madurez, por otro lado, quedaron claramente demarcados. Keniston sugiere que, en esta segunda división, la demora de las responsabilidades adultas se vio reforzada por la aparición de una nueva etapa, la juventud. Investigaciones sobre los cambios históricos en la transición a la madurez (Buchmann, 1989; Hareven y Adams, 1982; Modell, Furstenberg y Hershberg, 1976; Rosenmayr, 1982) indican que, en la formación de los límites de juventud, el orden secuencial de la asunción de roles fue adquiriendo un cronología casi normativa. En este sentido Tamara Hareven (1982a) afirma que, contrariamente al pensamiento general, la población americana ha evolucionado hacia una mayor uniformidad en el calendario de las fases de vida, las transiciones se han hecho más regulares y sujetas a unas normas de edad más que a las necesidades de la familia. Sin embargo, debido a la flexibilidad de las condiciones y tiempos sociales se debería matizar esta afirmación. Así por ejemplo, en una investigación transnacional llevada a cabo en la Unión Europea, Chislom y Bergeret (1991:29) han revisado la etapa juvenil revelando que las etapas de transición de los jóvenes europeos han sufrido un proceso de desestandarización simultáneo a un alargamiento de dicho periodo.

La flexibilidad de los límites de los tiempos sociales, el retraso en la incorporación de los jóvenes al mercado laboral, el alargamiento del tiempo de estudios y la dependencia de la familia ha prolongado el periodo de juventud y creado uno nuevo denominado *postadolescencia*. Se puede constatar como en la oferta de las instituciones para jóvenes

(viajes, reducciones de precios...) así como en los estudios sociales se considera jóvenes a las personas menores de treinta años. Como consecuencia resulta curioso observar la publicación de libros sarcásticos como el de M^a Teresa Campos o películas como *Al fin solos* donde, desde un punto de vista irónico, se aborda esta problemática y se da consejo a padres deseosos de que sus hijos abandonen el domicilio familiar.

1.1.2.1.2. Vejez

En lo que se refiere a la vejez, Fisher (1978) sugiere que ya en el siglo XVIII se inician cambios en la percepción de esta fase. Hasta ese momento no se dio un periodo de alejamiento de la vida pública, es decir, una edad similar a la actual jubilación o etapa entre el fin de trabajo y la muerte, dado que anteriormente los individuos trabajaban hasta que sus condiciones físicas se lo permitían y por lo tanto "no había una vejez social sino una vejez biológica que tenía repercusiones sociales; viejo era la persona no productiva" (Alba, 1992:11). La vida social se estructuraba a partir de unas relaciones fluidas entre distintas clases sociales y grupos de edad que compartían algunos de los atributos actuales de la tercera edad como la enfermedad o la muerte, que se distribuían aleatoriamente a lo largo de la vida. Por otra parte, la separación mínima entre la esfera pública y la esfera privada favorecían la familiaridad de todos los grupos y permitían concebir el envejecimiento como parte de un proceso natural en la vida humana.

En las sociedades primitivas, el conjunto de personas ancianas era escaso debido a la baja esperanza de vida. El mismo término sociedad primitiva resulta simplista y es difícil llegar a conclusiones generales puesto que, en circunstancias similares, distintos pueblos han desarrollado conductas contradictorias con las personas mayores (Arcand, 1989:102). En general, se suele aceptar que aquellas personas que llegaban a mayores eran respetados por su conocimiento y saberes pero, cuando las condiciones de vida se hacían muy duras, los mayores que no podían ser útiles a la comunidad o que no podían cuidarse por sí mismos eran tratados como una carga pesada y, en ocasiones, incluso brutalmente.

En las civilizaciones antiguas de Grecia y Roma el 80% de la población perecía antes de llegar a lo que actualmente consideramos mediana edad. Sin embargo, la concepción

cronológica de la edad procede de este periodo. Edad significaba poder en la familia y en la política, en contraste con la juventud y la belleza que eran idealizadas por las bellas artes, al menos hasta el periodo helenístico (Hooyman y Kiyak, 1993:52)

Tabla. 1.1: ESPERANZA DE VIDA AL NACIMIENTO

PERIODO HISTÓRICO	AÑOS DE ESPERANZA DE VIDA
Prehistoria	18 Años
Antigua Grecia	20-30 Años
Antigua Roma	22-30 Años
Edad Media (Inglaterra)	33 Años
Nobleza Europea 1480-1579	30 Años
1900 EE.UU.	47,3 Años
1900 España	34,74 Años
1930 España	49,47 Años
1960 España	69,85 Años
1990 España	76,94 Años

Fuente: Adaptación de la autora (Crandall, 1991:61; I.N.E., 1991:25)

Durante la Edad Media las difíciles condiciones económicas y sociales, que impidieron un aumento de la esperanza de vida, favorecieron una mayor proporción de ancianos entre la población puesto que las enfermedades y plagas eran, a menudo, mejor soportadas por los mayores. La resistencia física de los mayores contribuyó a una desproporción en los grupos de edades y una cierta amargura de los jóvenes respecto a los ancianos. De manera que durante el Renacimiento y el Barroco las representaciones artísticas de los viejos solían ser imágenes terroríficas que no correspondían con una realidad demográfica. El incremento generalizado de la esperanza de vida no se produjo hasta que se alcanzó un nivel de progreso suficiente para permitir los primeros avances de la medicina.

Durante la época colonial coincidieron dos factores que mejoraron la situación de los mayores, al menos en Estados Unidos. En primer lugar, la sociedad puritana consideraba la edad avanzada como un signo de favor divino. Además, el escaso número de ancianos ostentaba el control de la propiedad y de las instituciones- familia, iglesia, economía y política-. Estas circunstancias contribuyeron a que el trato recibido durante los siglos XVIII y XIX en Estados Unidos fuese deferente y respetuoso, aunque no siempre se diese una correspondencia afectiva (Fisher, 1978). Achambaum (1978) señala que, a finales del siglo XIX, la sociedad americana cambió su visión de la vejez y transformó la idea de un proceso

natural por la de un periodo caracterizado por el declive, la debilidad y el deterioro que influyó en la pérdida de estatus y poder de los mayores. Algunos autores (Cowgill, 1972; Cowgill y Holmes, 1972) emplean la teoría de la modernización para explicar este fenómeno y relacionar, indirectamente, el avance social con el declinar del poder de los ancianos debido sobre todo a cuatro razones: la tecnología de la salud, la modernización económica, la urbanización y la educación. Se trata, por tanto de una contribución teórica que, a partir de unos ejes de desarrollo socioeconómico y su repercusión en las condiciones de vida de los mayores, ofrece un marco conceptual explicativo:

- A.- El avance de la tecnología de la salud se correlaciona, directamente, con un alto índice de supervivencia y el consiguiente rejuvenecimiento de la población. Sin embargo, la tecnología también repercute en el sentido opuesto al permitir una mayor esperanza de vida con el consiguiente aumento de población adulta. En esta situación, la convivencia intergeneracional provoca tensiones derivadas de la competencia por el trabajo y suele conllevar la obligación de la jubilación, con la implícita pérdida de estatus para los mayores.
- B.- El desarrollo económico o modernización económica es resultado de la aplicación del conocimiento y la tecnología al trabajo. Los rápidos avances permiten superar fácilmente a los ancianos cuyos conocimientos técnicos pueden quedar caducos, de forma que los jóvenes pueden sobrepasar a sus padres en cuanto al nivel de ingresos, estatus y conocimiento.
- C.- La urbanización elimina la familia extensa y el poder encamado en el padre de familia, que no significa el abandono o aislamiento de los ancianos sino la independencia intergeneracional.
- D.- El factor educativo más fácilmente accesible para la población joven produce desvalorización del conocimiento acumulado por los viejos.

De esta forma, se explica cómo durante las primeras etapas de la modernización el colectivo de los mayores perdió parte de la influencia que había tenido en las sociedades preindustriales cuando eran altamente valorados a causa del conocimiento acumulado, a su

información y a su experiencia (Cowgill y Holmes, 1972). Simultáneamente, los ancianos abandonaron su papel de portadores del conocimiento y el control del mundo de los negocios y por consiguiente, se vieron relegados de la prestigiosa posición relacionada con el poder económico ostentado hasta entonces por los hombres mayores (Fisher, 1978). Fisher sugiere que la importancia de la juventud, característica de nuestra sociedad puede atribuirse, al menos parcialmente, al énfasis concedido a los valores de libertad e igualdad contrarios a la idea de jerarquía y autoridad basadas en la edad. En este sentido, a finales del siglo XVIII e inicios del siglo XIX el elevado estatus que ostentaban los mayores fue sustituido por la idea emergente de la igualdad entre edades. A pesar de que la sociedad americana era ideológicamente igualitaria, el estatus económico se convirtió en el baremo de los individuos y la búsqueda de la riqueza individual sustituyó al sentido de comunidad que había apoyado el poder de los ancianos.

Sin embargo, algunos autores (Achernabum, 1978; Crandall, 1991; Fisher, 1978; Hareven 1982a, 1982b; Laslett, 1978) consideran que el trato recibido por los ancianos ha sido ambivalente y no se puede establecer una relación incuestionable entre la modernización y el estatus de los ancianos. Las transformaciones sociales derivadas de la evolución económica constituyen un proceso complejo que no ha tenido siempre las mismas consecuencias en la calidad de vida de la población de más edad. Además, estudios interculturales evidencian que ciertos valores pueden mitigar los efectos perversos derivados de la modernización. En sociedades no occidentales, se han identificado un conjunto de características sociales y culturales que afectan, directamente, a las estrategias establecidas para mantener el estatus de los mayores. Basándose en sus sistemas de valores tradicionales, estas culturas han logrado minimizar el deterioro de dicho estatus, que se podía haber derivado de un cambio de vida producido por un desarrollo industrial tardío (Hooyman y Kiyak, 1993; Keith, 1990; Santerre y Létourneau, 1989).

En el siglo XX la esperanza de vida en los países occidentales se duplicó en pocos años y los planes de pensiones aseguraron los medios de subsistencia a los mayores (Cicirel, 1989:156). Como consecuencia se multiplicaron los estudios acerca de las limitaciones físicas y mentales de la vejez, al mismo tiempo que las instituciones aceptaban su parte de la

responsabilidad en el cuidado y protección de los integrantes de este grupo (Hareven, 1982a).

Como se ha mencionado anteriormente, actualmente, se reconoce la vejez como un periodo específico con sus necesidades, problemas intrínsecos y oportunidades. Por otra parte, el incremento demográfico de este grupo ha favorecido su heterogeneidad y se ha subdividido en dos grupos: la tercera edad y la cuarta edad o los denominados en inglés como *old-young* y *old-old*. La jubilación como rito de paso de un periodo a otro no resulta operativo debido a la cantidad de nuevos jubilados en buenas condiciones físicas y con una todavía larga esperanza de vida. Las distintas condiciones físicas, educativas y culturales entre estos grupos permite a Attias-Donfut (1988) afirmar que en el grupo de jubilados conviven dos generaciones al mismo tiempo.

En resumen, los adjetivos joven, adulto o viejo implican un conjunto de características sociales que hacen de las edades un constructo con implicaciones y significados sociales (Hooyman y Kiyak, 1993:4). El paso de unas etapas del ciclo de vida a otras conlleva una secuencia de ritos de paso definidos, pero los rápidos cambios económicos, demográficos y sociales han modificado el modelo de ciclo de vida dividido en periodos estables y bien diferenciados, cada uno de ellos acompañado de roles y expectativas de conductas concretas. Balandier (1985) señala que en las sociedades más complejas los cambios de edad se hacen dentro de un contexto confuso. Como resultado de la mezcla intergeneracional ciertas etapas, como la juventud y la vejez, aparecen como categorías imprecisas.

1.2. EL CONCEPTO GENERACION

Puesto que el tiempo histórico incide de manera diferente en los individuos, el concepto generación se ha desarrollado en base a relacionar el tiempo de vida con el tiempo histórico. Dicha noción es importante en el análisis de la socialización puesto que representa una concepción social e histórica. El término generación ha sido usado de múltiples maneras y ha servido como herramienta a la hora de agrupar y diferenciar colectivos diversos:

escritores, políticos, grupos de edades en estudios transversales, o incluso para identificar a un grupo a través de su relación con un acontecimiento histórico remarcable.

Desde los años 50, ha tenido una gran importancia la correspondencia entre el concepto generación y los grupos de edad más jóvenes. Los medios de comunicación han empleado mucho esta relación para clasificar a los grupos de jóvenes, así se han divulgado nociones como *La Generación X* para designar a un colectivo de menores de treinta años con características comunes. Se trata no sólo de un grupo de personas de edad similar sino que además comparten una cierta visión del mundo, una manera de vestir y unos valores relacionados con la situación de crisis económica, devaluación de los grandes pensamientos e interés por temas como la ecología o participación en organizaciones no gubernamentales. Los medios de comunicación han colaborado activamente en la difusión de esta idea y han adjudicado una serie de modelos representativos para los jóvenes como la actriz Winona Ryder o el escritor Ray Loriga. En la actualidad, parece que, a pesar de su ambigüedad, el concepto generación es un concepto ampliamente difundido con tendencia a ser utilizado no sólo para referirse a la juventud, sino también a la edad adulta y a la tercera edad. Quizás la clave de su éxito pueda explicarse debido a que ha introducido "un elemento dinámico en los análisis de los roles de edad en la organización social y en la definición de los grupos sociales y sus relaciones" (Fundación La Caixa, 1993:18).

1993 fue declarado *Año Europeo de las Personas de Tercera Edad y de la Solidaridad entre las Generaciones* por la Unión Europea. Bajo este título se desarrollaron una multitud de iniciativas dirigidas a llamar la atención sobre la transformación demográfica de la población europea y, al mismo tiempo, fomentar las relaciones entre generaciones en el sentido de reciprocidad y ayuda mutua, de manera que se logre una mejora en el nivel de la participación activa de las personas de edad avanzada en la vida social (Parlamento Europeo, 1993). En este marco se han desarrollado un conjunto de jornadas e investigaciones que tienen su marco de referencia en el concepto generación; en España la Fundación La Caixa ha liderado la coordinación de los proyectos relacionados con este tema (Fundación La Caixa, 1993 y 1994; Parlamento Europeo, 1993).

Las teorías de generación están interrelacionadas con el concepto de cohorte y las de ciclo de vida porque asumen que los componentes de una cohorte y/o generación evolucionan de manera similar a lo largo de los ciclos de vida. En relación al concepto de cohorte, se suelen aceptar dos tipos de definición. La más sencilla identifica con un conjunto de individuos que tienen una relación temporal en una misma época (Artias-Donfut, 1988; Delisle, 1992), mientras que otra definición más compleja considera la cohorte como una agrupación de individuos, nacidos en un mismo periodo de tiempo, que experimenta el mismo acontecimiento histórico a edades cronológicas similares (Hareven, 1982a; Hooyman y Kyak, 1993; Stoller y Gibson, 1994, Ryder, 1965). Aunque no se puede olvidar que el impacto de dichos acontecimientos varía según las circunstancias de los distintos sujetos, esta última definición se aproxima al concepto de generación en cuanto que va más allá de la mera agrupación de individuos para relacionar los ciclos de vida con la historia.

La principal complicación de este tipo de estudios procede de la necesidad de seleccionar un acontecimiento apropiado, que ocurriendo en un periodo específico de tiempo y dentro de un área geográfica, sirva de referencia para agrupar a un colectivo de personas de edad similar (Bytheway, 1990:15). En la mayoría de las investigaciones sobre cohortes, el acontecimiento seleccionado suele ser la fecha de nacimiento, pero también se pueden emplear otros momentos significativos para los componentes de la misma como son la edad de escolaridad, el inicio del primer trabajo o la fecha de matrimonio.

Una dificultad común a las teorías de cohortes, generaciones y ciclos de vida es que son especulativas y, a menudo, se basan en datos de estudios sobre poblaciones que viven en un mismo momento histórico, pero que proceden de contextos muy diversos y tienen experiencias variopintas. La simplicidad de la filiación a una fecha determinada no atenúa las diferencias debidas a otras variables como la educación, ocupación, estado civil, etc. Este tipo de investigaciones conlleva un análisis del individuo, en un grupo de referencia, a lo largo del tiempo de vida o de una parte del mismo. De forma que se centran en el aspecto grupal y suelen dejar en lugar secundario, la consideración del individuo concreto dentro de un grupo de población en un momento dado (Ryder, 1965). Por esta razón, las teorías de los estadios acentúan las semejanzas entre los individuos de una misma cohorte y, a veces olvidan que sus integrantes no forman un grupo homogéneo ya que dentro de una misma

cohorte las personas tienen distintas experiencias individuales, en el marco de unas condiciones sociales, económicas y políticas características de un momento histórico concreto. Así, por ejemplo, las condiciones que ha disfrutado un grupo influyen, indirectamente, en las últimas etapas del ciclo de vida, de manera que peores condiciones de trabajo y nivel de vida afectan a la salud y por ende, a la forma de vida. Este tipo de investigaciones puede ser poco estricto debido a la gran variabilidad interna, dado que la transición puede ser muy versátil adaptándose a las condiciones económicas y sociales en que se encuentren los individuos. Una crítica similar puede hacerse de los estudios basados en la vinculación a una generación.

Las diversas interpretaciones del concepto generación derivan de los diferentes marcos teóricos de procedencia. Una de las autoras que más intensamente ha investigado esta noción, Attias-Donfut (1992:422; 1994:46) clasifica las diferentes definiciones en cuatro grandes grupos:

A.- Definiciones genealógicas o etnológicas. Este punto de vista privilegia el análisis de la organización social ya que los individuos que pertenecen a una misma generación tendrían un mismo grado de filiación respecto a un conjunto bien definido, que les diferenciaría de otros colectivos. Principalmente se aplica a grupos de relación y, sobre todo, a la familia.

B.- Definiciones históricas. En este sentido, la generación evoca una referencia temporal, de larga duración, relacionada con la vida pública, el tiempo medio que un grupo de personas nacidas en fechas cercanas ejerce el poder público. Parafraseando a la autora *"representa un periodo que corresponde a la duración de renovación de los hombres en la vida pública y se mide en función del espacio de tiempo que separa la edad del padre de la del hijo. Por regla general se calcula en intervalos de treinta años; aunque cuando evoca la renovación de las ideas o de las modas suele ser más corta"* (Attias-Donfut, 1994:46).

C.- Definición en sentido demográfico. Desde el punto de vista de la estadística, generación equivaldría a cohorte, es decir un conjunto de personas de edades cronológicas parecidas. Suele ser la definición de uso común cuando se emplea para

denominar un conjunto de personas de edad similar y se considera sinónimo de estrato de edad.

D.- Definición sociológica. Esta acepción procede de la noción desarrollada por Mannheim (1972), es decir, un conjunto de personas de edades similares, pero cuyo principal criterio de identificación reside en las experiencias históricas comunes que les hacen tener una visión parecida del mundo. En este sentido, generación no es un concepto cuantificable, ni codificable, sino que está relacionado con la idea de las mentalidades, visión del mundo y de la sociedad (Attias-Donfut, 1988:144)

E.- Además Attias-Donfut (1994:46) añade un quinto grupo *"que es en realidad una evolución de sentido y que designa a la vez a las personas situadas en una misma etapa de vida y a dicha etapa en sí."* Sin embargo, según la autora la pluralidad de sentidos del concepto es causa de su uso erróneo y de su asimilación al concepto de cohorte. No obstante, generación es una noción de uso simbólico que se relaciona con clasificaciones temporales de larga duración y con la fabricación de símbolos..

A partir de una profunda revisión bibliográfica, la autora desarrolla su propio concepto de generación que tiene en cuenta los distintos aspectos citados en las definiciones anteriores, es decir la edad, la influencia de los acontecimientos históricos y el problema de la identificación. Para Attias-Donfut (1988:172) *"una generación es una realidad temporal, inmaterial y simbólica. Se encuentra profundamente inserta en el orden social y enraizada en la dimensión histórica que forma parte de la propia materialidad de los seres humanos"*.

Según esta definición, los miembros de una generación comparten un espacio generacional que determina la conducta de los individuos en una época dada. No obstante, el comportamiento individual es reproducido sin reflexión previa, sin llegar a conocerlo en profundidad. Su principal motor de actuación procede de una relación de oposición permanente con otras generaciones. En otras palabras, hablar de generación implica aceptar una identidad compartida entre sus miembros que se ha elaborado por negación en un proceso similar al de la elaboración de la identidad personal durante la adolescencia, etapa en

que la negación de los adultos y la identificación con el grupo de iguales permite conformar un marco de referencia necesario para la afirmación de la personalidad propia.

La sociedad se compone de generaciones sucesivas de individuos que van envejeciendo de manera distinta y que, continuamente, fuerzan a sus predecesores a desempeñar o abandonar roles sociales (Riley, 1988:31). Cada generación vive en un momento histórico y debe afrontar un conjunto de acontecimientos y cambios sociales y culturales relacionados con sus fechas de filiación. Mathilda Riley (1988) afirma que puesto que la sociedad cambia, la gente de las diversas generaciones envejece de manera distinta. En general, el concepto generación designa *"a un grupo de personas de edades y procesos de socialización parecidos, que ocupan posiciones distintas en la estructura social, y por ello tienen ciertos comportamientos parecidos en función de la interiorización de los roles que les son asignados, o que la sociedad espera que desarrollen. Son colectivos abiertos, y por tanto no se les puede considerar como grupos cerrados o compactos con una fuerte homogeneidad interna. Su forma de pensar y de actuar, sin embargo, variará con las coordenadas sociales, personales e históricas de las distintas cohortes"* (Fundación La Caixa, 1993:19)

A partir del concepto de Attias-Donfut (1988) para reconocer una generación diferenciada se necesitan ciertos requisitos de orden temporal y sociocultural:

- A.- Constituye una realidad temporal
- B.- Se genera por confrontación con otra generación, por oposición a la cual se define
- C.- Cada generación asume su pasado, es testigo de una época y elabora una memoria colectiva sobre el acontecer de sucesos únicos, toma conciencia de un tiempo social e histórico que le es inherente.

Entre el grupo de personas cercanas a la jubilación se entremezclan varias generaciones ya que los jóvenes jubilados, o los que se encuentran próximos a su edad legal de jubilación, cumplen los requisitos para ser considerados como una generación diferente. Si bien no se pueden olvidar las limitaciones inherentes a los estudios de generaciones proclives

a clasificaciones generales y aproximaciones que tienden a minusvalorar la influencia de variables influyentes y a olvidar que se trata de colectivo heterogéneo que agrupa personas de distintas clases sociales, sexo y diferentes condiciones, pero con ciertos aspectos comunes. La pertenencia a las generaciones es una forma de situarse en el tiempo ya que se define en relación a la sociedad (Attias-Donfut, 1994:48). En el caso del grupo de estudio, las personas de edades comprendidas entre los sesenta y setenta años, se puede decir que forman una generación puesto que cumplen los tres requisitos expuestos anteriormente. En primer lugar, han nacido en fechas cercanas (los años 1930), tienen todavía una generación de personas mayores que ellos por oposición a la cual se definen como diferentes a las personas ancianas y han sido testigos de importantes acontecimientos históricos (La Segunda Guerra Mundial, los Treinta Gloriosos...).

Ateniéndose a la definición de la misma autora (Attias-Donfut, 1988:150), cada generación se reproduce sin conocerse, definiéndose en relación a las otras, en una referencia de oposición permanente. Los resultados de una investigación sobre relaciones intergeneracionales en España aporta pruebas de que la generación intermedia o la generación de los adultos, son el referente tanto de mayores como de adolescentes (Fundación La Caixa, 1994:22). A pesar de estos datos, en el caso de los mayores, resulta importante considerar la generación precedente que permite la convivencia simultánea de dos generaciones mayores de más de 60 años. Se puede afirmar que el grupo denominado de personas mayores todavía tienen una generación antagonista precedente que asume los estereotipos de tercera edad; la presencia de la cuarta edad, o edad de dependencia, sirve para manifestar la autonomía de las personas mayores.

La generación de edades cercanas a la jubilación se corresponde con la fase denominada por Claudine Attias-Donfut (1988) como *maturescence*, se trata de una nueva fase del ciclo de vida que emerge en una cohorte situada entre dos generaciones vivas diferentes, la de los ancianos y la de las personas mediana edad. Según la misma autora, *“la maturescence no se caracteriza únicamente por parámetros psicológicos, relaciones específicas con un tiempo y la idea de muerte, también procede de condiciones demográficas, económicas y sociales históricamente nuevas. La generación que ha llegado a la maturescence debe redefinir su situación en relación con generaciones de tamaño casi*

similar que le son anteriores y posteriores. El relevo generacional tiene lugar en condiciones demográficas sin precedentes en la historia que modifican la misma calidad de las interacciones y favorecen el nacimiento de una nueva fase significativa" (Attias-Donfut, 1988:199). Más adelante, señala que "entre el fin del trabajo - cada día más precoz- y el horizonte de la muerte - que continúa alejándose- se acercan y se entremezclan varias generaciones bajo la etiqueta de la vejez".

En la generación de las personas mayores se suele dar un hecho significativo que se ha tomado como punto de referencia en la mayoría de los estudios de tercera edad: la jubilación. Se suele considerar formalmente la edad legal de jubilación, los 65 años, como la línea diferencial que señala la entrada en otra etapa del ciclo de vida. Sin embargo, debido a la convención social que supone esta edad y a las características compartidas por los miembros de la generación de mayores, se considera que se puede llevar a cabo una división en etapas sin tomar la jubilación como referente primario y sin olvidar, por ello, los importantes cambios personales y sociales derivados directamente del fenómeno mismo de la jubilación.

1.3. LA JUBILACION: CONVENCION SOCIAL DE ENTRADA EN LA VEJEZ

La jubilación aparece íntimamente ligada a la vejez. Representa uno de los signos sociales más importantes de entrada en las últimas etapas del ciclo vital puesto que la jubilación es un operador fundamental de la redefinición del transcurso de las edades (Guillemard, 1994b). Sin embargo, la jubilación es un fenómeno social muy reciente, los jubilados actuales constituyen las primeras generaciones que se benefician de este estatus derivado del reconocimiento social recogido en la legislación como una obligación que asegure el derecho a una pensión y asegure unos ingresos mínimos.

Tradicionalmente, se han señalado los 65 años como entrada en la tercera edad debido a ser la edad legal de jubilación y, por tanto, la aparición de una etapa diferenciada. Si bien es cierto la necesidad de una convención social que señale el punto de referencia, no se puede olvidar que cualquier definición de jubilación tendrá un carácter restrictivo, difícilmente generalizable, como Narciso Saez Narro (1985:92) recuerda "*había que*

particularizar las definiciones relacionándolas con zonas o ambiente, a nichos y hábitats ecológicos muy concretos".

La concepción de la jubilación es muy diferente en función de distintas variables, por otra parte no todas las personas con más de 65 años son jubiladas y por tanto, bajo esta perspectiva, no deberían ser consideradas como miembros de la tercera edad. Principalmente, se puede señalar como excepción aquellas personas que no están jubilados, sobre todos los empleados por cuenta propia que son generalmente ocupaciones de alto estatus. Según datos del Censo de 1991 (INE, 1994), en España, constan 792.222 personas mayores de 60 años que se consideran económicamente activas. De este grupo, el 87% se encuentran ocupadas, la mayor parte de sus trabajos corresponden al sector servicios, sector primario e industrias manufactureras (tabla 1.2.). Estas cifras representan el 10% de la población mayor de 60 años, de los que el 71% corresponden a hombres y el resto a mujeres. No obstante, se debe recordar que entre la población de mujeres no empleadas, para las que no hay una edad de jubilación o que se han retirado antes cuando su hijo más joven ha dejado el hogar, la entrada en la categoría de tercera edad tampoco es clara (Rose, 1968:32). Los porcentajes de la Unión Europea son similares puesto que, aproximadamente, un 10% de población ocupada corresponde a este grupo de edad (Eurostat, 1993:8).

Tabla 1.2: POBLACION OCUPADA SEGUN EDAD Y RAMA DE ACTIVIDAD ECONOMICA. ESPAÑA; 1991.

	de 60 a 64	de 65 y más	TOTAL
Agricultura y Pesca	150068	30987	181055
Industrias extractivas	2984	571	3555
Industrias manufactureras	92432	13848	106280
Energía electricidad, gas y agua	5929	627	6556
Construcción	41268	4995	46263
Comercio, restaurantes y hostelería	90797	21695	112492
Otros Servicios	190660	43897	234557
Total	574138	116620	690758

Fuente: INE (1994:59) Adaptación de la autora

La jubilación es un hecho reglado en el mundo productivo, resultado de un Decreto Ley. Su normativa no puede ser correlacionada con la vejez debido a la ambigüedad del término vejez y a que el momento de la jubilación oscila en función del país y de los niveles interprofesionales. Aunque no se puede subestimar el hecho de que una edad de jubilación

fija implica un mensaje social claramente definido: inicia una etapa de abandono productivo relacionada con la imagen negativa de la vejez (Oomen-Ruitjen, 1993:6).

Socialmente se ha considerado el rol del jubilado como un rol sin rol relacionado con una pérdida de estatus social. Por esta razón se piensa que una de las soluciones al problema de los jubilados contemporáneos consiste en convertir ese rol sin rol en otros roles relevantes socialmente que *"les asignen responsabilidades, status y prestigio social"* (Moragas Moragas, 1991:161). Es verdad que el trabajo, además de aportar una recompensa económica, proporciona una serie de beneficios difícilmente adquiribles fuera del mercado laboral y que, por tanto, actúan como gratificación inmaterial. La jubilación implica algo más que el mero alejamiento del mundo de la producción. En una sociedad centrada en el trabajo, su pérdida representa un menoscabo de estatus y una transformación de las funciones sociales del individuo. Jahoda (1987) identifica cuatro funciones latentes del trabajo que tienen influencia directa en la salud mental de la población:

- A.- **Estructura temporalmente la jornada personal.** Los horarios de trabajo suelen condicionar el resto de los horarios y sirven de referencia para el conjunto de la población.
- B.- **Mantiene un contacto habitual con un círculo social distinto al familiar,** proporciona la ocasión de una vida colectiva.
- C.- **Pone en relación al individuo con un proyecto que trasciende el nivel de lo meramente individual.** Trabajar implica participar en una actividad compartida por un grupo y cuyos beneficios repercutirán en toda la sociedad, por tanto tener la conciencia del propio trabajo favorece la comprensión de sus objetivos y la identificación con el proyecto común.
- D.- **Confiere un estatus y un rol social.** Tener un empleo supone una apreciación social puesto que implica *"una relación de intercambio entre un empresario y un empleado dentro de una estructura social, relación que depende más de la apreciación social que del hecho mismo del trabajo"* (Naville, 1956:41).

Por tanto, si bien el trabajo puede proporcionar unos beneficios indudables que facilitan el mantenimiento de la autoestima y de la identidad personal; a mi entender, no se puede considerar exclusivamente este punto de referencia a la hora de establecer unos criterios que permitan identificar un grupo de edad. La jubilación supone un cambio importante de roles, aunque no significa necesariamente una crisis traumática. Si las desventajas económicas pudiesen ser eliminadas y la inflación controlada, la población vería este periodo de manera más positiva. Algunas investigaciones muestran que la imagen del trabajo como fuente de identidad social se ha relativizado en los grupos de edad más avanzados (Benlloch Ruiz, Celada Pérez y Fuster Chuliá, 1993; Dumazedier, 1989; Samuel y Romer, 1984), de tal forma que existen otra serie de características compartidas, como son los valores, el sentimiento de ser un grupo en proceso de acercarse al envejecimiento, pero sin asimilar claramente la pertenencia al grupo de ancianos, o la búsqueda de una identidad nueva, que se constituyen como factores importantes a la hora de agrupar al colectivo de personas mayores.

La evidencia sugiere que la transición entre trabajo y jubilación se ha hecho más compleja y resulta más difícil clasificar a la gente mayor en función de su integración en el mercado laboral, puesto que un número considerable de personas mayores no encajan fácilmente en las categorías definidas convencionalmente como desempleado, jubilado o enfermo. Por otro lado, muchos jubilados adquieren esta condición involuntariamente, tras un periodo de desempleo o enfermedad (Laczko, 1990:24). En 1991, la Organización Mundial de la Salud preocupada por la problemática de la adecuación entre el envejecimiento de los asalariados y sus condiciones de trabajo reunió en Helsinki a un grupo de estudio. Las conclusiones de trabajo apuntan el peligro derivado de la creación de una nueva categoría de personas, el trabajador mayor, a partir del único criterio de la edad cronológica. Este criterio centra la atención en el individuo y pone en segundo plano la situación laboral, mientras que se debería llamar la atención sobre la interrelación entre ambos elementos (Cassou, 1994: 190) puesto que el envejecimiento es un proceso de transformación con repercusiones en la salud, empleo o inserción social, pero al mismo tiempo supone un proceso de reorganización, de experiencia y de evolución de la actividad laboral.

Aunque la jubilación constituye el punto de referencia más extendido a la hora de realizar investigaciones, en la vida práctica, distintos colectivos, nacionales y extranjeros, se han agrupado haciendo caso omiso a este fenómeno y definiendo simplemente a las *personas mayores* como aquellas cuya edad supera los 60 años. Así por ejemplo, distintos proyectos de la Fundación Caja Madrid con los grupos de guías a museos o la Confederación de Aulas de Tercera Edad acogen a sus componentes sin que tengan que esperar a alcanzar la edad legal de jubilación (Fundación Caja Madrid, 1994).

Se pueden señalar tres puntos débiles de la elección de la jubilación como etapa de paso a la tercera edad. Se trata de tres características que hacen referencia a la inestabilidad que conlleva el abandono del mundo laboral:

- La jubilación es una convención social
- La flexibilidad actual de la jubilación
- Los cambios previstos en la edad de jubilación

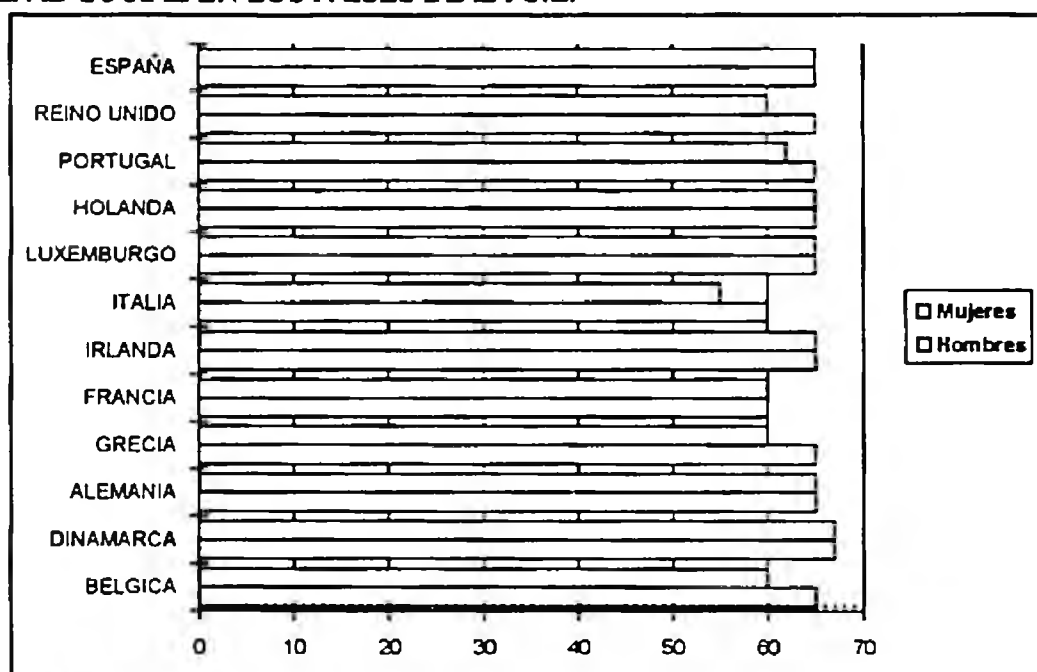
1.3.1. La jubilación como convención social

En primer lugar, se puede argumentar que la edad de jubilación es una convención social, con diferencias entre los países y entre hombres y mujeres. En este sentido Michel Cicurel (1989: 100) recuerda que la edad no significa lo mismo para una compañía de seguros que para la Seguridad Social. Así se puede ser jubilado de Roland Garros a los veinte años, de la policía a los cincuenta años, de la burocracia a los sesenta y de una asociación no lucrativa a los ochenta años. De manera que si se considera la tercera edad el periodo de tiempo que sigue a la jubilación, la vejez es más bien el producto de un código -económico, social, político- que de una realidad biológica o sociológica.

Respecto a la edad legal de jubilación, se puede comprobar como varía con los distintos países y según las profesiones. A nivel europeo no existe unanimidad y se da una diversidad en el concepto que va desde los 60 años de edad mínima, en Francia e Italia, a los 67 años en Dinamarca. Junto a la disparidad entre países, resulta interesante comprobar las diferencias entre géneros. A pesar de que las mujeres disfrutan de una esperanza de vida al

nacimiento más alta, a la hora de concertar la edad de jubilación, en algunos países, se les concede una edad más joven que a los hombres. Italia es el país que tiene más baja la edad de jubilación para este colectivo, 55 años. En síntesis, se puede decir que ni tan siquiera hoy en día existe consenso, ni entre los distintos países, ni entre los sexos, ni entre profesiones sobre la edad de jubilación.

Gráfico 1.4: EDAD LEGAL DE LAS PENSIONES DE JUBILACION DE LA SEGURIDAD SOCIAL EN LOS PAISES DE LA U.E.



Fuente: O C D E.: (1990-96)

En el caso del Estado Español, si bien la edad ordinaria de acceso a la jubilación coincide con el cumplimiento de los sesenta y cinco años, la edad media de abandono laboral se estima en 63,9 años para ambos sexos. Sempere Navarro (1993:202) recuerda los siguientes condicionantes que modifican las normativas legales generalizadas:

- a) Es perfectamente válida la jubilación a una edad posterior, en la modalidad voluntaria porque depende de la libre elección del individuo para solicitarla
- b) La jubilación anticipada, o anterior a la edad general, puede configurarse como un derecho para el trabajador. Por tanto es voluntaria y no puede imponerse de modo forzoso.

1.3.2. La flexibilidad actual de la jubilación

En segundo lugar, se puede señalar la flexibilidad de las modalidades de retiro que permite acceder al mismo por vías diferentes, cada una a edades diversas y con muy distintas modalidades. Entre estos tipos de jubilación se pueden recordar la jubilación parcial y la jubilación anticipada y la jubilación por enfermedad.

La jubilación parcial pretende transitar de modo paulatino la extinción del trabajo. La regulación jurídica de este modelo data del año 1984, y señala como presupuesto para acogerse a la jubilación parcial que el trabajador reúna todos los requisitos exigidos para acceder a la pensión abonada a la Seguridad Social, salvo la edad que podrá ser hasta tres años inferior a la prevista. Por otra parte, prejubilado y empresario han de pactar la reducción de la jornada, y consiguientemente del salario, un 50%. Paralelamente, el percibo de la menor retribución se compatible con el de la mitad de la pensión de jubilación que corresponda de acuerdo con los años de cotización acreditados por el trabajador al momento de presentar su solicitud ante la Entidad Gestora de la Seguridad Social. El jubilado parcial, que es considerado pensionista durante esta situación, deja de serlo y pasa a la jubilación total u ordinaria en el momento que cumple la edad prevista en la norma correspondiente. Esta modalidad conlleva necesariamente un contrato de relevo: un trabajador desempleado al que se le proporciona la ocupación dejada vacante por el prejubilado (Sempere Navarro, 1993:203).

Laczko (1990: 35) señala que cerca de un 25% de los jubilados ingleses, entre 65 y 69 años, que dejaron su trabajo antes de 1983 no se jubilaron de su último trabajo a la edad legal de jubilación, sino que lo abandonaron por otros motivos (enfermedad, paro o razones personales). En España, en 1992, el número de personas jubiladas antes de 65 años ascendía a 264.698; es decir un 18% de los jubilados eran menores de 65 años (Instituto Nacional de la Seguridad Social, 1992).

La regulación es un tema complejo puesto que entrecruza normas laborales con previsiones en materia de Seguridad Social, junto a diversas modalidades de jubilación en función de su origen (obligatoria o voluntaria) o de la edad (anticipada, ordinaria y tardía). Sempere Navarro (1993) aclara la situación cuando explica que el cumplimiento de la edad,

en sí mismo, no comporta ni el pase a la condición de jubilado ni la extinción del contrato, sino que se requiere la voluntad del trabajador como elemento adicional, *"la jubilación del trabajador, con carácter general, es voluntaria, lo que supone que se configura para el mismo como un derecho o facultad y no como obligación"* (Sempere Navarro, 1993:199).

La jubilación forzosa no se estableció en la legislación, aunque el Gobierno puede hacerlo en función de finalidades del fomento de empleo. Así se recogen en algunas normas para sectores de actividad concretos que se encuentren afectados por una situación de grave crisis, como los Planes de Reversión Industrial donde se suele contemplar la extinción del contrato de quienes se encuentran más próximos a la edad de jubilación. Otro de los motivos de jubilación forzosa se deriva de la firma de convenios colectivos que son *"el resultado de la negociación desarrollada por los representantes de los trabajadores y los empresarios (art.82.1.ET) y poseen el carácter de verdaderas fuentes de Derecho del Trabajo (art.3.1.b ET), de auténticas normas que obligan a todos los empresarios y trabajadores incluidos dentro del ámbito de aplicación y durante todo el tiempo de su vigencia (art.82.3.ET)"*. Respecto a estas normativas Sempere Navarro (1993:221) resume que *"la jubilación forzosa es válida si se ajusta a determinadas coordinadas o exigencias de constitucionalidad, no siendo viable su introducción tanto a través de norma emanada de los poderes públicos cuanto de la negociación colectiva"*

1.3.3. Los cambios previstos en la edad de jubilación

Este último apartado, se refiere a la tendencia a futuros cambios en la edad de jubilación debido a las actuales circunstancias económicas y sociales. El incremento de las expectativas de vida de la población, ha hecho reconsiderar cuestiones como la edad, o al menos, el carácter obligatorio del abandono de la actividad laboral para la mayoría de los empleos por cuenta ajena; fundamentalmente, por causas de equilibrio económico. La relación entre población activa y pasiva, que hace unos años era de tres a uno está acercándose ya al dos a uno, con consecuencias económicas para el Estado del Bienestar. En esta línea la OCDE (1990) estima que un incremento de la edad de jubilación de 65 a 66 años reduciría los gastos relativos a las pensiones en un 5-10 %.

Puesto que el ciclo económico actual niega que tanto la cobertura de plaza como el relevo generacional se cumplan de forma inexorable, no sería impropio preguntarse si, en numerosos casos y dependiendo del trabajo que se realiza, la jubilación más que un premio, significa un castigo para el afectado y una pérdida sensible de experiencia y de creatividad para la comunidad. Idealmente, la jubilación, que fue concebida como un descanso, debería convertirse en un derecho optativo. Las proyecciones de la OCDE establecen la edad media de jubilación a los setenta años lo que permitiría, dentro de medio siglo, conservar el nivel de rentas actuales de los países desarrollados y evitar centrar toda la carga de trabajo en una franja cada vez más pequeña de edad (Cicurel, 1989:130). En busca de una armonía económica y social, se intenta la integración en la vida profesional de los sexagenarios y de los adolescentes tardíos. En este sentido, en España se estudia retrasar la jubilación de forma voluntaria hasta los 67 años o incluso se ha hablado de los 70 años.

Aunque la prolongación de la vida activa tiene sus límites, el alargamiento de la esperanza de vida permitirá posiblemente retrasar la edad de jubilación más allá de las normas actualmente en vigor, alrededor de 65 años. Las recomendaciones de la OCDE (1990:337) invitan a prolongar la actividad de los trabajadores de edad avanzada, *"no sólo porque ofrece mayores medios para financiar los programas sociales sino porque al mismo tiempo se reduce el número de personas a las que dichos programas prestan ayuda"*. Además de suprimir las medidas que incitan a la jubilación anticipada, esta solución requiere programas de capacitación profesional y disposiciones que animen a los empresarios a adoptar esta medida.

Sin embargo, la edad media a la que empiezan a pagarse las pensiones de la seguridad social ha descendido significativamente en el caso de los trabajadores masculinos de más edad. Esta tendencia está influida por multitud de factores asociados a los progresos de las prestaciones de jubilación de la seguridad social, mejora de las rentas familiares, el ahorro personal y los planes de pensiones o a la coexistencia de un periodo de rápido cambio tecnológico y elevado desempleo. Tal y como recuerda la OCDE (1990:96), *"en algunos países, la reducción de la edad de jubilación se inscribe en el marco de una política deliberada de acción sobre el mercado de trabajo. En consecuencia, las políticas que se refieren a la edad de jubilación deberán tener en cuenta todo un conjunto de factores que*

influyen en las decisiones de los individuos, entre los que destacan, una creciente demanda de una mayor flexibilidad de la edad de retiro y una exigencia de una transición progresiva de la vida activa a la jubilación. Una disminución del promedio de la edad de jubilación, aumenta lógicamente los gastos por pensión. Puede ser difícil combinar las políticas tendientes a proporcionar una mayor flexibilidad con las que tienden a elevar la edad media a partir de la cual comienzan a percibirse las pensiones públicas". Hay que tener presente que las pensiones generan un efecto renta, que alienta a las personas mayores a dejar de trabajar, puesto que tales prestaciones disminuyen el coste de oportunidades de la jubilación, en términos de reducción de la renta (Bengoechea y Errasti, 1994:152).

En los últimos años, han sido numerosas las simulaciones para cuantificar el efecto de las políticas destinadas a corregir el futuro aumento del gasto de pensiones. En algunos países (Japón, Estados Unidos, Alemania, etc.) se ha procedido a modificar los métodos mediante los cuales se actualizaban las pensiones y se ha alargado el periodo de actividad requerido para poder percibir las de pleno derecho. *"En el ámbito de la Unión Europea, una de las que ha despertado recientemente mayor interés es la realizada, en 1993, por el Dutch Central Planning Bureau. El modelo incorpora, entre otros supuestos, un ligero incremento de la edad de jubilación (dos años), una disminución de las prestaciones de reparto (1 punto anual en términos reales, entre 1995 y 2030) y un crecimiento progresivo de la capitalización... En el caso español, se ha optado por incorporar supuestos más ambiciosos: un aumento de la edad de jubilación de un año por década y un sensible aumento de la tasa de actividad"* (Bengoechea y Errasti, 1994:163).

La sustitución de las pensiones públicas por pensiones privadas va a acentuar las desigualdades entre jubilados, ya que los fondos privados están basados en sistemas de justicia actuarial y, consiguientemente, no dan lugar a una redistribución de la renta en favor de los más necesitados. De ahí la necesidad de que las reformas sean algo más que la potenciación de sistemas privados, Bengoechea y Errasti (1994:167) consideran que *"es preciso crear sistemas flexibles que, garantizando una pensión mínima a todos los jubilados, sintonicen con las preferencias sociales y las nuevas realidades económicas... En las simulaciones llevadas a cabo se ha demostrado que es posible hacerlo mediante una combinación de un retraso en la edad de jubilación, un recorte de la indicación y una*

capitalización parcial de los esquemas de reparto" Para evitar la desarticulación de los regímenes de jubilación pública, Anne Marie Guillemard (1994a:150) señala tres líneas de intervención pública:

- A.- Los poderes públicos tienden a limitar el flujo de las jubilaciones precoces con un doble objetivo. Por una parte, renunciar a todo compromiso financiero suplementario y, por otro lado refrenar la tendencia de la salida anticipada del mundo del trabajo
- B.- La segunda línea concierne a la reforma de las pensiones públicas que está sufriendo, a nivel europeo, una serie de revisiones similares tendentes a prolongar la actividad laboral y extender la flexibilidad de la transición hacia la jubilación.
- C.- En último lugar, se refiere a las empresas, a las que se les incita a mantener sus trabajadores mayores en lugar de contratar a otros más jóvenes. La reforma de la edad de jubilación tiene el riesgo de resultar inoperante si no se acompaña de medidas que aseguren una estabilidad en el puesto de trabajo de los empleados mayores.

Sin embargo, este tipo de medidas son difíciles de llevar a cabo puesto que los empresarios y directivos tienden a discriminar a sus trabajadores mayores (Paillat, 1994). Aunque las medidas discriminatorias no son sólo indirectas -actitudes de empresarios, sindicatos o los propios trabajadores- sino que también pueden ser directas -leyes, reglamentos, convenciones-. Los resultados de una investigación sobre las prácticas discriminatorias que se ejercen a los trabajadores mayores de la Unión Europea ofrecen una visión general de las discriminaciones más frecuentes. En cuanto a la exclusión fundada en la edad de nacimiento, solamente la legislación francesa prohíbe este tipo de procedimiento, medida que no impide que, en la práctica, se de una discriminación indirecta: aquella realizada por los empresarios cuando se rechazan candidaturas de trabajadores mayores. Respecto a la edad de jubilación, cinco países de la U.E. (Bélgica, Dinamarca, España, Portugal e Irlanda) permiten que el Estado o los empresarios usen este criterio para establecer un límite por encima del cual no es posible trabajar, o que afecte a la desaparición de ciertos derechos sociales. Otros cinco países tienen medidas parciales para evitar este tipo

de situaciones (Grecia, Francia, Holanda, Reino Unido e Italia) y solamente en Alemania se establecen medidas positivas para impedir que los trabajadores de más edad pierdan sus derechos sociales (Paillat, 1994).

En consecuencia, las acciones de futuro exigirán una articulación de las políticas de jubilación y de las políticas de empleo. Anne Marie Guillemard (1994b) considera que la patronal de numerosos países se muestra favorable hacia la flexibilidad de la transición entre la vida activa y la jubilación. Actitud complementaria con el interés manifestado por los sindicatos en relación a que los trabajadores mayores tomen parte en los programas de reciclaje y de formación. En estas circunstancias parece que es posible establecer un acuerdo entre la patronal, que busca una mayor flexibilidad del mercado laboral, y las otras partes implicadas, Gobierno y Sindicatos.

En conclusión, como recuerda Xavier Gaullier (1994:98) no hay un criterio de edad fijado legalmente para la jubilación y la prejubilación sino una diversificación de los criterios cronológicos y una multiplicación de normas. Actualmente asiste a la discusión sobre el aumento de la edad de jubilación debido, principalmente, a motivos económicos dado que en el actual sistema de jubilaciones se presenta imposible de mantener en un futuro próximo, al haber sido pensado para un esperanza de vida diez años menor a la de la población actual. Aunque la entrada en el grupo de mayores se suele asimilar a la edad de la jubilación, la situación de flexibilidad descrita no permite clasificar a las personas mayores por el hecho de abandonar el empleo laboral (Vallés y Cea D'Ancona, 1994). Apelativo que, por otra parte, éstos tampoco desean que les sea aplicado.

La edad de jubilación ha permanecido relativamente estable a pesar de que las capacidades físicas e intelectuales de los mayores han mejorado tanto que, actualmente, la edad de jubilación se adecua, fisiológicamente y psicológicamente, probablemente mejor a los 75 que a los 65 años (Moody, 1994:310). Según Moody la edad de la población en edad laboral del siglo XXI puede abarcar aquellas personas con edades comprendidas entre los 20 años y los 70 ó 75 años. En este contexto, el trabajo de un alto porcentaje de mayores de 65 años no es improbable, aunque la mayoría de las investigaciones parten de la edad legal de

jubilación, sesenta y cinco años, para clasificar a las personas dentro del grupo de mayores o tercera edad.

En segundo lugar, se suele olvidar que si se replantea esta cuestión es porque los actuales jubilados se encuentran en unas condiciones físicas y mentales que les permiten mantener su puesto de trabajo, así Jacques Ruffié, profesor del Collège de France, afirma que se han ganado quince años de calidad de vida en medio siglo, de manera que una persona de setenta y cinco años hoy tiene la misma edad fisiológica que otra de sesenta años que hubiese vivido entre las dos guerras mundiales (Cicurel, 1989:103). Además se debe recordar la contribución de los jubilados a la economía doméstica por medio de un trabajo encubierto; bajo estas circunstancias ya se han llevado a cabo ciertas iniciativas que muestran las buenas condiciones de mantener su antiguo rol profesional como la Asociación de Seniors Españoles para la Cooperación Técnica (SECOT) o los grupos de profesores eméritos en la Universidad.

***CAPITULO 2. FACTORES
RELACIONADOS CON LA
TRANSFORMACION DEL CICLO
DE VIDA***

En este capítulo se plantean las razones por las que se defiende la aparición de una nueva etapa, denominada madurez tardía, de límites imprecisos pero, sin duda, situada antes de la vejez. Se compone de dos partes diferenciadas. La primera parte constituye un repaso de las principales teorías, psicológicas y sociológicas, que han estudiado las últimas etapas del ciclo de vida y se presenta una visión del actual debate sobre la subdivisión y flexibilidad de las edades. En la segunda parte, se proporcionan los datos empíricos que ayudan a entender la situación de la tercera edad, tanto a nivel demográfico como en la interpretación de sus principales opiniones y visiones. El apartado correspondiente a los cambios demográficos incide, especialmente, en las variaciones en la esperanza de vida y su relación con la modificación de las etapas del ciclo de vida. En último lugar se presenta un análisis empírico basado en los datos de una encuesta que el Centro de Investigación sobre la Realidad Social llevó a cabo, en mayo de 1992, en el conjunto del territorio nacional. A partir de estos datos se estableció una redistribución de los grupos de edades que permite comparar las opiniones del grupo de estudio, personas de edades entre 60 y 70 años, con grupos de edades cercanas y apreciar sus diferencias y similitudes respecto a un conjunto de temas que tienen especial incidencia en estas etapas del ciclo de vida: la jubilación, el aspecto físico, la consideración social, etc.

2.1. EVOLUCION DE LAS TEORIAS SOBRE EL CICLO DE VIDA

Dentro de la literatura relacionada con el ciclo vital han aparecido esfuerzos por definir, clasificar y delimitar las distintas etapas que componen la vida humana. Sin embargo, estas fases no tienen unos límites precisos, sino que a menudo se solapan, haciéndose difícil establecer barreras cronológicas entre ellas. Las normas y las expectativas basadas en la edad varían substancialmente, no sólo en función de diferencias individuales sino también debido a los cambios históricos que afectan al mercado de trabajo, la familia o a las políticas sociales. A partir de la revolución industrial los estudios se basaron en un modelo de tipo lineal que, quizás, era demasiado rígido pero ofrecía un cierto grado de seguridad. En cambio,

actualmente, los signos de una mayor flexibilidad acentúan las variaciones y conllevan un descenso del grado de predicción (Moody, 1994:359).

La psicología evolutiva² ha entendido la vida como una sucesión de etapas, cada una de ellas caracterizada por el desarrollo o la pérdida de ciertas facultades ya fuesen físicas, mentales o emocionales. En cuanto a las distintas fases, en general, se puede apreciar que las edades que más se han estudiado son los primeros años de vida, periodos de formación de un substrato profundo de personalidad así como de adquisición de las principales habilidades y conocimientos. A pesar de que en términos temporales, la vejez tiene una duración similar al de las categorías de infancia y adolescencia juntas, esta etapa no ha tenido un estudio tan sistemático como las anteriores. Hockey y James (1993:87) explican esta tendencia relacionando las diferentes valoraciones que se han hecho de los periodos del ciclo vital. De esta forma, consideran que se revalorizan los primeros años de vida porque el proceso de formación de la persona se celebra y anticipa, mientras que el envejecimiento se vive como un proceso en la dirección contraria, y por tanto, se juzga como algo que hay que esconder.

Generalmente, la edad legal de jubilación, 65 años, ha servido de punto de referencia para indicar el inicio de la tercera edad. El incremento generalizado de la esperanza de vida ha hecho retroceder el inicio de la senectud biológica, permitiendo que este colectivo aumente considerablemente y que, al mismo tiempo, se cuestione la homogeneidad de dicho grupo. Aunque se mantenga fija, incluso anticipándose, la fecha de comienzo de la vejez laboral o social con la jubilación. *“El alargamiento de la esperanza de vida ha supuesto una mayor heterogeneidad entre los miembros de cada una de estas etapas vitales. Por otra parte, la rapidez de los cambios sociales y tecnológicos reduce el tiempo de duración de un contexto cultural y socioeconómico determinado en el cual se reconocen los individuos que comparten una etapa vital. Así las generaciones se acortan y se multiplican”* (Fundación La Caixa, 1994: 17).

² Las teorías del desarrollo consideran que cada etapa se identifica por tener una serie de caracteres comunes que dan lugar a una forma de vida peculiar (Monedern, 1976:25)

Estas circunstancias han hecho necesaria la parcelación de la tercera edad, distinguiendo la fase en la que el anciano mantiene aún su adaptación al entorno social y aquella, la de decrepitud, en la que el individuo es funcionalmente inhábil. Para el psicólogo Luis Cencillo la tercera edad englobaría tres fases: la primera agrupa a las personas desde los 60 a los 75 años, la década siguiente enmarca la segunda etapa (75-85 años) y la última fase daría comienzo a los 85 años. Se trata de una parcelación similar a la formulada por los higienistas del siglo XIX o anteriormente médicos como Jean Astruc que, en el siglo XVIII, también se mostraba partidario de establecer tres estadios en la ancianidad: la vejez incipiente, la confirmada y la edad decrepita (Sánchez Granjel, 1991:22-23).

En esta misma línea, se sitúan clasificaciones elaboradas por instituciones internacionales como la Organización Mundial de la Salud (O.M.S.). La Organización Mundial de la Salud establece una tercera etapa y considera que se pueden hablar de tres momentos en el periodo de envejecimiento (Pitaud, 1994:197):

- De los 60 a los 74 años, la "gente mayor"
- De los 75 a 89 años, "los viejos"
- De los 90 años en adelante, "los ancianos"

Como se puede apreciar, estas clasificaciones difieren de aquellas que simplemente agrupan a las personas mayores de 65 años como el grupo de tercera edad.

La condición móvil del significado de la tercera edad ha provocado una variada cantidad de teorías biológicas y psicológicas. A pesar de la falta de consenso, parece que se da unanimidad en aceptar el hecho de que, en las últimas etapas de la vida, también se constatan cambios remarcables que producen una disgregación de los amplios periodos descritos por autores clásicos como Erikson (1982, 1983) a otros más reducidos y menos globales. El hecho de que distintos investigadores inicien una serie de divisiones en este periodo de vida, supone un fenómeno interrelacionado e interdependiente a la ausencia de coordinación en el ajuste de dichas etapas. Gran parte de los estudios parten de la división tradicional, a partir de los 65 años, para posteriormente subdividir esta etapa en dos o tres periodos. En ocasiones, se destaca el tema de la flexibilidad sobre el cambio en los ciclos de

vida y la prolongación de una serie de características de madurez e incluso de juventud (Attias-Donfut, 1988; Deslile, 1992; Featherstone, 1987; Featherstone y Hepworth, 1990). Sin embargo, la falta de criterios comunes requiere instrumentos diseñados para personas mayores que, a pesar de la dispersión, permitan evaluar los resultados de las distintas investigaciones (Crandall, 1991:99).

A continuación se exponen las principales teorías que desde la psicología y la sociología se han desarrollado sobre este periodo.

2.1.1 Teorías psicológicas

La psicología de los ciclos de vida ha tenido un proceso de desarrollo lento, en parte debido a que su estudio ha sido más limitado en la parte correspondiente a la psicología de la edad adulta que en la psicología de la infancia; por otro lado, debido a la enormes dificultades de su conceptualización. Las múltiples dimensiones implicadas hacen del ciclo de vida un fenómeno muy complejo que, además, requiere datos longitudinales, no siempre disponibles (Neugarten, 1968:75).

A partir de los sesenta años se considera que las personas entran en una etapa de presenectud que se caracteriza por la iniciación de una involución tanto de las funciones físicas como mentales, la involución del sistema nervioso tiene como consecuencia una reestructuración a nivel de funciones psíquicas, pero no necesariamente una desintegración (Birren y Schaie, 1990). Entre las teorías psicológicas del ciclo de vida se presentan los modelos desarrollados por Erikson (1992, 1993) y Levinson (1978, 1980). Se han escogido estos autores por la complejidad y alto grado de desarrollo de sus modelos que permiten una comprensión globalizada del ciclo de vida. Además se señala el modelo complementario al de Erikson investigado por Newman y Newman (1987) y el modelo de Huberman (1974) por su relación con las teorías sociológicas.

La teoría de Erikson (1982, 1983) abarca la totalidad del ciclo de vida dividido en diversas etapas, cada una de ellas relacionada con unos temas de tipo psicológico que se deben resolver, universalmente, en ciertos periodos del desarrollo. A partir de la teoría de Freud, Erikson amplió el pensamiento psicodinámico, incluyendo componentes sociales e

históricos y propuso un modelo que abarca el ciclo vital completo, más allá de la fase de latencia. De manera que estructuró un diagrama epigenético compuesto por una serie de etapas mutuamente dependientes y organizadas en secuencias graduales (Erikson, 1983).

El autor entendió el desarrollo psicológico como un progreso continuo basado en la resolución de crisis normativas. Etapas, o crisis del ego, diferentes en cada estadio, de las que se espera una resolución positiva y por tanto, un avance en el crecimiento de la personalidad. Según este modelo, la solución de la crisis de un estadio afecta a otros posteriores. Así por ejemplo, aunque el problema de la formación de la identidad y su consiguiente crisis es el tema fundamental de la adolescencia, el sujeto vuelve a enfrentarse a este tema en las sucesivas etapas psicosociales.

La concepción completa del ciclo de vida de Erikson representa una serie normativa de adquisiciones psicosociales realizadas en ocho etapas. Cada una de ellas se organiza en torno a "un nuevo conflicto nuclear que agrega una nueva cualidad yoica, un nuevo criterio de fortaleza humana acumulada" (Erikson, 1983:243). En otras palabras, en cada etapa se enfrenta a una crisis que debe encontrar una solución perdurable. La secuencia es la siguiente:

- Confianza básica versus desconfianza básica.
- Autonomía versus vergüenza y duda.
- Iniciativa versus culpa.
- Industria versus inferioridad.
- Identidad versus confusión de rol.
- Intimidad versus aislamiento.
- Generatividad versus estancamiento.
- Integridad del yo versus desesperación.

Las cuatro primeras etapas corresponden a la infancia, la quinta hace referencia a la búsqueda de la identidad propia de la adolescencia y la sexta a los adultos jóvenes que están capacitados para afiliaciones y asociaciones concretas. En este modelo, las personas de mediana edad mantienen un conflicto entre estancamiento y generatividad. El término generatividad se relaciona con la constitución y guía de la próxima generación, aunque algunos individuos debido a algún infortunio o a sus aptitudes personales no dirigen esta transmisión a sus descendientes directos.

En la vejez, Erikson veía un conflicto entre la integridad y la desesperación. Es decir, la aceptación de la vida individual opuesta a los sentimientos de desesperación y depresión derivados del rechazo de la misma. En esta etapa, la ausencia de integridad se deriva del miedo a la muerte y de la falta de aceptación de este periodo como la última etapa del ciclo vital. Por el contrario, la integridad del yo se produce cuando las personas han sido responsables, tanto de acciones como de otros individuos, y se han adaptado a los éxitos y fracasos derivados del propio devenir. Implica la aceptación de uno mismo y su propio ciclo vital, en estos casos la persona está preparada para defender la dignidad de su estilo de vida. La integridad del ego supone, además, una integración emocional que permite un tipo de amor postnarcisista, favoreciendo la participación social con las generaciones posteriores así como la aceptación de la responsabilidad del liderazgo. En este sentido Erikson (1982:61) relacionó la integridad con el término sabiduría.

En resumen, se pueden señalar dos elementos importantes de este periodo: la aceptación del propio proceso vital y la capacidad de relación con las generaciones posteriores.

Newman y Newman (1987) añadieron tres estadios nuevos a las etapas de Erikson (1982) desglosando las etapas de adolescencia y adultez. Esta última se confunde con el inicio de la vejez ya que agrupan en la fase de adultez tardía a las personas con edades comprendidas entre 60 y 75 años. Es un modelo similar al anteriormente descrito que asume un crecimiento sistemático basado en el potencial acumulado por cada persona en los distintos momentos del desarrollo. Los autores enfatizan la necesidad de comprender la persona como un todo que funciona de manera integrada y se basa en su adaptación cotidiana a su medio.

TABLA 2.1 ETAPAS DEL CICLO DE VIDA

Etapas del ciclo de vida	EDAD
Prenatal	Desde la concepción al nacimiento
Infancia	Nacimiento hasta los 2 años
Edad del balbuceo	2 a 4 años
Inicio de la edad escolar	4 a 6 años
Edad escolar intermedia	6 a 12 años
Adolescencia temprana	12 a 18 años
Adolescencia tardía	18 a 22 años
Epoca adulta temprana	22 a 34 años
Epoca adulta intermedia	34 a 60 años
Epoca adulta tardía	60 a 75 años
Vejez	A partir de 75 años

Fuente: Newman y Newman (1987:76)

El modelo de desarrollo de Daniel Levinson parte de que cada individuo atraviesa la misma serie de etapas, en el mismo orden y, sorprendentemente, dentro de una estrecha franja de edad. Este modelo se construyó a partir de una investigación en la que utilizó historias de vida de hombres de 40 años como instrumento metodológico. Se centra principalmente en la época final de la adolescencia hasta el final de la década de los cuarenta años. Su principal contribución es haber distinguido entre la primera y segunda época adulta.

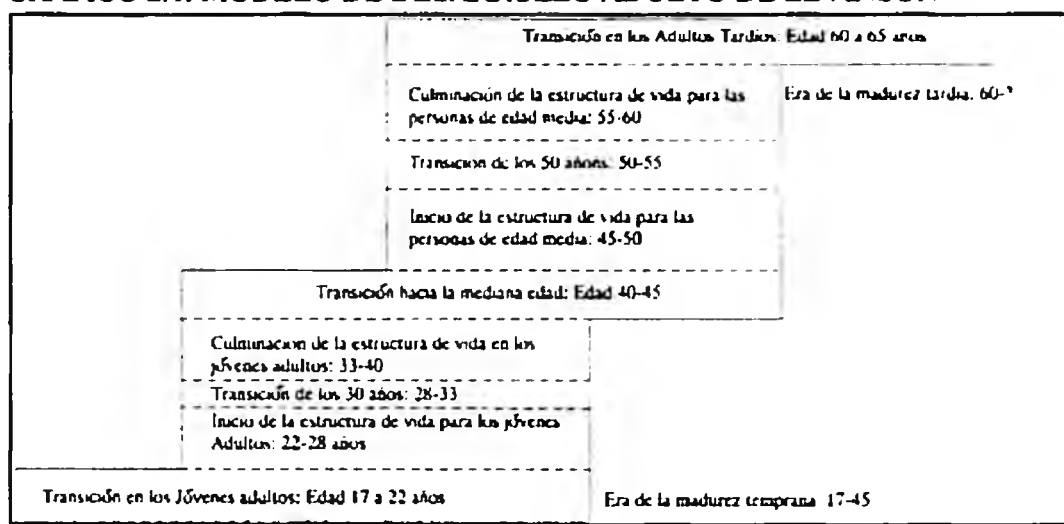
Para este autor, el ciclo vital avanza secuencialmente en eras o épocas, que incluyen aspectos biológicos, psicológicos y sociales. Una de las características de estas épocas, de duración aproximada 25 años, es que se solapan. De modo que, a medida que aparece una la anterior está acabando. La secuencia tiene un orden invariable, aunque cada persona la adapta a sus propias circunstancias. La estructura de las edades es la siguiente:

- Etapa de infancia y adolescencia: entre 0 y 22 años
- Epoca adulta primera: entre 17 y 45 años
- Epoca adulta intermedia: entre 40 y 65 años
- Epoca adulta tardía: más de 60 años.

Las eras se organizan en periodos estables, tiempo dedicado a la construcción de las estructuras, y periodos de transición, dedicados al cambio de estructura. Estos periodos se van alternando a lo largo del ciclo de vida. Durante los periodos estables se construye la

estructura, su duración suele ser de 6 a 7 años a lo sumo 10. En los periodos de transición, de 4 ó 5 años, se tiene que crear otra estructura vital que sirva de puente al periodo siguiente. A veces, los cambios vienen determinados por circunstancias que salen fuera del control personal. Las transiciones no son sencillas ni uniformes sino que estas fases de transición duran entre 3 y 6 años. Por ejemplo, entre los 60 y 65 años se denomina transición de la época adulta tardía, en este tiempo se enlaza con la época adulta media.

GRAFICO 2.1: MODELO DE DESARROLLO ADULTO DE LEVINSON



Fuente: Levinson et al. (1978:77)

Aunque Levinson sólo llevó a cabo su investigación con hombres de 40 años, elaboró un sistema de fases subsecuentes que explican la evolución en edades avanzadas. Estas etapas tienen una estructura similar a la anteriormente explicada de fases de transición que se alternan con periodos de estabilización (gráfico 2.1.).

Para Levinson y sus colaboradores (1978) el envejecimiento no tiene una edad exacta de inicio sino que se considera un proceso cuyo primer momento se puede fijar, aproximadamente, a los 40 años del ciclo vital y cuya duración continúa hasta el final de la vida. Este proceso coincidiría con la edad adulta, denominada época adulta intermedia, o con lo que Ortega y Gasset (1958) denominó generación dominante. En esta etapa, las capacidades biológicas están por debajo de la media de la edad adulta temprana, pero, normalmente, son suficientes para una vida enérgica de satisfacción personal y de valor social (Levinson, 1978). Según este autor, la siguiente etapa es la época adulta intermedia, fase de importantes cambios biológicos, psicológicos y sociales. Durante la adultez tardía que

comenzará alrededor de los 60 años, se trata de un momento de evaluación donde se busca hacer balance entre el *self* y la sociedad. Los años comprendidos entre los 60 y 65 sería una etapa de transición, un periodo del desarrollo que enlaza la época adulta media y tardía.

Tabla 2.2: ETAPAS DEL CICLO DE VIDA

CICLOS	EDAD
Centrado en uno mismo	18-30 años
Estructuración	30-40 años
Afirmación	40-50 años
Mantenimiento	50-60 años
Decisión de desvinculación	60-70 años
Desvinculación	70-80 años

Fuente: Huberman (1974)

Huberman (1974) estableció seis etapas relacionadas con las posibilidades para la educación permanente de adultos. La agrupación en ciclos de 10 años es arbitraria pero permite una descripción detallada de los sucesivos periodos. Para el autor los principales intereses de los adultos se centrarían en el hogar, matrimonio e hijos, seguidos de las actividades sociales y ciudadanas, el trabajo profesional y otras experiencias estéticas e interpretativas. A partir de los 60 años considera que se inicia un periodo de desinterés, derivado del proceso de desvinculación descrito por Cummings y Henry (1961).

2.1.2. Teorías sociológicas

En los estudios sociológicos se suele dividir el colectivo de personas mayores en dos subgrupos, el primero engloba a las personas entre 65-75 años y el segundo a los mayores de 75 años (Centro de Investigación de la Realidad Social, 1990; Vallés y Cea d'Ancona, 1994; Instituto Nacional de Servicios Sociales, 1991a), aunque algunas estadísticas como las de la Unión Europea clasifican a las personas mayores en dos grupos, entre 60 y 80 años y mayores de 80 años (Eurostat, 1993). Respecto a las características de la población que se encuentra en este periodo, desde los años 50 y 60 los investigadores sociales se han planteado amplias cuestiones teóricas concernientes a los cambios derivados del envejecimiento. Debido a que la proliferación de las perspectivas teóricas es relativamente reciente, tanto las teorías psicológicas como las sociológicas tienden a ser más bien descriptivas que explicativas (Hooyman y Kiyak, 1993:65). La ausencia de una división de las últimas etapas del ciclo de vida, comúnmente aceptada por la mayoría de los

investigadores de la gerontología social, ha propiciado la divulgación de distintas teorías que establecen clasificaciones similares pero con matices distintos y, por tanto, dificultan la adopción de un modelo generalizado. De entre todas las perspectivas teóricas (teorías de los roles, de la continuidad, la subcultura de la tercera edad, estratificación de edades, interaccionismo, cambio social y la teoría del marco político-económico), Moody (1994:396) llama la atención sobre dos teorías sociales: la teoría de la desvinculación y la de la actividad por considerar que ambas recogen un amplio espectro del pensamiento sobre el envejecimiento.

A) La Teoría de la Desvinculación

La teoría de la desvinculación, una de las primeras que intentó estructurar de una manera comprensiva la posición de los mayores en la sociedad, pretende ser algo más que una mera demostración empírica para convertirse en una teoría explicativa moderna sobre las razones de los hechos (Cumming y Henry, 1961). Para los autores que defienden esta teoría, el punto central es que durante el proceso de envejecimiento las personas experimentan una separación gradual de la sociedad, que se manifiesta especialmente en el caso del trabajo. Este proceso se considera una tendencia normal derivada de los ritmos biológicos, en otras palabras se asume como funcional: sirve tanto a las necesidades individuales como a las sociales. La teoría de la desvinculación se relaciona con la teoría de la modernidad que parte de la idea de que el estatus de los mayores decrece con la modernización de la sociedad, puesto que comparten el concepto de eficiencia funcional.

Si bien esta teoría puede explicar la conducta de un número alto de persona, un número cada día mayor de este colectivo no responde a los patrones presentados. Además, la desvinculación como modelo de conducta raramente puede denominarse natural o inevitable. Se puede señalar otro problema metodológico derivado del uso del adjetivo funcional como sinónimo de útil ya que el mismo proceso que puede ser funcional para una organización puede no serlo para un individuo. Por último, entre los puntos débiles de esta teoría se puede señalar que el desvincularse de una serie de actividades suele llevar un compromiso con ocupaciones de características distintas, más acordes a las posibilidades e intereses del individuo (Neugarten, 1968).

Neugarten y el grupo de Kansas City Study descubrieron que las personas de edad avanzada tienden hacia una interiorización, lo cual significa una mayor atención al propio mundo psicológico. Entendido de esta forma, la desvinculación no significa necesariamente el abandono de ciertas conductas sino una actitud de los individuos hacia la vida. Mas aún, no hay una razón para asumir que toda la gente mayor está inclinada hacia un estadio de desvinculación, aunque sea psicológico. Más que como un teoría descriptiva, en la época en que se publicó la obra de Cumming y Henry (1961), el concepto de desvinculación era considerado como un hecho inevitable y natural, un proceso adaptativo positivo que podía ser de dos tipos: social y psicológico. Sin embargo, en los últimos 30 años, la transformación de la población mayor, tanto en cantidad como en calidad de vida, parece que ha hecho evolucionar este concepto y, aunque se puede afirmar que la desvinculación existe no es lo mismo que considerarla como un proceso inevitable ni una respuesta adaptativa positiva a los cambios sociales y corporales (Kalish, 1991:121).

B.- Teoría de la actividad

Se encuentra en el polo opuesto de la teoría de la desvinculación puesto que argumenta que cuantas más actividades se realizan más posibilidades se tienen de estar satisfechos con la vida. Havighurst (1961) a partir de una investigación llevada a cabo en Kansas City, con personas de edades comprendidas entre 50 y 90 años, desarrolló su hipótesis de que los mayores más activos se encuentran más satisfechos y mejor adaptados. Esta concepción considera que la manera de pensar de nosotros mismos se basa en los roles o actividades que se desempeñan y, por tanto, mucha gente mayor procura continuar con las mismas actividades ya que mantienen las mismas necesidades, psicológicas y sociales de etapas anteriores (Havighurst, 1961; Havighurst y Feingbaum, 1968; Havighurst, Neugarten y Tobin, 1968). En la misma línea, se encuentra la teoría de la continuidad para la cual el descenso en las cuotas de realización de las distintas actividades se explica en función de la salud empobrecida o en minusvalías adquiridas y no en una necesidad funcional de desvincularse sentida por las personas mayores.

2.1.3. El dilema teórico

Tanto desde las teorías psicológicas como desde las sociológicas, a pesar de la variedad de etapas señaladas por los autores, se da una coincidencia en la separación del último periodo del ciclo de vida en, al menos dos subetapas, puesto que la realidad de los ancianos varía considerablemente según se estudie colectivos cercanos a la edad de jubilación o colectivos octogenarios. Algunos sociólogos argumentan que el modelo lineal de ciclo de vida refleja las estructuras de socialización ligadas a instituciones sociales dominantes, como el colegio o el mundo laboral, que se manifiestan en el propio concepto de ciclo de vida (Dannefer, 1984). Esta concepción pone en evidencia que la sociedad concede un significado social y personal al transcurrir del tiempo biográfico (Hagestad, 1990:151). Aunque se da un acuerdo general que reconoce los cambios personales como reflejo de la estructura social, se mantiene ambigua la relación establecida entre organización social, cultura, interacción de grupos y vidas individuales. Incluso, autores como Riley (1986:166) que enfatizan la interrelación entre la perspectiva del ciclo de vida y el modelo de estratificación por edades, reconocen que los estadios del ciclo de vida no son isomórficos con los estratos de edad de la sociedad.

En este sentido se han dado cambios substanciales que influyen en los roles desempeñados por los mayores. Así por ejemplo, en periodos históricos anteriores, el empleo y el ejercicio activo de la paternidad ocupaban periodos más largos del ciclo de vida, de manera que el trabajo y las responsabilidades familiares requerían un espacio central en la definición de la edad adulta. A partir de los años 50, se redujo el tamaño de las familias y se necesitó una menor proporción del tiempo de vida dedicado al cuidado de los hijos. El aumento de la esperanza de vida, dio lugar a la etapa denominada de *vida vacía* o periodo posparental que sucede tras la marcha de los hijos del hogar familiar³. Como resultado, se puede afirmar que el tiempo dedicado a desempeñar los roles de adulto-hijo o padres envejecidos es, actualmente, mayor que el dedicado propiamente a ejercer el rol de padres

³ Situación divulgada principalmente en Estados Unidos y algunos países occidentales, donde la edad de abandono del hogar paterno es inferior a la habitual entre la juventud española

cuidadores (Brubaker, 1985). En respuesta a esta situación, Moody (1994) argumenta que el ciclo de vida humano ha evolucionado, de tal manera, que todavía no se conoce en profundidad y, en consecuencia, se debe estudiar cómo el desarrollo de la psicología evolutiva se relaciona con etapas de vida y normas adecuadas a las edades. En este sentido, el valor del pensamiento en términos de transición de edades reside en su capacidad para comprender el desarrollo de los adultos desde una óptica más abierta y comprensiva que en el pasado.

En el escenario actual, el significado de la vejez se encuentra menos fijado de antemano. Aunque las elecciones variadas y libres contrastan con los estereotipos negativos vinculados a la segunda parte del ciclo de vida caracterizado por el deterioro y la involución. El *ageism*, o prejuicio sobre el envejecimiento, da prioridad a los factores de tipo biológico, mientras que deja en segundo plano los factores derivados de la clase social, historia de vida o políticas sociales que aportan una variación considerable a la experiencia del envejecimiento (Moody, 1994:357). Parafraseando a Mariano Yela (1992:212) se puede afirmar que *"la vejez viene modulada por ciertos cambios que la diferencian de otras edades. Pero no surge de pronto y de la nada. Se prepara y configura durante la vida anterior. Lo que se ha preparado antes y prosigue y continúa en la vejez es, fundamentalmente, un cierto modo de ser, una peculiar personalidad. Ella nos predispone a percibir los cambios de una cierta manera. permite y facilita interpretarlos y usarlos para continuar la empresa de seguir haciéndonos con sentido o nos dificulta o, en extremo, impide la prosecución de esa tarea"*.

En síntesis, se asiste a la conjunción de dos fenómenos interrelacionados. Por un lado, se da un consenso en la apreciación de una evolución en la población de la tercera edad debido a factores demográficos y sociales que permiten el desarrollo de unos estilos de vida cercanos a los de la edad adulta y por otro lado, se aprecia la ausencia de un criterio único, generalmente aceptado, para llevar a cabo la división entre, al menos, dos subgrupos de personas integradas en la tercera edad. Como señala Crandall (1991), asistimos a la proliferación de un vocabulario encargado de delimitar y diferenciar las últimas etapas del ciclo de vida, diversidad que traduce la dificultad experimentada para acotar a una vejez cada día menos homogénea, ya que las categorías de tercera y cuarta edad abarcan un amplio espectro de edades, desde los 60 años hasta los 100 años.

Debido al incremento de personas que alcanzan edades tardías y, quizás como respuesta de su buena condición física, se ha dado un interés por distinguir tipologías de ancianos que enfatizan la importancia concedida al cuerpo, en contraste con la distinción moral de las generaciones previas que diferenciaban entre mayores con capacidad para valerse por sí mismos o mayores sin capacidad para valerse por sí mismos. Los nuevos modelos se usan, generalmente, para distinguir a las personas mayores y menores de 75 años. Es decir, para hacer una distinción entre aquellos saludables y vigorosos y los otros enfermos y decrepitos (Hockey y James, 1993:87). Aunque no se puede dudar de la situación difícil de muchos mayores, este tipo de clasificación suele estar asociado a la generalización del estereotipo de pobreza y miseria. Parece que no resulta adecuado generalizar este tipo de imagen al conjunto de la vejez, puesto que se olvida que una proporción importante de los trabajos de gerontología social proceden de investigadores y trabajadores cuyo campo de estudio es, precisamente, la indigencia. En esta situación parece oportuno observar que los investigadores precisan redefinir mejor los límites y las dimensiones de las poblaciones estudiadas. Como señala Bernard Arcand (1989:101) la literatura sobre gerontología tiende a realizar afirmaciones generalistas acerca de problemas graves a los que se enfrentan los mayores, sin precisar nunca si se trata de un asunto extendido a toda la vejez o a un porcentaje específico de personas mayores que, quizás, corresponde a grupos similares de adultos o de niños que viven situaciones similares de pobreza.

Parafraseando a Paul Yonnet (1988:140) puesto que la sociedad juzga según criterios internos y obedece a la lógica de sus relaciones sociales, resulta comprensible que ninguna sociedad defina con precisión las distintas etapas del ciclo de vida, por más que se la imagina sobre la base de una experiencia que pone en juego y moviliza criterios objetivos (científicos), universalmente compartidos (o susceptibles de ser compartidos). En el caso de los estudios sobre tercera edad, Crandall (1991:97) contabiliza más de veinte maneras diferentes de referirse al mismo fenómeno y con variaciones en las franjas de edad superiores a veinte años y con una amplia terminología (etapa adulta tardía, adulto mayor, cuarta edad, etc.). El mismo autor considera que aunque la flexibilidad es necesaria para la investigación, la enorme variedad de términos y de clasificaciones puede derivar en confusión y falta de rigor.

2.2. RAZONES DE TIPO EMPIRICO

A nivel empírico, se puede señalar una razón principal en la aparición de una nueva etapa en el ciclo vital: el alargamiento de la esperanza de vida que repercute en la demografía puesto que conlleva un aumento considerable de la población en las últimas etapas. Pero además hay que señalar la resistencia generalizada de los mayores a identificarse con los estereotipos de la vejez. Las condiciones de salud y sociales que disfruta este colectivo, le permiten mantener unas pautas de conducta diferenciadas a los estereotipos negativos más comunes y que prolongan un estilo de vida relacionado con ciertas facultades de juventud.

En este apartado se analizan, en primer lugar, las razones derivadas de procesos de índole demográfica, para a continuación realizar un análisis detallado de los datos de la Encuesta realizada por el Centro de Investigación de la Realidad Social sobre la Tercera Edad en España (1992). Los resultados de este análisis empírico apuntan una serie de datos que corroboran las afirmaciones acerca de un sistema de valores compartido entre las personas que se encuentran en las últimas etapas del ciclo de vida.

2.2.1. Cambios demográficos

Uno de los procesos más importantes de la evolución demográfica, en todos los países industrializados, es el proceso de envejecimiento. *"El término envejecimiento de la población se emplea para denominar un sector concreto de la estructura demográfica de una población y se caracteriza tanto por una elevada proporción de personas ancianas como por el incremento significativo de esa proporción. Una población envejecida se corresponde con una sociedad con altos niveles de desarrollo, industrializada y eminentemente urbana, siendo el envejecimiento de la población un proceso demográfico que presenta unas características específicas, desde el principio de la presente centuria, en las sociedades más desarrolladas"* (Juárez y Renes Ayala, 1994:165). Cuantitativamente el envejecimiento de la población occidental es muy importante. Se puede constatar que el porcentaje de personas mayores ha aumentado considerablemente en los últimos veinte años y se espera que el incremento continúe, ininterrumpidamente, hasta más allá del año 2.000. Aunque en este tipo de predicciones a largo plazo siempre hay un margen de error, conviene precisar que el grado de acuerdo sobre las tendencias demográficas es muy elevado. De

manera que, al igual que en los años 50-60 se dio un gran aumento de la natalidad bautizado por los sociólogos como el "baby boom", en la actualidad se habla del "maturity boom". A partir de las hipótesis de envejecimiento medio, las proyecciones de la ONU, para el año 2025, prevén que en cinco países desarrollados el número de personas mayores de sesenta y cinco años superará al de mayores de veinte años: Alemania, Holanda, Suiza, Dinamarca y Suecia. Si la hipótesis varía y se centra en la idea de un envejecimiento más rápido, ocho países más se encontrarían en esta situación: Japón, Italia, Finlandia, Noruega, Bélgica, Luxemburgo, Francia y Austria (Cicurel, 1989:41).

TABLA 2.3: POBLACION ANCIANA EN LOS PAISES DEL CONSEJO DE EUROPA. AÑO (POBLACION EN MILES DE PERSONAS).

País	Pob. Total	Pobl. + 65 años	%
Alemania R. F.	61104,5	9273,1	15,2
Austria	7575,7	1113,9	14,7
Bélgica	9858,9	1375,9	14,0
Chipre	673,1	70,5	10,5
Dinamarca	5129,3	791,0	15,4
España	38996,2	4824,6	12,4
Francia	55754,0	7568,0	13,6
Grecia	9978,0	1351,9	13,5
Irlanda	3543,0	388,2	11,0
Islandia	247,5	26,0	10,5
Italia	57290,0	7664,0	13,4
Liechtenstein	27,4	2,6	9,5
Luxemburgo	369,5	49,2	13,3
Malta	345,6	34,7	10,0
Noruega	4175,5	670,1	16,0
Países Bajos	14615,1	1804,0	12,3
Portugal	10230,0	1264,8	12,4
Reino Unido	56768,3	8682,5	15,3
Suecia	8414,0	1493,0	17,7
Suiza	6566,8	946,7	14,4
Turquía	52059,0	2124,0	4,1
TOTAL	51519,7	51519,7	12,7

Fuente: Consejo de Europa (1989)

Europa es el continente que más acusa el envejecimiento de la población puesto que el aumento de la población anciana es una constante en todas las naciones que forman parte del Consejo de Europa⁴, aunque no es idéntica en todos los países. Así, el porcentaje de

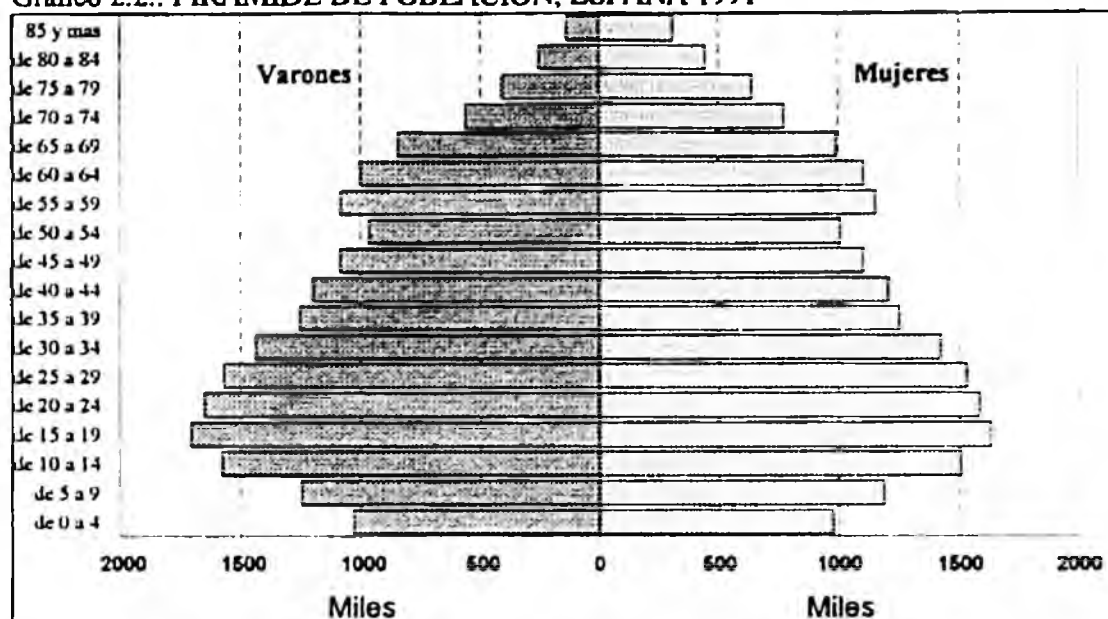
⁴ Citado en Juárez y Renes Ayala (1994:167)

personas con edades superiores a los sesenta y cinco años en los países miembros del Consejo de Europa representa el 13% del total de población. Los mayores índices corresponden a naciones con mayor nivel de desarrollo como los países nórdicos -Suecia (18%), Noruega (16%), Dinamarca (15%) - seguidos del Reino Unido (15%) y Austria (15%). Las predicciones actuales llevan a pensar que entre el año 2000 y 2025, un 25% de la población europea tendrá más de 65 años y la esperanza de vida se acercará a los 80 años.

En el caso de España, ya en 1975 la población española traspasó la barrera de los países considerados con población anciana o envejecida y arrojó un índice superior al 10% de personas mayores de 65 años respecto a la población total, alcanzando el 12% en 1986 y el 14% en 1991. El envejecimiento de la población es una nueva realidad que conlleva grandes cambios sociales y asistenciales. Si se contempla la pirámide de población derivada del último censo de población se observan las siguientes características (INE, 1994):

- 1.- El estrechamiento de la base de la pirámide por la caída de la tasa de natalidad, fenómeno característico en el proceso de envejecimiento de la población. En el gráfico 2.2. se puede apreciar cómo, debido al descenso del crecimiento vegetativo, al menos, una de cada diez personas es mayor de 65 años.
- 2.- Como consecuencia del aumento del número de ancianos y de la disminución de la población joven, se comenzará el siglo con un índice de envejecimiento que se situará por encima del 15%; las cifras actuales representan el 14% de la población total. En un futuro cercano estos cambios provocarán un número creciente de personas mayores que, *"habiendo superado su etapa de actividad laboral, demandarán una integración plena y más servicios asistenciales"* (Juárez y Renes Ayala, 1994:150)
- 3.- El número de ancianos mayores de 75 años ha aumentado considerablemente, en la actualidad representan el 41% de los mayores de 65 años.

Gráfico 2.2.: PIRAMIDE DE POBLACION, ESPAÑA 1991



Fuente: I.N.E. (1994:28) Adaptación de la autora.

Las previsiones para la población española de 60 y más años de edad estiman que, en el año 2010, el grupo superará los ocho millones de personas, "lo que supone un incremento en términos absolutos, del 27 % respecto a 1986. Si se mantienen las tendencias actuales de fecundidad y no se dan emigraciones exteriores masivas, las personas mayores de 60 años supondrán, en el año 2010, más del 20 % de la población total española, que de acuerdo con el INE se acercará, en esa fecha, a los 41.200.000 habitantes" (Instituto Nacional de Servicios Sociales, 1991a:9).

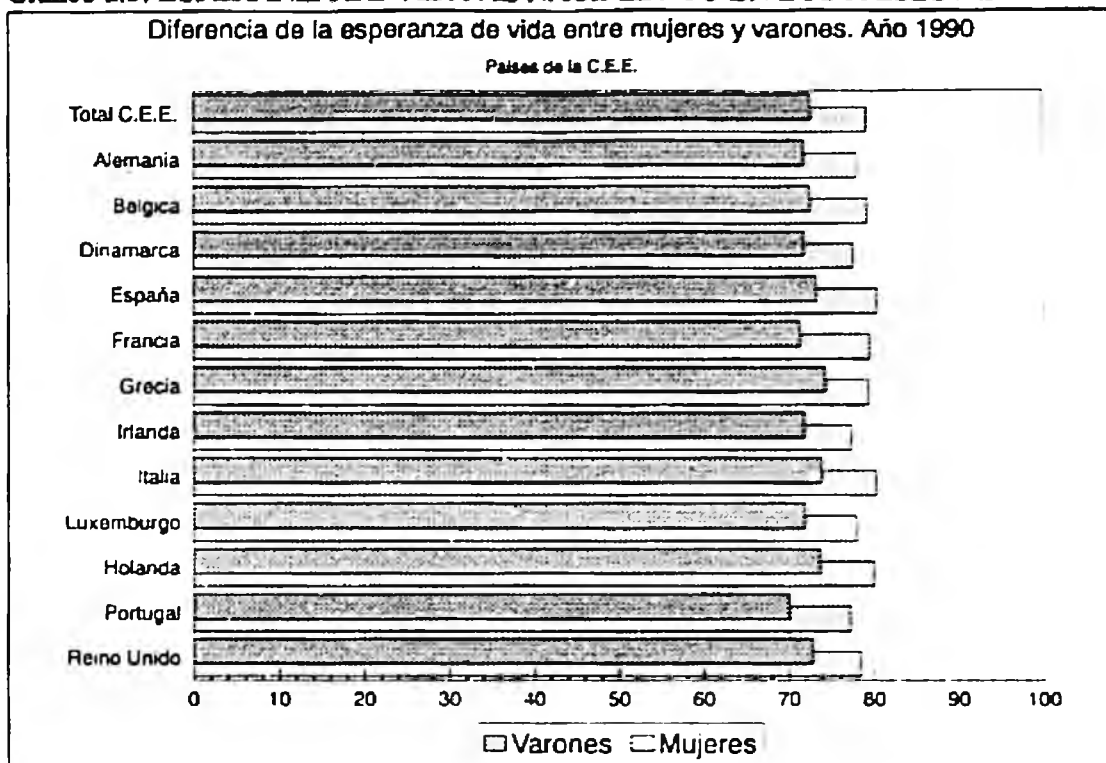
A nivel provincial, resulta llamativo la gran diversidad de pautas de evolución de la población de tercera edad. El Instituto Nacional de Servicios Sociales (1991a:140) señala respecto a este fenómeno que "aunque la media global de crecimiento de la población de 65 y más años se calcula, para el periodo 1986-2010, en un 33,17 %, los valores observados a nivel provincial se sitúan a lo largo de un intervalo cuyos extremos son un crecimiento del 80,27 % (Alava) y una disminución del 30,32 % (Segovia)". Las provincias donde el crecimiento de población mayor es más significativo son las tres provincias vascas, Madrid, Valladolid y Las Palmas, en todas ellas este grupo de población superará en un 50% su número respecto a 1986. Seguidamente hay un grupo de provincias - Barcelona, Burgos,

Santa Cruz de Tenerife, Córdoba y Cádiz- con un crecimiento relativamente alto de población de tercera edad (entre el 40% y el 50%), a las que siguen Murcia y el resto de las provincias andaluzas -excepto Granada y Huelva-, todas ellas con crecimientos cercanos a la media nacional.

Granada, Albacete, Alicante, Valencia, Zaragoza, Navarra, León, La Coruña y Pontevedra tienen un crecimiento moderadamente inferior a la media (entre el 20% y el 30%). Un grupo numeroso de provincias experimentará crecimientos bajos, pero de signo positivo (entre el cero y el 20%): Huelva, Badajoz, Cáceres, Ciudad Real, Toledo, Avila, Salamanca, Castellón, Baleares, Tarragona, Gerona, Lérida, Huesca, La Rioja, Cantabria, Asturias y Orense. Finalmente, otro grupo experimentará un crecimiento negativo respecto a su población anciana: Cuenca, Guadalajara, Teruel, Soria, Segovia, Palencia, Zamora y Lugo.

El descenso de la natalidad y el incremento de la esperanza de vida han sido los factores protagonistas del cambio demográfico. En todas las épocas ha habido individuos que han alcanzado edades avanzadas en excelentes condiciones físicas y que, incluso, han realizado sus obras maestras en la vejez (Tiziano, Goethe..). Pero no ha sido hasta el siglo XX cuando el conjunto de la población de los países occidentales ha mejorado substancialmente su calidad de vida, incluida la mejora de la asistencia médica y la popularización de la higiene, y se ha podido llegar a constatar que un grupo numeroso de la denominada Tercera Edad están en muy buenas condiciones físicas y mentales, con posibilidad de continuar una vida activa y enriquecedora para ellos y para la sociedad.

Gráfico 2.3: ESPERANZA DE VIDA AL NACIMIENTO EN LOS PAISES DE LA U.E.

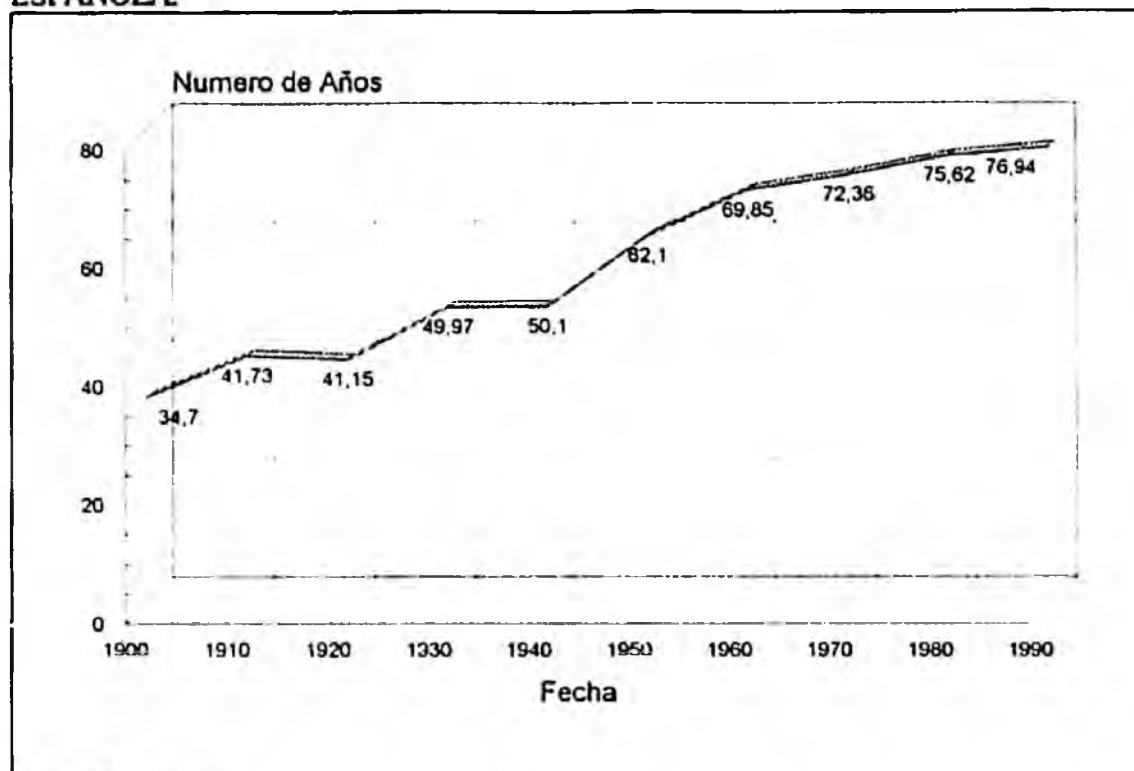


Fuente: INE (1991:26)

El índice de esperanza de vida al nacer ha evolucionado espectacularmente desde principios de siglo a la actualidad. Utilizando el método abreviado Wiesler³ "se ha obtenido el índice de esperanza media al nacer, o sea el número de años de vida que le resta a los nacidos en dichos años, que para 1900 fue 34,76 años de edad y para el año 1950, de 62,10 años, lo que significa un aumento de 27,34(78%) en la vida media de la primera mitad de siglo" (Juárez y Renes Ayala, 1994:164). La esperanza de vida mayor corresponde al sexo femenino. En Europa, en 1990 las mujeres alcanzan los índices más elevados en España, Italia y Holanda -con tasas de 80,5; 80,4 y 79,6 años, respectivamente-, seguidas de cerca por Francia (79,7 años), Grecia (79,5 años) y Bélgica (79,4 años). En cuanto a los varones, las tasas más altas corresponden a Grecia (74,5 años), Italia (74 años), Holanda (73,8 años) y España (73,3 años).

³ Medición de mortalidad por grupos quinquenales de edad o edades terminadas en cero o cinco, con distinción de sexo

Gráfico 2.4.: ESPERANZA DE VIDA AL NACIMIENTO DE LA POBLACION ESPAÑOLA.



Fuente: INE (1991:25)

La esperanza de vida de los españoles, que a principio de siglo era muy inferior a la que prevalecía en los países europeos, ha aumentado considerablemente, destacando hoy por ser una de las más altas del mundo. Tal y como se puede observar en el gráfico 2.4, en 1900 se tenía una esperanza media de vida para el total de la población de 34,76 años, mientras que en 1990 la esperanza de vida media había alcanzado los 76,94 años. Al igual que en el resto de Europa las mujeres son el grupo con la esperanza de vida más larga. Desde 1950, en España las mujeres han ganado ocho años y medio de esperanza de vida y los hombres seis años, tendencia que podría acentuarse en las próximas décadas. Actualmente el 83% de las personas alcanza los 65 años de vida y todavía le quedan 16.5 años de esperanza de vida. Es decir, una vez alcanzada la edad de jubilación la mayor parte de la población cuenta con un futuro que les permite realizar planes y proyectos con confianza de continuidad.

Sin embargo, resulta evidente que la incidencia demográfica de este progreso resulta compleja, sobre todo, si se toma en cuenta la repercusión demográfica de la cuarta edad, aunque, en general, la situación de los ancianos del futuro puede ser mejor que la actual. Es cierto que la mayoría de los hombres y mujeres habrán cotizado durante toda su

vida y tendrán derecho a una pensión y que supondrán un gran gasto en asistencia sanitaria, pero también hay que tener en cuenta que la gran inversión privada en vivienda y equipamientos supone una garantía para la vejez y la posibilidad de disponer de recursos complementarios. Por otra parte, las mejores condiciones económicas, culturales y de salud han retrasado las enfermedades propias de la vejez no sólo han alargado los años de vida sino que también han mejorado su calidad.

2.2.2. Un sistema de valores compartidos

El proceso de envejecimiento es un acontecimiento vital inevitable que requiere para desarrollarse con éxito una representación o sistema de estrategias de adaptación en las que están implicados factores personales cognitivos y emocionales como creencias, expectativas, compromisos, actitudes, autoimagen. El conjunto de estos factores unidos a situaciones personales explican el proceso de aceptación de la propia vejez (Ribera Domene, 1992:166).

El objetivo concreto de este apartado es explorar las creencias y valores del grupo de personas con edades comprendidas entre 60 y 70 años, comparándolo con los grupos de edades cercanas. La razón de esta división es que se considera que cada uno de los tres grupos tienen una posición social diferente que puede afectar a sus respuestas, es decir a su forma de vivir el proceso de envejecimiento. Los menores de 60 años, todavía tiene unos años antes de enfrentarse a la jubilación y, por tanto, a la entrada *oficial* en la tercera edad. El colectivo mayor de 70 años, lleva un tiempo encarando el mismo proceso, situación que le proporciona una vivencia personal del mismo tema. Sin embargo, las personas de edades comprendidas entre 60 y 70 años se encuentran, justamente, en el momento de adaptación a una nueva situación que les provocará un cambio de roles y de estatus. Por esta razón, constituyen un importante grupo de referencia para conocer el proceso de adaptación a la entrada en la vejez. En síntesis, el primer grupo se halla cercano a la vejez, se denominará adultos tardíos, el segundo grupo se enfrenta a la jubilación y a la entrada en la categoría de tercera edad, se denominan personas mayores, y el tercer grupo se puede considerar ya como tercera edad, incluso cercana a la cuarta edad. A partir del análisis de los datos aportados por una encuesta sobre la tercera edad llevada a cabo por el Centro de Investigación sobre la

Realidad Social⁶ (1992a) se puede extraer una información interesante puesto que demuestra como no se produce un cambio de mentalidad generalizado a partir de las fechas concretas, sino que se mantienen una serie de valores compartidos con cohortes anteriores y posteriores. Incluso, se puede apreciar como existen una serie de valores compartidos entre la cohorte de edades comprendidas entre 60 y 70 años que les diferencia tanto de la precedente como de la más joven. En otras palabras, el sistema de valores y creencias de este grupo mantiene una serie de semejanzas y diferencias con otros grupos de edad cercanos con los que comparten una forma de ver la vida y de posiciones ante ella.

Si los valores de un individuo se encuentran en los valores de la sociedad a la que pertenece, con los conocimientos y experiencias de la vida las personas modifican conscientemente el nivel secundario o de los valores secundarios (Quito, 1984). Los valores que se recogen en este apartado pertenecen a esta segunda categoría. Quito (1984) considera que este sistema secundario, aunque con raíces en un conjunto de valores primarios o profundos, se adapta al entorno exterior y se modifica constantemente a lo largo de la vida humana.

Por otro lado, las personas tienden a compartir un sistema de valores en diferentes grados (Rokeach, 1979). Dichos valores compartidos suelen ser producto de experiencias comunes y, como se ha comentado en el capítulo anterior, son el factor determinante que distingue entre el concepto de cohorte y el de generación. A pesar de la relación entre ambos conceptos, se ha preferido denominar a grupo de estudio generación por sus raíces más amplias que las del término cohorte.

⁶ Se trata de una encuesta realizada por el CIRES a una muestra representativa de la población española de 18 y más años, con un nivel de confianza del 95,5% y un margen de error de +/-2,89% para $p=0,50$. El trabajo de campo se realizó durante los días 4 y 9 de Mayo de 1992, comprende una muestra de 1200 personas de uno y otro sexo, aleatoria por Comunidades Autónomas y por municipios.

Al redistribuirse los grupos de edad queda una muestra de 89 personas entre 55 y 59 años, 192 personas entre 60 y 69 años y 124 personas de más de 70 años.

Las preguntas seleccionadas del cuestionario empleado por el Centro de Investigación de la Realidad Social piden a los sujetos una toma de posición respecto a algunos temas personales (satisfacción, estado de ánimo, etc.) y su opinión acerca de algunos temas sociales (edad de jubilación, consideración de los mayores, etc.). Se asume que estas respuestas se relacionan con tendencias o, "series de valores representativos de la incidencia de algún comportamiento social en una población dada y en momentos consecutivos" (Caplow y Mendras, 1995:19).

Se observa que los criterios de entrada en el grupo de tercera edad no están claros, para ningún grupo de edad, tampoco entre las personas cercanas a esta definición parece llegarse a ningún acuerdo. Especialmente el grupo de personas mayores considera que pertenecer a la grupo de tercera edad deriva de la edad cronológica en un porcentaje algo inferior (47%) al de la población total (54%) o al colectivo más mayor (58%). Sin embargo, es el grupo que muestra el porcentaje más alto de respuestas que asocian el envejecimiento con el aspecto físico. Aunque los porcentajes que todos los grupos de población conceden al aspecto físico son muy inferiores a los de la edad, se puede apreciar una relativa superioridad entre el grupo de personas mayores (18%) a conceder una cierta importancia a la cuestión de la apariencia física, tal vez debido al hecho de que ellos se ven a sí mismos con apariencia juvenil y, sin embargo, han cumplido la edad en que ya se etiqueta como viejos a las personas.

Tabla 2.5: MOTIVOS POR LOS QUE UNA PERSONA PERTENECE A LA TERCERA EDAD. ESPAÑA, 1992.

	POBLACION TOTAL	55-59 años	60-70 años	70 años y más
EDAD	53,8%	59,6%	47,4%	58,1%
ASPECTO FISICO	16,3%	9%	18,2%	16,1%
OTROS	28,8%	29,2%	33,9%	23,4%
NS/NC	1,1%	2,2%	0,5%	2,4%
TOTAL	1200	89	192	124
	100%	100%	100%	100%

Fuente: CIRES (1992) Adaptación de la autora

Resulta interesante constatar que más de la mitad de los mayores no consideran la edad como el factor principal para considerar a una persona anciana, porcentaje superior al

del resto de los grupos. La situación especial de este grupo a caballo entre las personas consideradas ancianas como son los mayores de 70 años y los adultos maduros (menores de 60 años) les lleva a encarar el envejecimiento y la ancianidad desde una perspectiva difícil. Ellos mismos no creen mayoritariamente que la edad conduce automáticamente a la categoría de anciano y deciden esta respuesta en el momento en que socialmente se les suele aplicar este epíteto y que, por lo tanto, deben empezar a encarar un proceso de adaptación a nuevos roles sociales. Si se comparan con los mayores de 70 años aprecian unas considerables diferencias físicas que les puede reafirmar en sus creencias y sentimientos de autonomía.

Tabla 2.6: EDAD A LA QUE SE CONSIDERA SE ENTRA EN LA VEJEZ. ESPAÑA, 1992.

	POBLACION TOTAL	55-59 años	60-69 años	70 y más
MENOS 60	6,2%	3,4%	7,9%	4%
61-65	17,4%	19,1%	19,8%	18,6%
66-70	18,5%	16,9%	17,2%	15,3%
71-75	19,2%	24,7%	12,5%	25,8%
76-80	8,2%	6,7%	7,8%	5,6%
+80	6,7%	5,6%	7,3%	12,2%
NO DEPENDE	22,7%	21,3%	22,6%	17,7%
OTROS	0,2%	—	—	—
NS/NC	0,9%	2,3%	0,9%	0,8%
TOTAL	1200	89	192	124
	100%	100%	100%	100%

Fuente: CIREA (1992) Adaptación de la autora

En la sociedad se constata una falta de unanimidad a la hora de decidir la edad que una persona se puede llamar anciana (tabla 2.6.), el momento de paso a una nueva categoría de edad queda disperso en una franja de más de 15 años, entre los 60 y 75 años. La tendencia es general en todos los grupos, aunque se puede señalar que los mayores son el grupo que presentan un porcentaje menor de respuestas en el sector de 71 a 75 años, edades cercanas a su grupo. Además, también alcanzan porcentajes ligeramente superiores a la sugerencia de que la vejez no es una cuestión de años. Es decir, no hay claridad de criterios para establecer la línea de entrada en la vejez.

Aunque, en general, debido al aumento de ancianos en el futuro todos están de acuerdo en qué éstos serán mejor considerados que hoy, el grupo de mayores es el más pesimista. Seguramente derivado del momento especial en que se encuentran son el grupo de mayores más pesimistas respecto a la consideración que recibirán en el futuro y no creen que

la consideración será mejor en el futuro (tabla 2.7.). La crisis del Estado del Bienestar y la incertidumbre de las prestaciones futuras no pueden ser factores ajenos al sentir general, así más de la cuarta parte consideran que no mejorará el estatus social de los mayores en el futuro.

Tabla 2.7: EN EL FUTURO SERAN MAS CONSIDERADOS LOS MAYORES QUE LOS JOVENES. ESPAÑA, 1992.

	POBLACION TOTAL	55-59 años	60-69 años	70 años y más
DESACUERDO	32,1%	22,5%	28,1%	25,8%
INDIFERENTE	13,7%	13,5%	9,9%	18,6%
ACUERDO	44,5%	53,9%	45,3%	39,5%
NS/NC	9,7%	10,1%	16,7%	16,1%
TOTAL	1200	89	192	124
	100%	100%	100%	100%

Fuente: CIRES (1992) Adaptación de la Autora

El siguiente bloque de preguntas hacen referencia a las relaciones con el mundo profesional. El conjunto de la población parece estar de acuerdo en estas cuestiones, con porcentajes de respuestas similares. Respecto a la salida del mercado laboral (tabla 2.8.), un alto porcentaje considera que la jubilación no debería ser obligatoria (73%), sino que creen que pueden mantener los trabajos profesionales para las que se encuentran preparados: algunas personas de este colectivo continuarán más tarde desempeñando las funciones laborales y sociales a través de su participación en actividades voluntarias.

Tabla 2.8: LA JUBILACION NO DEBERIA SER OBLIGATORIA. ESPAÑA, 1992.

	POBLACION TOTAL	55-59 años	60-69 años	70 años y más
DESACUERDO	18,4%	19,1%	18,2%	19,4%
INDIFERENTE	5,7%	10,1%	6,3%	7,2%
ACUERDO	74,4%	70,8%	72,9%	71%
NS/NC	1,6%	—	2,6%	2,4%
TOTAL	1200	89	192	124
	100%	100%	100%	100%

Fuente: CIRES (1992) Adaptación de la Autora

La siguiente pregunta permite perfilar estos comentarios cuando se pregunta la opinión sobre el nivel de competencia de los mayores. Se trata de un colectivo que, en general, ha debido reciclarse para poder adaptar sus conocimientos y habilidades a los cambios derivados de la implantación de las nuevas tecnologías y que han apreciado a dificultad que para unas personas formadas en el horizonte de un trabajo diferente resulta no

sólo difícil personalmente sino como colectivo mantener el puesto de trabajo ya que les ha afectado directamente la problemática derivada de la reconversión industrial. A mi entender, estas circunstancias influyen cuando la mitad del colectivo de mayores responde que casi ninguna de las personas mayores puede desempeñar un trabajo tan bien como los jóvenes, porcentaje superior en seis puntos al de la media nacional y ligeramente superior al de sus grupos de edad cercanos. Esta idea puede reflejarse en su negativa a que algunos mayores desempeñen ciertos puestos de responsabilidad (37%) (tabla 2.10).

Tabla 2.9. CASI NINGUNA DE LAS PERSONAS MAYORES DE 65 AÑOS PUEDE DESEMPEÑAR UN TRABAJO TAN BIEN COMO UN JOVEN. ESPAÑA, 1992.

	POBLACION TOTAL	55-59 años	60-69 años	70 años y más
DESACUERDO	46,1%	38,2%	41,6%	37,9%
INDIFERENTE	9,3%	13,5%	7,3%	12,9%
ACUERDO	43,9%	48,3%	50%	49,2%
NS/NC	0,7%	—	1,1%	—
TOTAL	1200 100%	89 100%	192 100%	124 100%

Fuente: CIREs (1992) Adaptación de la Autora

Sin embargo, también se aprecia que algunas personas en la década de los sesenta años se resisten a olvidar los beneficios derivados de la propia experiencia y arrinconar el potencial de conocimientos y posibilidades que todavía pueden desempeñar. De manera que un alto porcentaje se distancia de las respuestas anteriores y afirma que su nivel de calidad de trabajo puede ser similar al de los jóvenes (42%) (tabla 2.9.) y además, el 46% afirma que ciertos puestos de responsabilidad deberían estar ocupados por personas mayores, frente al 35% del total de la población

Tabla 2.10: CIERTOS PUESTOS DE RESPONSABILIDAD DEBERIAN SER OCUPADOS POR PERSONAS MAYORES. ESPAÑA, 1992.

	POBLACION TOTAL	55-59 años	60-69 años	70 años y más
DESACUERDO	49,3%	28,1%	37,5%	25,2%
INDIFERENTE	11,7%	22,5%	12%	20,5%
ACUERDO	35,3%	47,2%	45,8%	45,7%
NS/NC	3,7%	2,2%	4,7%	8,6%
TOTAL	1200 100%	89 100%	192 100%	124 100%

Fuente: CIREs (1992) Adaptación de la Autora

Las buenas condiciones físicas y la largas expectativas de vida, les enfrentan de manera diferente con la jubilación. El 73% considera que esta época es una ocasión para nuevas actividades (tabla 2.11.), porcentaje superior al de las personas mayores de 70 años (57%) que ya han pasado por este periodo y lo evalúan de manera algo diferente. Attias-Donfut (1986) comenta que este colectivo se puede convertir en un grupo social innovador que introduce diferentes estilos de vida caracterizados por el desempeño de habilidades sociales y personales que favorecen el mantenimiento del nivel de actividad anterior y la apertura a recientes campos de interés. Si bien es cierto, que para poder disfrutar de un escenario positivo se necesitan dos requisitos fundamentales: la salud y el dinero (tabla 2.12.). Aunque todos los grupos de edad están de acuerdo con la afirmación anterior, los porcentajes son superiores de manera directamente proporcional a la edad. De esta forma, el 82% de las personas entre 60 y 69 años afirman que con salud y dinero la jubilación es una buena época de la vida. El porcentaje también es alto entre los mayores de 70 años (80%), personas que tienen una experiencia de esta etapa y aprecian sus beneficios.

Tabla 2.11: LA JUBILACION ES UNA OCASION PARA NUEVAS ACTIVIDADES. ESPAÑA, 1992.

	POBLACION TOTAL	55-59 años	60-69 años	70 años y más
DESACUERDO	14,7%	11,2%	16,2%	25,8%
INDIFERENTE	8,6%	15,7%	8,3%	13,7%
ACUERDO	75,7%	73,1%	73,4%	57,3%
NS/NC	1%	—	2,1%	3,2%
TOTAL	1200 100%	89 100%	192 100%	124 100%

Fuente: CIRES (1992) Adaptación de la Autora

Las personas mayores de 70 años, se muestran algo más optimistas respecto a la consideración social de los mayores (tabla 2.13.). Así aunque la mayoría considera que se tienen menos en cuenta las opiniones de los mayores, el 65% está de acuerdo con esta afirmación frente al 74% de las personas con edades comprendidas entre los 60 y 70 años. Es decir, parece que los mayores rechazando la entrada en la vejez, atribuyen una serie de respuestas negativas a esta etapa que supera los porcentajes de las personas que han vivido anteriormente esta fase.

Tabla 2.12: CON SALUD Y DINERO LA TERCERA EDAD ES UNA BUENA EPOCA DE LA VIDA. ESPAÑA, 1992.

	POBLACION TOTAL	55-59 años	60-69 años	70 años y más
DESACUERDO	13,4%	14,6%	9,8%	16,1%
INDIFERENTE	6,8%	13,5%	5,7%	3,2%
ACUERDO	77,8%	70,8%	82,3%	79,9%
NS/NC	2%	1,1%	2,1%	0,8%
TOTAL	1200 100%	89 100%	192 100%	124 100%

Fuente: CIRES (1992) Adaptación de la Autora

En conjunto, parece que el grupo de personas mayores asume su separación de la esfera pública representada por el mundo del trabajo profesional, pero reivindica la flexibilidad de poder adaptar este cambio a las capacidades u obligaciones personales puesto que reconocen su valía aunque aceptan las limitaciones y las necesidades de adaptación al mundo laboral. Por otra parte, no les preocupa demasiado la jubilación y parecen apreciar las posibilidades de ella derivadas. Sin embargo se resisten a ser considerados como personas ancianas y no consideran que la edad sea la única variable a tener en cuenta a la hora de establecer una categoría de ancianos.

Tabla 2.13: SE TIENEN MENOS EN CUENTA LAS OPINIONES DE LOS MAYORES. ESPAÑA, 1992.

	POBLACION TOTAL	55-59 años	60-69 años	70 años y más
DESACUERDO	22,8%	18%	18,2%	13,7%
INDIFERENTE	9,9%	11,2%	5,7%	18,6%
ACUERDO	65,7%	69,7%	74%	65,3%
NS/NC	1,6%	1,1%	2,1%	2,4%
TOTAL	1200 100%	89 100%	192 100%	124 100%

Fuente: CIRES (1992) Adaptación de la Autora

Es decir, al compartir unos valores comunes además de pertenecer a un grupo de edad similar se puede hablar de una generación que se encuentra en un nuevo estadio del ciclo de vida y que por tratarse de una generación las similitudes entre ellos permite agruparlos. El análisis anterior afecta a un tipo de valores asociados a la búsqueda de la realización personal, según Yankelovich (1981) esta clase de valores transforman el modo de vestir (moda más variada e intemporal), de comer (mayor conocimiento de bienestar físico),

del cuidado personal y, en general, de vivir la vida. Reflejan la situación de un grupo de edad de límites imprecisos que debe hacerse con un modo de vida⁷ diferenciado de la Cuarta Edad y tal vez de la Tercera Edad y que, por lo tanto, se encuentra en un momento de cambio que afecta a su conducta individual y de grupo.

⁷ Victor Scardigli (1987) define modo de vida como una organización coherente de las condiciones materiales de vida, de las prácticas cotidianas, de los valores y las estructuras sociales. Comprende numerosos componentes como formas de ocio, concepción de los roles, representación de las relaciones del individuo, costumbres alimentarias, etc.

***CAPITULO 3. UNA GENERACION
EN BUSCA DE UNA IDENTIDAD
PROPIA***

El aumento de la esperanza de vida ha provocado un envejecimiento demográfico que ha engrosado el colectivo de personas mayores. Como se ha puesto en evidencia, teórica y empíricamente, generaciones tan numerosas no pueden ser tratadas indiferenciadamente. Hay que ir desvelando las características propias de las distintas etapas con por la que va discurrendo la vida, desde la adultez tardía hasta la vejez. En estos momentos existe una generación, la más joven entre los mayores que constituye un subgrupo interesante; se trata de una de las primeras generaciones que tiene aún otra generación más anciana como referencia. Es decir, el colectivo de edades comprendidas entre 60 y 70 años no se encuentran en la última etapa del ciclo de vida, sino que tienen una generación de bisabuelos que les precede. Se trata de un importante cambio que requiere un proceso de adaptación. Esta generación debe construir su identidad de personas mayores que les permita distinguirse de la anterior de la anterior y de la siguiente. Ellos son los mayores entre los adultos, pero los jóvenes entre los ancianos. Los modelos de la vejez en los que se socializaron no son útiles en estas circunstancias puesto que son modelos ajenos a la realidad cotidiana percibida y vivida. Se trata de una generación en busca de una identidad propia.

Este capítulo se centra en el estudio de la generación en la última etapa de adultez tardía y describe sus características (físicas, económicas, familiares y personales). Como cualquier grupo social formado a partir de la variable edad, los mayores constituyen un grupo heterogéneo. No obstante, y a pesar de ambas dificultades, se estima que el grupo de edad de personas entre 60 y 70 años comparten suficientes lazos en común como para ser considerados en su conjunto. En el último apartado, se aborda el problema de la identidad colectiva de los mayores y el papel de los medios de comunicación como difusores de modelos sociales.

3.1. CARACTERISTICAS DE UNA GENERACION EN UNA NUEVA ETAPA DEL CICLO DE VIDA

De entre todas las situaciones sociales desde las que se puede estudiar a un grupo de edad, he elegido cuatro aspectos que han modificado el anterior estatus de adultos que les caracterizó pero que tampoco los relaciona con el estereotipo de ancianos. Consideradas en su conjunto, esta serie de circunstancias permiten observar un escenario de transformación donde los mayores deben buscar un tipo de conducta apropiado a su nueva etapa de la que ellos mismos son artífices y pioneros. Los elementos elegidos son los siguientes:

- Transformación de la familia
- Condiciones físicas
- Condiciones económicas
- Condiciones sociales: estilo de vida activo.
- Miedo al envejecimiento

3.1.1. Transformación de la familia

Las modificaciones psicológicas y sociales del grupo de edad estudiado ejercen una influencia en el conjunto familiar ya que, en la familia, el cambio de roles de uno de sus miembros puede constituir un periodo crítico para el grupo y, en ocasiones, supone la redefinición de roles y de identidades globales que repercuten en la renegociación del conjunto de relaciones. Para los mayores la vida conyugal y familiar entra en un momento nuevo con innovaciones que afectan a los lazos familiares, tanto a nivel intrageneracional como a nivel intergeneracional.

3.1.1.1. Relaciones Intrageneracionales

Las relaciones conyugales constituyen la esencia del núcleo familiar, su naturaleza y calidad condiciona las vinculaciones generacionales y con el exterior puesto que *“de la institución familiar se derivan determinadas responsabilidades de estabilidad económica y relacional que constituyen un espacio adecuado indiscutible para el nacimiento, acogida y*

socialización de los hijos, de forma que el reconocimiento oficial paterno estabiliza la transmisión patrimonial de bienes familiares, de acuerdo con las leyes y las costumbres, muy semejantes, de los distintos sectores o estratos de nuestra sociedad, e incluso de nuestra civilización occidental" (Clemente, 1996:223). En relación con las personas mayores, la pareja suele atravesar una época de cambios derivados de la desaparición de obligaciones laborales y paterno filiales, pero además hay que tener en cuenta otros cambios psicológicos que tienen lugar en este periodo. Hacia la mitad de la vida las personas de cada sexo tienden a desarrollar fragmentos de la personalidad poco elaborados hasta ese momento. En esta fase los hombres suelen perfeccionar aspectos más "femeninos" (necesidades afectivas, dependencia, expresión de sí mismo...) que no habían mostrado en anteriores etapas, mientras que las mujeres maduran algunas propiedades más "masculinas" (control de sí mismo, dominio, afirmación de sí...). La mujer de mediana edad siente una sensación de libertad que se asocia con un deseo de desarrollo de sus potencialidades (Neugarten, 1986).

El problema para el matrimonio resulta de la divergencia o convergencia de sus propias evoluciones, aunque las investigaciones muestran que, a menudo, las parejas encuentran una gran satisfacción en su vida en común cuando sus hijos se han emancipado o alcanzan edades maduras (Harris, 1990:253). En esta etapa de la existencia parece existir una necesidad de sentirse unidos como un mecanismo de defensa, un elemento base para una nueva relación con la pareja que mantenga la vida compartida anteriormente y proporciona un sentido a una situación inédita para ellos (Fundació Caixa de Pensions, 1989; Moragas Moragas, 1989, 1991).

Xavier Gaullier (1988:367) establece una clasificación de las parejas de edad avanzada a partir de las circunstancias sociales en que se encuentran. La tipología se centra, principalmente, en la influencia del trabajo en la vida de los cónyuges circunstancias que le llevan a diferenciar tres grupos de matrimonios maduros:

- A.- Pareja de interinos o pareja que permanece unida debido a la precaria situación económica en la que se encuentran (jubilación anticipada, reconversión...). En estos casos la mujer suele ser la encargada de mantener un equilibrio en la vida familiar.

además de ser la persona responsable de las tareas domésticas, incluso si el marido está en casa.

B.- Pareja con dos carreras o pareja en la que ambos cónyuges se encuentran sobrecargadas por la vida profesional que en esta época alcanza su momento cumbre. Se trata de personas con dinero pero sin tiempo que suelen encargarse de las tareas domésticas a empresas o personal a domicilio.

C.- Pareja con tiempos flexibles en las que el trabajo se alterna con el tiempo familiar. Las tareas domésticas son intercambiables y las responsabilidades se reparten entre ambos cónyuges.

En España, el número de mujeres mayores en el mercado laboral es escaso, aunque no por ello se puede deducir que la mayoría de las parejas se puedan incluir en la primera categoría. A mi entender, se podría añadir un cuarto apartado en el que se englobe aquellas parejas tradicionales en las que las mujeres se ocupan, sobre todo, de las labores domésticas mientras que los hombres se han dedicado, principalmente, a su labor profesional. Se podría enunciar de la siguiente manera:

D.- Pareja tradicional: aquella pareja donde las mujeres son las principales encargadas de las tareas del hogar, mientras que los hombres están trabajando o se encuentran jubilados. La diferencia principal con la primera clasificación de Xavier Gaullier es que el lazo de unión no es exclusivamente económico. La concepción de la pareja más igualitaria y más hedonista, en el sentido que el ajuste emocional y la empatía pasan a contribuir el fundamento de unión entre los cónyuges que afecta a esta etapa (Villalain Benito, Basterra Pérez y Valle López, 1992).

Además, la nueva reestructuración de los tejidos familiares conlleva a una gran valoración de todas las relaciones de parentesco. Aunque la familia nuclear está fuertemente instaurada, las redes familiares tienen gran importancia y la correspondencia entre adultos de distintas generaciones es bastante frecuente (Harris, 1990). Los lazos afectivos despliegan una red de intercambios y servicios que repercuten en una red de beneficios recíprocos entre parientes (Gaullier, 1988; Pitaud, 1994).

3.1.1.2. Relaciones Intergeneracionales

Bajo este epígrafe se engloban las relaciones caracterizadas por la desigualdad de estatus de las personas que intervienen en las mismas. Junto al cambio de roles de los propios cónyuges, hay que tener en cuenta un factor paralelo como son las transformaciones de las personas cercanas (padres e hijos) que ejercen una gran influencia en la vida del matrimonio. El aumento de la esperanza de vida, posibilita la convivencia de tres o cuatro generaciones en las que conviven abuelos, nietos e hijos. La estructura piramidal original ha adquirido una estructural vertical con varias generaciones del mismo tamaño y una pequeña generación de edad avanzada, multiplicándose el número de familias transgeneracionales. Este cambio afecta tanto a la configuración de la familia multigeneracional como a las relaciones afectivas. en palabras de Xavier Gaullier (1988) se pasa de una familia horizontal a otra vertical. No obstante, *“los vínculos familiares siguen desempeñando importantes funciones económicas, educativas y sociales, a pesar del cambio burocrático e industrial operado en la sociedad”* (Bahr, Déchaux y Stiehr, 1995:185).

En la sociedad española la familia continua siendo uno de los principales grupos de referencia. El paro y la dependencia económica, sin olvidar la comodidad, ha provocado que muchos hijos vivan más años en casa de sus padres y tarden en independizarse. El “síndrome del nido vacío” se transforma por el síndrome de “hotel gratuito”: padres e hijos viven bajo el mismo techo, aunque cada uno goce de gran libertad para vivir su propia vida. Por otra parte el rol del hijo, ya viva en la casa paterna o sea independiente, también sufre una transformación que afecta las relaciones parentales. Sin embargo, se puede decir que *“el padre sigue manteniendo el poder en la relación, aunque sólo simbólicamente, y es él quien condiciona, en gran medida, el grado de intervención del hijo en la jubilación. Por parte del padre, existe la tendencia a no interferir en la vida del hijo, pero si éste desea su intervención, el padre la desarrollará complacido en la medida de lo posible”*. A pesar de la variedad de situaciones se puede afirmar que *“esta relación gravitará sobre quién disfrute de mayor poder económico o psicosocial”* (Moragas Moragas, 1989:90-91).

En las ocasiones que el matrimonio debe mantener la responsabilidad de unos padres ancianos y con necesidad de cuidados, entonces el peso de la responsabilidad familiar se duplica. En estas circunstancias, es importante señalar el papel de las mujeres que deben

asumir una doble responsabilidad familiar. Por una parte sus hijos tardan en abandonar el domicilio familiar y si lo hacen, muchas veces, dejan a los nietos al cuidado de las abuelas. Por otra parte los padres de estas mujeres, la generación anterior, se encuentra en la última etapa de su vida y necesitan cuidados de los que ellas suelen ser las máximas responsables. En este periodo, la mujer desempeña un papel central en la familia, la mayor parte de los servicios familiares corren a cargo de mujeres y, además, parece ser el motor de las relaciones familiares cuando existen o conviven tres generaciones (Bahr, Déchaux y Stiehr, 1995; Fundación La Caixa, 1994). Xavier Gaullier (1990:351) afirma que se trata de una compañera a la vez de una ayuda doméstica durante toda la vida de su marido, por otra parte sus labores de madre se prolongan a causa de sus hijos postadolescentes o incluso de las parejas jóvenes. Las ayudas pueden ser de tipo de servicio informal que suelen requerir esfuerzos pequeños (llevar paquetes, hacer recados, etc.) o pueden constituir un tipo de ayuda esencial y organizada, como cuando un matrimonio asume las responsabilidades derivadas del hogar de uno de sus hijos en casos de crisis o problemas (divorcio, separación, problemas económicos). A estas tareas hay que añadir el cuidado de las padres ancianos. Es decir, tiene que hacer frente a la prolongación de las tareas domésticas mientras que se debe adaptar a las transformaciones del ciclo de vida familiar para poder ayudar a mantener el equilibrio familiar. Los investigadores de la Fundación La Caixa (1994:86) llaman la atención sobre este fenómeno: *"merecen una especial atención las abuelas cuidadoras, y que a la vez ocupan la mayoría de los hogares de personas solas con más riesgo de marginación. Su papel tendría que ser reconocido como sostén de mucha de la cohesión interfamiliar, y como actoras sumamente activas de la interrelación entre personas de diferentes edades"*.

El estudio de los hogares unipersonales muestra que de los 1.129.117 hogares unipersonales que hay en España, 720.149 están formados por personas de sesenta y cinco o más años (64%) y 408.68 por personas de menos de sesenta y cinco años (36%). Si se comparan con los datos disponibles en otros países, estas cifras corroboran que la población solitaria española está altamente envejecida. La tendencia de los jóvenes a permanecer en el hogar de sus padres hasta una edad más avanzada que antes, constituye un indudable freno a la formación de nuevos hogares (Iglesias de Ussel, 1994:449). Al mismo tiempo, la mayor independencia de las personas mayores y su mayor autonomía tanto económica como cultural han contribuido al nuevo tipo de relaciones basadas en la individualización de la

residencia, a pesar de que se puedan dar situaciones de soledad. Las personas mayores aspiran a vivir en su propia casa separada de otros miembros de la familia (Fundación La Caixa, 1994). Debido a la mayor tasa de supervivencia femenina, las personas que viven solas son sobre todo mujeres ancianas.

Sin embargo, más que estereotipos de mayores solitarios los datos demuestran la preferencia de los mayores por permanecer en su propio domicilio cuando las condiciones económicas y de salud son favorables. La mayoría de los mayores que viven solos disfrutan de un alto grado de interacción con sus familiares, especialmente si hay proximidad residencial. Al aumentar las distancias geográficas, los contactos regulares se atenúan aunque se mantienen por otros medios, preferentemente el teléfono, las cartas y las visitas (Bahr, Déchaux y Stiehr, 1995; Harris, 1990). Circunstancias que proporcionan la situación propicia para asegurar unos mecanismos de solidaridad familiar que permiten superar los problemas derivados de la crisis económica y las debilidades del Estado del Bienestar. *“Los padres y los hijos adultos pueden no vivir juntos, quizá por propia voluntad, pero se ven con frecuencia y se prestan apoyo mutuo, un tipo este de relación familiar que se ha denominado ‘intimidad a distancia’”* (Bahr, Déchaux y Stiehr, 1995:205).

Tabla 3.1. PERIODICIDAD EN LA FRECUENTACION DE FAMILIARES

Frecuencia	Padres	Abuelos	Hijos	Hermanos
Nunca	1,7%	2,9%	0,9%	1,7%
Menos de una vez al mes	5,9%	5,1%	1,9%	14,9%
Una vez al mes	5,6%	4,2%	2,2%	14,1%
Una vez a la semana	14,7%	8,1%	9,9%	33,4%
Todos los días	26,6%	5,8%	36,9%	25,0%
No procede	37,8%	64,2%	38,6%	15,6%
NS/NC	7,7%	9,7%	10,6%	5,3%

Fuente: Iglesias de Ussel (1994:486)

En España, parece que la familia resulta un elemento de relación importante, con el que se establece interacciones diarias en un 31% de los casos. La frecuencia de las relaciones familiares muestra que el 37% de los hijos ven a diario a sus padres, un 27% de los padres ven a los hijos y un 25% de los entrevistados a sus hermanos. Aunque estos resultados pueden resultar engañosos debido a la ausencia de información complementaria como la media de edad o las oportunidades de llevar a cabo dichas visitas.

La frecuencia de las relaciones no sólo es bastante intensa sino que se organiza en función de actividades programadas en común. La mayor parte de los ciudadanos afirma compartir el tiempo libre con la pareja y los hijos (29%), con la pareja (26%), o con los hijos (11%). Este tipo de interacción depende de la edad y de la estructura familiar, se debe a que predominan las actividades de tiempo libre que se realizan en el círculo familiar como ver la televisión, charlar o pasear. Los mayores de 65 años y los que viven en estructuras monoparentales y de tejido secundario, dedican más tiempo, en términos relativos, a los hijos. Mientras que las personas de edades comprendidas entre 50 y 65 años, se lo dedican preferentemente a su pareja (Centro de Investigación de la Realidad Social, 1993).

Por otra parte, el alejamiento del mundo del empleo concede a los mayores un rol muy importante en la esfera doméstica. El declive de la mortalidad ha causado un cambio profundo en las relaciones entre abuelos y nietos ya que, por primera vez, la mayoría de los adultos viven el tiempo suficiente como para conocer a sus descendientes y éstos son afortunados como para poder establecer una relación con sus abuelos. También se ha ganado una mayor comprensión y camaradería, de forma que ha crecido la sensación de cercanía intergeneracional; sobre todo cuando los domicilios se encuentran próximos y los mayores desempeñan un rol funcional en la familia (Cherlin y Fustemberg, 1992). La influencia de los abuelos en los nietos puede ser muy importante, en este sentido, Aveni Casucci (1989:243) recuerda que *"en una sociedad donde la prisa y la velocidad constituyen mitos existenciales implacables y donde prevalece en todo momento las necesidades de producción y de consumo, la figura del abuelo se inserta como un elemento de estabilidad en el interior de la familia y también de nexo y reflexión entre las generaciones"*. En Europa, parece que la familia funciona como *"fuente de satisfacción, de intercambios recíprocos y "escuela de relaciones intergeneracionales" de una sociedad con cada vez más generaciones coexistiendo"* (Fundación La Caixa, 1994:120).

El papel del abuelo como factor de integración de la familia y de primer educador-entretenedor se mantiene, a pesar de que la estampa del viejo abandonado o intemado por sus familiares sea la más difundida (Aranguren, 1992:2). Entre los jóvenes, se constata que el contacto directo con los familiares mayores modifica la percepción de la vejez, las imágenes positivas de la abuelidad basadas en el conocimiento o en la nostalgia del abuelo contrastan

con los estereotipos negativos de la ancianidad, aunque la realidad no se ajuste exactamente a ninguno de los dos casos. Bazo (1992b:64) explica como "la imagen de la abuelidad, en general positiva, contrasta con la de la ancianidad y las personas ancianas; a las personas les cuesta aceptar la existencia del desinterés y desamor en las relaciones interpersonales". Es decir, los estereotipos negativos se amortiguan por el contacto familiar donde el valor de los mayores se basa en su complementariedad con respecto a la figura de los padres, en la medida que representan el lado agradable del proceso educativo junto a la imagen de la tradición y la representación de la metáfora de la vida.

Tabla 3.2. CONTACTOS CON LA FAMILIA Y CON JOVENES (< 25) EN LOS PAISES DE LA UNION EUROPEA

País	1	2	3	4
Belgica	35,8%	40,3%	4,4%	10,0%
Dinamarca	13,8%	45,5%	1,8%	7,7%
Francia	34,2%	33,8%	3,0%	15,2%
Italia	70,7%	37,7%	3,4%	8,4%
Países Bajos	19,2%	37,2%	3,2%	7,2%
España	60,7%	26,4%	1,4%	11,3%
Alemania	46,5%	36,5%	3,9%	6,0%
Grecia	64,8%	27,8%	6,3%	18,3%
Irlanda	50,1%	46,4%	3,4%	6,1%
Luxemburgo	38,0%	39,5%	3,1%	14,1%
Portugal	59,8%	32,5%	3,8%	6,1%
Reino Unido	21,9%	42,2%	4,0%	7,3%
Unión Europea	44,4%	36,4%	3,4%	9,1%

(1) Contactos familiares todos los días

(2) Contactos con jóvenes con mucha frecuencia

(3) Contactos familiares: nunca/sin familia o amigos

(4) Ningún contacto con jóvenes

Fuente: C.C.E. (1993)

Si se compara el contexto de la Unión Europea, se puede apreciar que la tasa de relación es, en general, bastante alta (tabla 3.2.). Italia (71%), Grecia (65%), España (61%) y Portugal (60%), por este orden, son los países donde más relaciones diarias se dan con algún miembro familiar, y ambos están sobradamente por encima de la media comunitaria (44%). No obstante, se observa que en otros países, especialmente en el Norte de Europa, se establece un contacto directo entre mayores y jóvenes más alto que en el Sur. Parece que se han desarrollado otro tipo de relaciones que mantienen a los mayores en relación con los integrantes de otras generaciones, aunque no pertenezcan a su propia familia. En España, los estudios muestran como la satisfacción de la vida familiar ha aumentado desde 1981, no sólo

en el porcentaje de gente sino también el índice de satisfacción ha aumentado (de 7,43 ha subido a 7,58 en 1990) (Villalain Benito, Basterra Pérez y Valle López, 1992). La evolución de las conductas paternas hacia unos modelos de mentalidad abierta ha sido uno de las principales razones que favorecen la buena atmósfera familiar y, en general, sin grandes conflictos. Los mayores se sienten confiados y útiles en la familia, escenario que repercute positivamente en la evaluación de sus vidas y en el desarrollo del ciclo vital, ya que el 79% afirman estar contentos con su existencia actual. La solidaridad afectiva muestra profundos sentimientos familiares, además se es consciente de su potencialidad para la transmisión de valores y actitudes ya que el grado de valores compartidos en la misma familia suele superar los grados derivados del azar. El amor de los padres (80%) y la devoción familiar (76%) alcanzan altos porcentajes. En resumen, los españoles evalúan muy positivamente el ambiente familiar en que viven, hasta el punto de que, entre todos los segmentos sociales y a todas las edades, menos del 1% lo califican de malo, y sólo un 6% de regular (Centro de Investigación de la Realidad Social, 1993).

Tabla 3.3. AMBIENTE FAMILIAR

Febrero 93	Total	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo	NS/NC
TOTAL	(1200)	26%	66%	6%	*	*	1%
18 a 29	(311)	26%	67%	7%	-	*	-
30 a 49	(421)	26%	68%	5%	1%	-	*
50 a 64	(272)	25%	67%	5%	1%	1%	1%
65 y más	(196)	28%	61%	8%	*	1%	2%

Fuente: Centro de Estudios de la Realidad Social (1993:82)

Si el envejecimiento demográfico consiste en un aumento de las personas ancianas, al mismo tiempo las condiciones sociales han permitido que las distintas generaciones hayan asistido a un cambio social y cultural que afecta tanto a las condiciones de trabajo como al estilo de vida de los ciudadanos. La influencia de las nuevas tecnologías en la vida cotidiana ha permitido un cambio rápido de las pautas de vida y en las familias ha aparecido una sociabilidad a la inversa, de hijos a padres, o resocialización gracias al rejuvenecimiento de modas y costumbres (Negre, 1993:58). Los hijos, más familiarizados con un nuevo sistema de mercado y de ocio, familiarizan a sus mayores con nuevas pautas de conducta, sobre todo de ocio, y se convierten en agentes del reciclaje de los adultos. Esta influencia se refleja en la elección de destinos turísticos, pautas de consumo y de relación pero también en el

aprendizaje de pasatiempos y hobbies, deportes, manejo de ordenadores, o en la elección de la propia indumentaria.

A partir de la segunda Guerra Mundial la sociedad occidental revalorizó la juventud con la consiguiente disminución de la autoridad moral de los mayores. Esta evolución se relaciona con el estilo de cambio prefigurativo (Mead, 1971), propio de las culturas muy complejas en la que los jóvenes asumen una nueva autoridad derivada de su capacidad de adaptación al futuro aún desconocido. La integración en una sociedad que se transforma muy rápidamente requiere que los conocimientos o experiencias que sirven de modelos dispongan de una capacidad de adaptación y modificación casi instantánea con objeto de no perder su operatividad. Es decir, mientras que en las sociedades tradicionales los viejos eran portadores de un saber acumulado con los años o los siglos y que debían transmitir a otras generaciones posteriores, en la actualidad la rapidez de los cambios y la revalorización de la juventud ha permitido el fenómeno citado anteriormente de la socialización a la inversa, de hijos a padres. No obstante, junto al estilo prefigurativo las comunidades complejas pueden exhibir otras conductas propias de sociedades postfigurativas en las que los niños aprenden primordialmente de los mayores y que explican la continuidad del valor del abuelo educador. En la situación actual, para Margaret Mead (1971:102) lo más importante de estos cambios es que *"se han registrado casi simultáneamente, dentro del ciclo vital de una generación, y que el impacto de la idea de cambio es mundial"*. Se trata de un momento único que abarca a todo el mundo.

En España, dos factores contribuyen a la expansión de este fenómeno, por un lado la convivencia pacífica entre generaciones y por otro lado la revalorización de la juventud. Las generaciones que sufrieron un modelo educativo basado en el autoritarismo paterno han debido modificar los hábitos de comportamiento, tarea facilitada por el buen clima general puesto que como Pere Negre (1993: 84) afirma *"debido a la importancia que adquieren las categorías, "juventud", "moda" y "ocio" en nuestra sociedad de masas, la resocialización de los padres cobra un sentido nuevo y específico como exponente de familia horizontal sin modelos muy definidos de socialización de los hijos"*. Esta situación favorece el paso del autoritarismo paterno a la familia horizontal y democrática. En este contexto, los patrones de conducta de los jóvenes y la de los mayores se confunden, la forma de vestir, actividades que

la juventud ha puesto de moda como el turismo o los deportes han tenido un gran éxito en el colectivo de personas mayores.

3.1.2. Condiciones económicas

La edad constituye un elemento determinante en la distribución económica puesto que está directamente relacionada con el nivel de capacidad y la participación en el mercado laboral. Intuitivamente parece que los medios financieros disminuyen con la edad, pero los datos empíricos indican que la situación financiera puede mejorar en un futuro próximo. En primer lugar, las estadísticas ocultan que las personas mayores tienen menos personas a su cargo que permite aumentar los ingresos por individuo. En segundo lugar, a pesar de que la acumulación de recursos económicos suele estar asociado a la juventud y su redistribución a los últimos años del ciclo de vida el patrimonio de los ancianos es más importante que el de los jóvenes y el endeudamiento menor (Hurd, 1990). En Francia el patrimonio de las personas mayores de sesenta y cinco años supera en 70 mil francos al de la media nacional, en Estados Unidos la diferencia es mayor puesto que el 60% del patrimonio americano medio pertenece a este grupo de edad (Cicurel, 1989).

Si bien, la edad legal de jubilación se encuentra establecida en los 65 años, lo cierto es que para muchas personas la jubilación efectiva tiene lugar a edades tempranas. En conjunto, las personas jubiladas se nutren principalmente de las siguientes fuentes de ingresos:

- Las pensiones recibidas de la Seguridad Social.
- Las pensiones complementarias provenientes de los planes de empresa o de los planes privados individuales de pensiones.
- El rendimiento del ahorro atesorado a lo largo de su vida, en sus distintas modalidades de activos financieros y/o valores mobiliarios.

La fuente principal de ingresos de la población en hogares sustentados por mayores de 64 años muestra que, en 1990/91, aproximadamente el 75 por ciento vivían preferentemente de las pensiones, con un predominio de las distintas a la jubilación en el caso

de las mujeres. En cuanto al nivel de ingresos, los análisis de los datos sugieren una mejora en la renta media familiar disponible que, entre 1980 y 1990, se ha multiplicado por 3,13 en el caso de los hogares sustentados por varones mayores de 64 años y por 2,98 en el caso de las mujeres de la misma edad, mientras que el IPC se ha visto incrementado por un factor de 2,03 (SECOT, 1995). Sin embargo, la cuantía de las pensiones no alcanza, en muchos casos, a cubrir la totalidad de necesidades pues éstas *"son pequeñas en su concepto relativo: pensión recibida en relación a necesidades que se tienen y a las cuales no se desea renunciar"* (Ugés Llonch, 1995:438). Por otra parte el ahorro no disponible suele superar al disponible, éste último generalmente de escasa cuantía.

Si bien la renta es motivo de preocupación para las personas mayores, debido al cambio de circunstancias familiares el poder adquisitivo de este grupo puede ser alto a pesar de tener menores rentas porque *"en la mayoría de los casos ya no tienen cargas fijas, como la enseñanza de sus hijos, préstamos hipotecarios, letras de coches o muebles que pagar"* (Grande, 1993:22). El incremento de las pensiones según el índice de vida favorece especialmente a este colectivo que suele padecer la subida de precios en campo más reducido al carecer de los gastos fijos señalados anteriormente y, además, suelen ser propietarios de sus propias viviendas.

No obstante, la crisis económica y las dificultades de los hijos por conseguir un empleo que les facilite la emancipación del domicilio familiar provoca un fenómeno complementario: el incremento de hogares cuyo sustentador principal ronda la edad legal de jubilación. En España en la década comprendida entre las encuestas de Presupuestos Familiares elaboradas en 1980/81 y 1990/91, el número de hogares cuyo sustentador principal tenía 65 o más años aumentó un 38%. En este sentido Herce Sanmiguel (1995:187) considera que *"puesto que el número total de hogares también aumentó en el mismo periodo, el peso de los primeros en el conjunto nacional pasó de representar el 20,4 por cien en 1981 al 25,1 por cien diez años más tarde"*.

Si, tradicionalmente, en España el papel de la familia como institución proveedora de bienestar había sido especialmente importante en el mantenimiento de las rentas de las personas mayores, en la etapa reciente parece darse un proceso inverso. Este cambio afecta tanto en lo que se refiere a la contribución económica de las personas mayores al

sostenimiento de sus descendientes, abarcando en algunos casos incluso a integrantes de dos generaciones, como en lo que viene a representar, en determinadas circunstancias, la prestación de verdaderos servicios sociales (Ayala, Martínez y Ruíz-Huerta, 1995:209).

Tabla 3.4. NÚMERO Y COMPOSICIÓN DE HOGARES CUYO SUSTENTADOR PRINCIPAL TIENE 65 AÑOS Y MÁS . ESPAÑA, 1981-1991.

	1981	1991
Total de hogares	10.024.738	11.298.509
Nº personas por hogar	3,7	3,4
Nº de hogares con sus s. p. de 65 y más	2.041.580	2.830.188
Nº personas por hogar	2,27	2,23
Porcentaje de hogares con sustentador p. de 65 y más años	20,36%	25,05%

(Fuente: Herce Sanmuguel, 1995:187)

Los estudios disponibles sobre el ahorro de los jubilados señalan que éstos tienen tasas de ahorro positivas sobre los ingresos percibidos (rentas de la propiedad y pensiones) y que las plusvalías obtenidas sobre sus activos raramente se convierten en consumo. Es decir, "los jubilados son grandes sustentadores de derechos de propiedad sobre los activos reales y financieros del país" (García-Durán de Lara, 1995:318). En primer lugar, por lo que se refiere a los inmuebles, el porcentaje de jubilados propietarios de viviendas es superior al de otras edades. Además cuentan con títulos de propiedad sobre empresas y con una riqueza implícita, derechos de pensiones de reparto, que son títulos sobre los frutos del trabajo y del capital.

Los modelos de gastos para la población mayor son consecuencia de la edad de estos individuos, de sus experiencias socioeconómicas y de las condiciones socioeconómicas en su lugar de residencia. La influencia de estas tres variables -la edad, la cohorte y el momento histórico- operan simultáneamente y no se puede deducir que el efecto edad sea el más importante de los tres. Los hogares cuyo sustentador principal tiene 65 años o más tienen unos hábitos de consumo diferentes al resto de los hogares, concentran sus gastos significativamente por encima del conjunto de los hogares, en los grupos 1 y 3 -respectivamente alimentos, bebidas y tabaco y vivienda, calefacción y alumbrado-. Estos niveles relativamente bajos de consumo de los mayores y su escasa variación en sus modalidades de gastos pueden ser consecuencia de las oportunidades para el ahorro o de los empleos anteriores mas que un resultado del efecto edad. Por lo tanto, cambios futuros en el

significado y la variación de los ingresos, unidos a modificaciones en la participación del mercado de trabajo y en la mortalidad, podrían alterar los modelos de la demanda (Johnson y Falkingham, 1992:153).

En cuanto al capítulo de gastos, en España se puede apreciar que las personas mayores están abiertas a la adopción de nuevos productos o servicios (Grande, 1993, 1995). Los cambios en la distribución de gasto para el conjunto de los hogares entre 1981 y 1991 se reproducen fidedignamente en los hogares cuyo sustentador principal es una persona mayor de 65 años. En particular, se han desplazado progresivamente desde los gastos de alimentos y mobiliario hacia los gastos en vestido, vivienda y otros gastos en nuevos bienes y servicios. En palabras de José Antonio Herce Sanmiguel (1995:197) estas modificaciones "*reflejan el dinamismo de las personas mayores, capaces de seguir los cambios en los hábitos sociales de consumo*". En conjunto, parece que las nuevas generaciones de personas mayores serán más consumistas y desarrollarán unos gustos y patrones de consumo similares a los del resto de los ciudadanos.

3.1.3. Condiciones físicas

Desde la más remota Antigüedad, uno de los sueños de la humanidad ha sido prolongar la vida y vencer la muerte. Los hombres han considerado el proceso de envejecimiento como un fenómeno patológico, una enfermedad, resultado de la degradación del individuo. Junto a las teorías biológicas del envejecimiento (incapacidad de regeneración celular, cambios estructurales y funcionales, modificación del sistema endocrino...) hay que considerar la interacción de todos los seres vivos con el medio ambiente del que dependen puesto que el envejecimiento, además de ser un proceso biológico, responde a la influencia del medio de manera que las enfermedades, las condiciones de vida y de trabajo, la alimentación, etc. son trascendentales en la maduración.

Si bien la base biológica del envejecimiento continúa siendo un misterio, la genética molecular comienza a abrir nuevos caminos y aunque todavía no se ha alcanzado el viejo sueño de la *inmortalidad*, ni se ha descubierto la codiciada *f fuente de la juventud*, resulta asombroso que, en el último siglo, el aumento de la esperanza de vida haya sido espectacular en casi todos los países occidentales. Por otra parte, las investigaciones científicas destinadas

en casi todos los países occidentales. Por otra parte, las investigaciones científicas destinadas a combatir los problemas derivados del envejecimiento, como por ejemplo de los resultados de los análisis de los efectos de traumas físicos repentinos y las enfermedades típicas de la vejez como el mal de Parkinson o la osteoporosis, sorprende por sus rápidos avances y los beneficios que logran dar a los enfermos, aplazando los síntomas. No hace mucho tiempo la imagen general de una persona de 65 años era la de un anciano con escasas posibilidades de autonomía y que requería unos cuidados especializados. Sin embargo, actualmente esta es la representación de un anciano de 80 años. Es decir, prolongando la autonomía y la salud propia de la edad adulta, se ha logrado retrasar la vejez, en el sentido de persona con un nivel de autonomía limitado. De esta manera se ha ganado también una mejora en calidad de vida⁸ de los mayores.

En este sentido se han desarrollado nuevos conceptos como el de *esperanza de vida activa versus esperanza de vida dependiente* (Katz, Branch, Branson, Papsidero, Beck y Greer, 1983) que parte de la dependencia física o la necesidad de otras personas para poder satisfacer la mayor parte de la actividades cotidianas como el punto de referencia para calificar las condiciones de los ancianos. En la misma línea se han elaborado instrumentos complementarios de medida como *esperanza de vida sin discapacidades* (Colvez y Robine, 1984) o *esperanza de vida con buena salud* (Legare, 1986), ambos se refieren al mismo fenómeno y especulan con la cantidad de años en buenas condiciones físicas que se pueden disponer a partir de los 55 años. En la vida cotidiana se pueden apreciar ejemplos de esta mejoría en el retraso de la edad de jubilación a 70 años para ciertos funcionarios, por ejemplo los jueces. En realidad además de mostrar el deseo de recibir sueldos y no pensiones, también indican la buenas condiciones físicas de estos profesionales y del conjunto de la población.

⁸ En el sistema de indicadores sociales que M^{ra} Luisa Setién (1993) ha establecido para medir la calidad de vida, señala que este concepto es multidimensional, incluyendo componentes materiales y no materiales. La salud es uno de las áreas que evidencian la calidad de vida, y los indicadores que reflejan un acercamiento a la meta de larga vida en buena salud estarían demostrando una mejora de la calidad de vida.

En general, resulta difícil conocer el estado de salud de los mayores debido a las escasas fuentes de información y a la complicación añadida derivada de la inconsistencia de los resultados puesto que en cada caso o bien se utilizan indicadores de evaluación diferentes o se emplean instrumentos de captación de información que no son homogéneos (Instituto Nacional de Servicios Sociales, 1990:111). Sin embargo algunas investigaciones permiten ofrecer una panorámica general de su situación; los resultados de la encuesta sobre necesidades sociales y familiares de la Tercera Edad (Instituto Nacional de Servicios Sociales, 1990) señalan que el 54% de las personas mayores encuestadas declararon que padecían alguna enfermedad o carencia física, y de ellas, el 53% recibían algún tipo de asistencia médica o seguían algún proceso de rehabilitación. El sexo, el estado civil y el nivel de ingresos del hogar son las variables que más condicionan el estado de salud de los ancianos. Conforme aumenta la edad, aumenta también la proporción de personas que se declaran enfermas, pasando de poco más del 51% entre los 60 y 64 años, a casi el 75% los que tienen 85 años y más.

Tabla 3.5. TIPOS DE PROBLEMAS O ENFERMEDADES CITADOS POR LAS PERSONAS MAYORES. ESPAÑA

Datos Globales	
Reumatismo y otros problemas de las articulaciones	22,1%
Asma y otros trastornos cardiorrespiratorios	5,5%
Cataratas, glaucoma y otros problemas de la visión	4,8%
Diabetes y otros trastornos metabólicos	4,0%
Trastornos nerviosos	3,4%
Carencia de órganos o vísceras	2,2%
Carencia de miembros	1,9%
Otros diferentes a los anteriores	24,4%
Total personas que dicen padecer enfermedades y carencias	54,1%

Fuente: Instituto Nacional de Servicios Sociales (1990:129)

Parece una tendencia generalizada que la proporción de mujeres que declaran padecer enfermedades es mayor que la de varones, tanto para el conjunto de la población de 60 y más años como para cada uno de los grupos de edad que componen esta población. En cuanto a las patologías declaradas, los problemas reumáticos, que afectan a las articulaciones, son los más citados (22%). A bastante distancia aparecen el asma y trastornos de tipo cardiorrespiratorio (5%), problemas de visión (5%), enfermedades metabólicas (4%) y trastornos de tipo nerviosos (3%). El 26% de la población encuentra dificultades para desplazarse fuera de su domicilio, un 20% experimenta estas dificultades para salir o entrar

de su vivienda y para algo más del 11% constituye un problema desplazarse por el interior de su domicilio (Instituto Nacional de Servicios Sociales, 1990:130). Según estimaciones del Gobierno Vasco (1995) se considera que entre un 15% y un 20% de los ancianos padecen enfermedades que les conducen a la invalidez y la dependencia. En el caso de las personas más jóvenes, de 60 a 70 años, que son el objeto de este estudio los indicios hacen suponer que estos índices se pueden reducir.

Cuando se controla la variable sexo, se ve que las mujeres experimentan, mayor proporción que los hombres, dificultades de movilidad. Cabe apuntar que los diferentes roles sociales desempeñados por los varones y mujeres pueden influir en estas diferencias. Las labores del hogar y del abastecimiento de los mismos exigen unas capacidades motoras mejores que las necesarias para el desplazamiento personal. Sin embargo, a pesar de los trastornos de salud citados que afectan al 54% de los encuestados, la incidencia no parece demasiado traumática puesto que, generalmente, son problemas menores que permiten una vida normalizada al paciente.

En la investigación publicada por el Instituto Nacional de Servicios Sociales (1990:19) se señala que, aproximadamente, un 90% del conjunto de personas mayores se encuentran en buen estado mental y que el deterioro de las facultades mentales debido al envejecimiento no resulta ineludible. En la misma línea, los niveles de salud general por edad del Informe Foessa muestran que sólo el 12% de la población mayor de 60 años se considera enferma (Miguel de, 1994). En resumen, a pesar de que los problemas de salud empeoran con la edad, se puede apreciar que el deterioro mental y físico no es un estado inevitable en todos los mayores sino que los trastornos de salud suponen más bien ciertas restricciones de las conductas habituales, aunque no se puede olvidar que para los grupos afectados las enfermedades degenerativas suponen un grave problema, personal y familiar.

Tabla 3.6. NIVEL DE SALUD POR EDAD. ESPAÑA 1993

NIVEL DE SALUD	18-21	22-25	26-35	36-45	46-60	Más de 60
Totalmente sano	56%	54%	46%	41%	23%	11%
Más bien sano	32%	35%	39%	38%	36%	25%
Ni sano ni enfermo	8.9%	8.8%	11%	15%	21%	24%
Un poco enfermo	1.7%	1.5%	2.7%	5.1%	15%	2%
Enfermo	0.5%	0.6%	0.7%	1.5%	5.2%	12%
NS/NC	0.3%	0.1%	0.2%	-	0.1%	0.5%
TOTAL	(816)	(764)	(1696)	(1522)	(1841)	(1860)

Fuente: Miguel, de (1994:976)

Rose (1968) relaciona el rechazo a la imagen de tercera edad con las condiciones físicas de los mayores. Así la actitud de resistencia activa hacia el envejecimiento proviene de la influencia de una cultura que valora, especialmente, la apariencia física relacionada con un buen estado de salud física y mental. En esta línea, Rose considera que en un futuro lejano, la posición de los mayores mejorará puesto que sucesivamente serán más jóvenes de cuerpo y espíritu, y la diferenciación por edades tenderá a tener menos importancia en el conjunto de la edad adulta.

Bajo las circunstancias descritas anteriormente y desde una perspectiva de nuevos roles sociales para individuos ancianos, el futuro probablemente traerá un incremento de permisividad, acentuando la diversidad de estilos de vida. También parece que aumentará la libertad para desarrollar modelos idiosincrásicos que proporcionen altos niveles de satisfacción de vida. A largo término, podría disminuir la importancia de la edad cronológica como un rasgo diferenciador entre individuos y se hablará de roles sociales compartidos en función de unos gustos, aficiones e intereses, independientemente de la edad.

3.1.4. Condiciones sociales: un estilo de ocio activo

La sociedad actual ofrece mayores posibilidades para poder elegir individualmente y compensar el poder generalizador de las grandes categorías sociales puesto que se han divulgado procesos de identificación a un grupo, un sentimiento, una moda derivados de la emergencia de pequeñas redes (Maffesoli, 1990). Esta situación está relacionada con una revalorización de una vida más hedonista, menos determinada por el deber ser o el trabajo que concede mayor significación a las identidades procedentes del tiempo de ocio (Cuenca, 1995; Kelly, 1983, 1990, 1993). Especialmente cuando las aficiones elegidas adquieren las

características propias del concepto de ocio serio desarrollado por Stebbins (1992) y por lo tanto pueden ser fuente de identidad personal⁹.

Por estas razones, en relación al estilo de ocio activo que caracteriza al colectivo de mayores, este capítulo se centra en cuatro aspectos diferentes relacionados con el ocio¹⁰ de las personas mayores y que considero importantes para conocer las posibles fuentes de identidad de este colectivo. Se tratan de aspectos complementarios sobre las nuevas posibilidades de ocio que han tenido una buena acogida en el grupo de estudio como se refleja en el nivel de conocimiento de los servicios de ocio y tiempo libre entre las personas mayores de la Comunidad de Madrid donde al menos un 40% conoce alguno de ellos (Díez Nicolás, 1996:584). En primer lugar, se presenta un tipo de actividades educativas, las aulas

⁹ Stebbins (1992:3) define ocio serio como *"la búsqueda sistemática de un hobby o actividad voluntaria que sea lo suficientemente trascendente e interesante para el participante como para encontrar en ella una carrera donde pueda adquirir y expresar sus personales conocimientos y habilidades"*, para que una actividad pueda ser integrada en este grupo debe cumplir los siguientes requisitos:

- Proporciona unos beneficios duraderos que pueden darse en distintos frentes sociales, conocimientos, de interacción
- Requiere unos conocimientos especiales, una habilidades que se deben practicar
- Supone una perseverancia, una carrera personal que implica momentos de esfuerzo, aunque los sentimientos positivos derivados de la práctica de la actividad siempre deben imponerse
- Provee de un ethos especial, un conjunto de valores y normas. Los sujetos implicados desarrollan subculturas propias, modos de vida que giran alrededor del motivo de interés
- Los sujetos tienden a identificarse con la actividad elegida, a mostrarse entusiastas con ella ya que les proporciona una fuerte identidad personal

¹⁰ Se parte del concepto de ocio entendido como un fenómeno más complejo que el mero tiempo libre derivado de la ausencia de trabajo y obligaciones. Como afirma Manuel Cuenca (1995:26) *"visto en toda su amplitud y desde un punto de vista general, es un área de experiencia, un recurso de desarrollo, una fuente de salud y prevención de enfermedades físicas y psíquicas, un derecho humano que parte de tener cubiertas las condiciones básicas de vida, un signo de calidad de vida y un posible potencial económico"*.

de la tercera edad, más adelante se trata el tema de las vacaciones y los viajes turísticos, la participación deportiva de los mayores y para terminar con el análisis de tres asociaciones dirigidas a desarrollar actividades de voluntariado social entre las personas mayores.

3.1.4.1. Actividades educativas: Las aulas de la tercera edad

La presencia cada día más numerosa de personas mayores en el amplio campo de las actividades educativas y de formación constituye un fenómeno social nuevo, particularmente significativo, donde la "juvenilización" general del estilo de vida de las personas maduras les ha llevado de nuevo a las aulas (Aranguren, 1992:85). El envejecimiento de la población ha servido para olvidar ciertos prejuicios sobre las capacidades de aprendizaje de los mayores, aunque se reconozcan necesidades educativas específicas, y ha popularizado ciertas tendencias de educación de adultos como los planes de preparación para la jubilación, las Universidades de la Tercera Edad, las escuelas superiores escandinavas o algunos programas específicos dedicados a la tercera edad como los organizados por el grupo Eldershostel (Titmus, 1989). En general, los programas de educación de adultos tienen como tarea primaria facilitar la evolución personal del hombre y su integración activa en el desarrollo social y cultural de la sociedad que le rodea (Sáez Narro, 1985:47).

Al analizar la oferta de los centros socioculturales con programas para adultos y a pesar de la escasa existencia de estudios e indicadores sobre las características demográficas de las personas que asisten a dichos centros, se puede decir que ese tipo de propuestas no han tenido el eco necesario en la opinión pública y necesitan de mayores incentivos. Víctor Martín García analiza la oferta y matiza que *"posiblemente la consideración de revolución pueda parecer excesiva a la hora de referirnos al conjunto de demandas de oportunidades, "al despertar" de la población anciana, a la creación de movimientos asociaciones, programas de Tercera Edad, etc, etc. Al menos así nos lo parece, si nos atenemos a lo desarrollado en este sentido, en España, donde quizá se podría hablar de un ligero y soñoliento despertar, pero que todavía no ha llegado, ni se hace eco en la calle"* (Martín García, 1994:43-44). Pero si importante resulta la matización anterior, también es

significativo considerar el aumento progresivo de la oferta y de la participación en este tipo de iniciativas.

Este epígrafe se centra en la descripción de los servicios culturales de educación permanente denominados Aulas de la Tercera Edad que nació, en 1978, con vocación de servicio para responder a las necesidades y demandas de este sector de población en materias de cultura y ocio. En 1980 el Ministerio de Cultura, a través de la Subdirección General de la Familia, intentó consolidar el proyecto de aulas regulándolas dentro de una Red de Centros Coordinados (B.O.E. 21 de Junio de 1980). Actualmente, más de setenta aulas de la Tercera Edad se encuentran repartidas en todo el territorio nacional.

Organizativamente las aulas se relacionan a partir de las diversas coordinadoras a nivel autonómico como la Agrupació Cultural de la Gent Gran de Catalunya (A.F.O.P.A.) o a nivel estatal, la Confederación Española de Aulas de Tercera Edad, que favorecen la colaboración entre las entidades y los organismos públicos y privados que trabajan en este campo. La Confederación Estatal ayuda a la creación de nuevas aulas, fomenta las actividades culturales y vincula la agrupación nacional con la asociación Internacional de Universidades de la Tercera Edad (A.I.U.T.A.) con sede en Toulouse.

La finalidad de Las Aulas de Tercera Edad, la promoción y desarrollo integral de la persona mayor a través de la participación en actividades socioculturales, se plasma en los programas estructurados en áreas de trabajo (área de acción cultural, área de dinámica ocupacional, área de desarrollo psíquico-físico, área de acción social y convivencia, área de estudio e investigación, área de extensión cultural). En palabras de Angel de Castro (1990:69) *"las aulas de cultura deben ser un espacio cultural de formación permanente y conjunta a través de la reflexión en común, del debate y el trabajo en grupo con una proyección exterior. Pretende dar un sentido al tiempo de ocio del anciano, crear y gozar de la cultura, disfrutar de la lectura en común y la música potenciando la sensibilidad, dedicar un rincón a los poetas y explotar la vena poética dormida en todos y cada uno de nosotros, debatir temas de actualidad y de interés hasta donde el cuerpo y la mente aguanten"*. No se tratan de un hogar del jubilado, ni de un club de la tercera edad, sino que pretenden ser algo más, sus objetivos son los siguientes:

- Ofrecer una respuesta a las demandas culturales de las personas mayores.
- Establecer un lugar de encuentro, de diálogo, de participación social, donde se viva el tiempo libre de una forma creativa y activa.
- Mejorar la salud y la calidad de vida de las personas mayores a través de actividades socioculturales.
- Promocionar las potencialidades de las personas mayores.
- Ofrecer un cauce de participación crítica a las personas mayores.

A partir de los resultados de una encuesta llevada a cabo en marzo de 1995 a la totalidad de aulas de la tercera edad encuadradas dentro de la Coordinadora Estatal (73 aulas), se ha tenido acceso a cifras de la participación y los programas de dichas aulas. Con un nivel de respuesta de 55% (38 aulas y dos coordinadoras), se ha obtenidos datos de una participación superior a las 30.000 personas inscritas en algunos de los programas ofrecidos por las distintas aulas en todo el territorio nacional. Se puede apreciar que las mujeres constituyen el grupo mayoritario (75%). Los participantes son, generalmente, personas que han asumido la idea de que la educación en el tiempo de ocio puede proporcionar satisfacción personal y autoestima.

Tabla 3.7. PARTICIPANTES EN LAS AULAS DE TERCERA EDAD EN EL ESTADO (% HORIZONTALES). ESPAÑA, 1995.

Total de participantes	Mujeres	Hombres
26.806	20.042	6.764
100%	74,77 %	25,23%

(Fuente: Elaboración propia)

Procedentes de una generación en cuya juventud solamente un grupo reducido disfrutó de posibilidades de estudios, los mayores buscan en los programas educativos un elemento de apoyo que les ayude a la comprensión del mundo y a la integración social, por este motivo, parafraseando a Martín García (1994:43-44), tanto la población en el periodo de madurez tardía y los mayores *"demandan oportunidades, bienes y servicios, no sólo de índole económico-social; sino también, de carácter cultural y educativo. No en vano, estas,*

llamémosle, de momento, "inquietud", se ha identificado como una suerte de revolución, que en algunos lugares se ha definido como la revolución gris". La educación puede servir como una preparación para nuevos roles activos, llenar los intereses personales y permitir una satisfacción personal y la autorrealización. De este modo, la participación social y educativa de los sujetos está modelada por la asignación de roles y estatus, lo que conlleva la asignación de oportunidades y recursos y a la diversificación de sus relaciones sociales (Convey, 1983).

3.1.4.2. Vacaciones

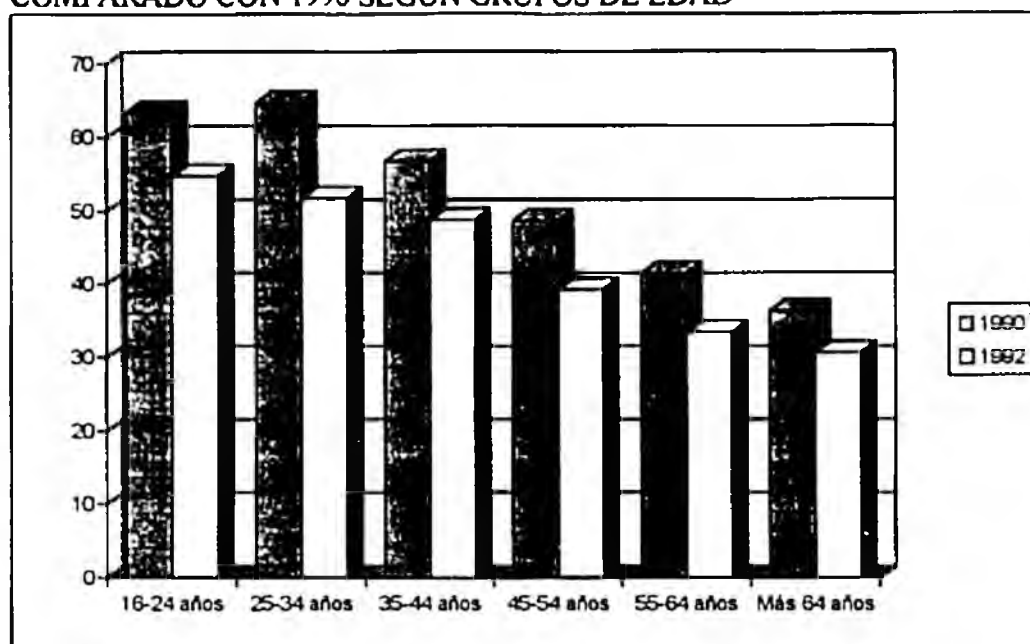
El marketing comercial controla el inmenso mercado que tiene con los mayores ya que los índices de consumo se mantienen hasta la cuarta edad (alrededor de los 75 años) (Grande, 1993). Sin embargo, la producción todavía responde mal a la demanda específica de los consumidores mayores y algunas industrias como las del sector ocio, particularmente el turismo, no se ocupan lo suficiente de un grupo que, tiene unas buenas condiciones para disfrutar de su tiempo libre. Las estadísticas indican que el colectivo de personas mayores constituye un grupo objetivo con gran capacidad potencial de desarrollo, así entre los años 79 y 89, en Francia la tasa de salida de vacaciones de la población comprendida entre los 55 y 70 años se ha doblado mientras que para las personas comprendidas entre 20 y 64 años sólo ha aumentado en un 10% (Cicurel, 1989:273). Sin embargo, algunos investigadores han centrado sus estudios en las preferencias de los viajeros mayores en relación con la evolución del ciclo de vida (Gibson y Yiannakis, 1993; Supernaw, 1989; van Harssel, 1994; Yiannakis y Gibson, 1992). Parece que este colectivo tiene una preferencia por los viajes organizados, modalidad que les permite desplazarse con cierta tranquilidad y, a la vez, mantienen una cierta apariencia de un estilo de vida juvenil (Gibson y Yiannakis, 1993). Supernaw (1989) analiza el segmento de consumidores mayores respecto a los viajes y sugiere que hay tres categorías distintas de personas mayores en función de sus intereses en este campo. El primer grupo reúne aquellos viajeros experimentados que desean continuar viajando y en cuyas selecciones la industria turística puede influir poco, puesto que tienen unos gustos marcados. La segunda categoría la componen aquellas personas interesadas en viajar pero que todavía no han salido mucho y están predispuestos a buscar fuentes de información, este colectivo representa un mercado que se incrementará en los próximos años al incorporarse los viajes a

las actividades propias del estilo de vida de los mayores. El tercer grupo lo conforman los potenciales viajeros o aquellas personas que deben ser educadas e informados sobre las ventajas de los viajes y de como el viaje se puede integrar en su forma de vida habitual.

En España las encuestas indican que algo más de la mitad de los ancianos españoles pasan las vacaciones en su domicilio habitual sin recibir en él a familiares y amigos. Cerca del 29% se desplazan a otros lugares, con familiares o amigos, y alrededor del 18% reciben en su domicilio la visita de otras personas para pasar algunos días (Instituto Nacional de Servicios Sociales, 1989:62). Sin embargo la edad pierde poder explicativo cuando se asocia con el estatus, la ocupación o el nivel de estudios. La sedentariedad vacacional está en proporción inversa con el nivel de ingresos del hogar y con el estado de salud, se da más entre los viudos y solteros y es significativamente mayor en los núcleos rurales y urbanos intermedios que en las grandes ciudades de más de 500.000 habitantes.

En 1992 se dio una reducción de los porcentajes de población que salió de vacaciones, restricciones que afectaron a todos los grupos de edad, la tasas disminuyeron respecto a 1990 y se situaron a los mismos niveles que en 1987 (44%). Según el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1993), el descenso responde a una fase en la que prima la contención del gasto frente a la inversión en bienes de consumo. A pesar de esta disminución, si se analiza la evolución de los hábitos de los españoles, se puede apreciar el nacimiento de una cultura turística en la que todavía no nos encontramos al nivel de otros países europeos pero que ha afianzado las tasas de viaje entre toda la población -no sólo en el grupo pionero de los solteros, jóvenes y de estatus socioeconómico alto/medio-alto-, sino también entre los más mayores. Esta tendencia se puede comprobar en las tasas de reducción donde precisamente el grupo de edad mayor alcanza las cotas más bajas (6.3 puntos), seguidos de las personas comprendidas entre los 55 y 64 años (7.9 puntos), el grupo de 35 y 44 años (8 puntos) y los más jóvenes (8.6 puntos).

Gráfico 3.1. PORCENTAJE DE POBLACION QUE VIAJO EN 1992 COMPARADO CON 1990 SEGUN GRUPOS DE EDAD



Fuente: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1993:31)

Antonio Alvarez Sousa (1994:314) establece una tipología de turistas a partir de una técnica cluster en la que relaciona las características sociodemográficas y las singularidades del propio viaje (lugar de destino, medio de transporte, motivaciones...). El resultado son seis tipos de turistas a los que denomina turista de élite, social joven, social tercera edad, ambulante, familiar y biotopo-oneomaniaco. De entre ellos una de las categorías hace referencia exclusivamente a las personas mayores: el turismo social tercera edad¹¹. En este campo, a partir de 1985, el INSTITUTO NACIONAL DE SERVICIOS SOCIALES ha desarrollado un programa subvencionado de vacaciones para la tercera edad cuyos objetivos estaban dirigidos a dar satisfacción a dos grandes aspiraciones sociales: mejorar la calidad de vida de las personas mayores y favorecer la creación y mantenimiento de empleo en los principales destinos turísticos (Ministerio de Asuntos Sociales, 1992:9). El

¹¹ Nacido de la Sociedad del Bienestar, el objetivo del turismo social es proporcionar recursos a los grupos más desfavorecidos, aquellos que no tienen medios suficientes para realizar turismo. Este apartado incluye dos grupos: los jóvenes favorecidos por una serie de características especiales como rebajas en transportes, visitas a museos, alojamientos, etc. y los mayores para los que se han creado programas especiales, además de descuentos en viajes y visitas (Alvarez Sousa, 1994: 314).

programa de vacaciones ha sido muy valorado por los usuarios y tiene gran incidencia en el sector turístico puesto que contribuye a la desestacionalización de una actividad eminentemente estival. Desde 1985, fecha de inicio del plan de vacaciones hasta la temporada de 1993 más de un millón y medio de personas han utilizado los viajes de turismo social. Los datos del INSERSO permiten apreciar el aumento de demanda que ha pasado de 16.000 personas en 1986 a un número de 350.000 personas en 1995. De tal forma que en 1995 para la ejecución del programa vacacional se pusieron en marcha 2.100 puntos de venta en agencias de viajes, se realizan once mil movimientos de autocares, 34.000 trayectos en barco y 3.700 viajes en avión. Estos datos no tienen en cuenta los desplazamientos organizados y subvencionados por diversas Comunidades Autónomas, Diputaciones y Ayuntamientos. No obstante; se aprecia que la demanda de este tipo de programas se concentra en las personas mayores que aún no son muy ancianas, que viven en lugares donde las redes de comercialización turística, el entorno cultural y las propias costumbres personales facilitan la decisión de viajar (Instituto Nacional de Servicios Sociales, 1989).

3.1.4.3. Participación deportiva

En 1972, el Consejo de Europa organizó una amplia campaña bajo el título *Deporte para Todos*, cuyo objetivo era la difusión del deporte no competitivo entre aquellos sectores de población más alejados de las prácticas relacionadas con la actividad física como las mujeres o las personas mayores. Desde entonces los organismos públicos de numerosos países han incluido las actividades físicas para los mayores entre la oferta de los polideportivos e instalaciones deportivas, organizando cursos de gimnasia o ejercicio físico adaptados a las características de este colectivo, además de las actividades deportivas ofertadas al público general. Las técnicas de ejercicios en edades avanzadas se utilizan con el fin de prevenir el proceso de envejecimiento y evitar la degradación funcional física y psíquica. En concreto, los ejercicios de gimnasia de mantenimiento se dirigen a todas las personas no inválidas cuya preocupación es luchar contra el inmovilismo y la soledad, y por consiguiente, modificar favorablemente su comportamiento psicosocial.

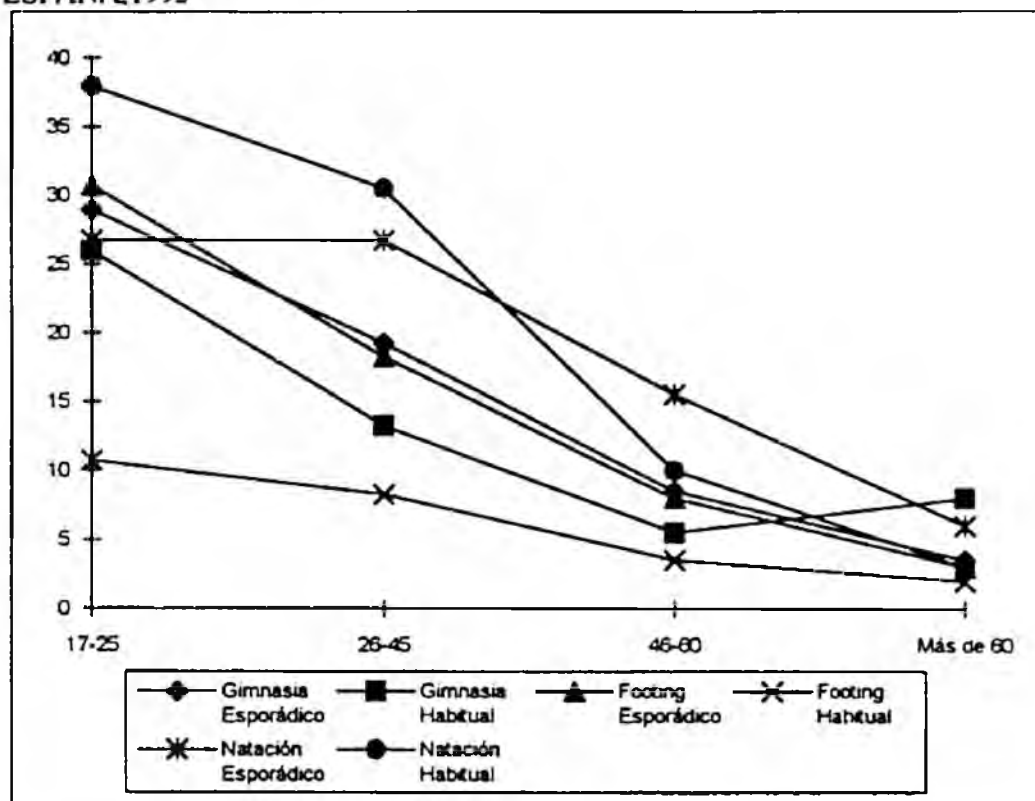
Este tipo de programas se apoyan en la estrecha relación de base entre los factores psicológicos y los factores físicos. Los sujetos que disfrutan de un buen estado de salud

suelen gozar de una actividad mental satisfactoria y, a la inversa, una actitud mental abierta a nuevas pautas de aprendizaje y adaptable a los cambios genera un efecto psicossomático positivo en la longevidad de la persona (Altman, 1984 Barrallo Villar, 1990; Zambrana y Rodríguez, 1992). En palabras de Pineau (1994:63) *"las actividades físicas tienen la ventaja de poder practicarse por la mayoría de las personas mayores, sin discriminación social ni apremios económicos. Permiten alcanzar de forma más segura posible los objetivos que debe proponerse la tercera edad, a saber: mantener la autonomía física, cultivar nuevas relaciones sociales y divertirse en un ambiente recreativo que engendre a la vez una relajación psíquica y el placer de moverse"*. Coutier, Camus y Sarkar (1990:28) dividen en tres grupos las técnicas de ejercicio físico dirigido a la tercera edad:

- **Ejercicios de gimnasia de mantenimiento:** dirigidos a todas las personas no invalidas cuya preocupación es luchar contra el inmovilismo y la soledad. Los beneficios psicológicos son tan importantes como los físicos, por esta razón se programan tres objetivos fundamentales:
 - Evitar el aislamiento
 - Devolverles el placer del movimiento y la actividad física
 - Integrar a las personas en un grupo de referencia que les proporcione un marco de relación
- **Ejercicios de gimnasia de rehabilitación:** destinados a la reeducación y readaptación de funciones físicas.
- **Actividades físicas de carácter deportivo:** este tipo de actividades sirven de complemento para perfeccionar el espíritu de equipo y desarrollar la voluntad de

emulación dentro del grupo a la vez que mejoran las capacidades físicas de los participantes¹².

Gráfico 3.2 PRACTICAS DEPORTIVAS MAYORITARIAS POR EDAD. ESPAÑA, 1993



Fuente: Ruiz Olabuena (1994:2010) Adaptación de la autora

La edad es un factor determinante en la tasa de práctica deportiva, su influencia se encuentra mediatizada por la variable clase social; los más jóvenes y los individuos de clases medias practican deporte con mucha mayor frecuencia que las personas de edad avanzada, aunque como recuerda García Ferrando (1991:131-132) *“el deporte en España, como componente de un ocio activo y diferenciador, tiene mejor imagen que desarrollo real. Buena parte de la población está interesada en el deporte, reconoce los beneficios de su práctica para la salud física, las relaciones sociales y el desahogo emocional y psíquico.*

¹² Resulta curioso constatar que la consideración de deportistas veteranos se concede a todas las personas mayores de treinta y cinco años, periodo en que comienza a declinar la potencia física y por tanto, se debe ir reduciendo el esfuerzo aunque se mantengan otras cualidades como la habilidad y la resistencia.

Pero se practica menos de lo que se desea. Problemas de tiempo libre, de escasa preparación educativa y cultural, y la subrepticia indolencia y pereza de muchos, son factores que impiden una mayor implicación de la población española en la práctica de algún deporte". Las estadísticas indican que los deportes más populares entre la población española son la natación, la gimnasia y el footing (Ruiz Olabuenaga, 1994).

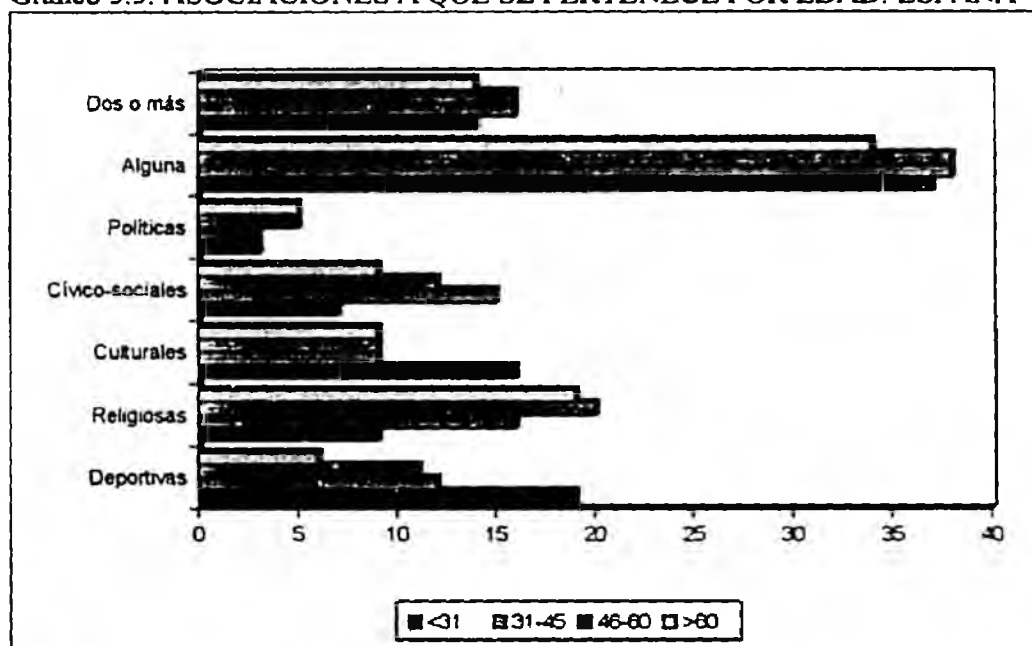
La práctica deportiva es baja para el conjunto de la población, y especialmente para los mayores que no han adquirido este tipo de hábitos en su juventud. No obstante resulta interesante constatar el interés de las personas mayores por las actividades ofertadas especialmente para ellos, especialmente de la gimnasia, prácticas que si bien no son representativas en las tablas de la población general, se superan año a año. En los casos citados, la motivación básica para la práctica deportiva es el fomento de la salud y la forma física. Los mayores que descubren de nuevo la actividad física son pioneros de una nueva generación a la que una educación más racional, vinculada con mejores condiciones de vida, haría más sensibles en la búsqueda de un nuevo *arte de vivir* (Pineau, 1994:61). Las actividades físicas sirven no sólo a nivel de recreación o actividad de tiempo libre, sino también a nivel de *"prevención física, psíquica y social, ya que estas actividades físicas adaptadas a la persona mayor se imponen como un medio insustituible para salvaguardar la motricidad, para romper el aislamiento y hacer retroceder el plazo tan temido -en los planos humano y económico- de la Cuarta Edad, que es la pérdida irremediable de la autonomía"* (Coutier, Camus y Sarkar, 1990:262).

3.1.4.4. El voluntariado social

Los intereses de los jubilados no se limitan al descanso o las actividades de ocio. Para muchos de los que se encuentran en buena forma física las actividades lúdicas no son suficientes para llenar sus inquietudes y dar un sentido a su vida social sino que prefieren mantener relaciones activas con la sociedad. Al mismo tiempo, dentro de cada comunidad local, hay una necesidad creciente de desarrollar el trabajo voluntario de manera complementaria a los servicios ofrecidos por los gobiernos. Las asociaciones tienen una importancia fundamental por cuanto que pueden abrir una vía de participación a todos los ciudadanos y desempeñan un importante papel como garantes de determinados valores

democráticos y de solidaridad. Su estructura canaliza la capacidad de solidaridad individual en beneficio de grupos más amplios, permitiendo su mayor repercusión y la multiplicación de sus efectos. Con una importante perspectiva de vida sin discapacidades, muchas personas mayores se quieren sentir agentes activos y eligen entre la numerosa oferta, aunque generalmente poco conocida, una actividad adecuada a su propio conocimiento e intereses. Es importante que se haga confluír la demanda y la oferta en el campo de la promoción del trabajo voluntario de los mayores ya que muchos de sus componentes no pueden desempeñar ningún trabajo pagado, pero pueden enrolarse como voluntarios en alguna institución sin ánimo de lucro.

Gráfico 3.3. ASOCIACIONES A QUE SE PERTENECE POR EDAD. ESPAÑA



Fuente: Ruiz Olabuenaga (1994:1979) Adaptación de la autora

La sociedad americana ha llegado a desarrollar un fuerte crecimiento del llamado tercer sector, compuesto por las asociaciones privadas sin ánimo de lucro. Se estima que uno de cada dos adultos americanos trabajan como voluntarios (Drucker, 1989). En España, las cifras confirman que el asociacionismo en general es débil (37%); en cuanto a la variable edad representa una realidad compleja. Las personas que pertenecen a una sola asociación desciende vertiginosamente a partir de los cuarenta años, mientras que como indica José Ignacio Ruiz Olabuenaga (1994:1984) "la pertenencia simultánea a "varias" asociaciones a

la vez es un hábito social cuya frecuencia aumenta con la edad, hasta los cuarenta años, para luego ir descendiendo paulatinamente hasta la vejez".

En un sentido similar al concepto de integridad desarrollado por Erikson (1992), Midlarsky y Kahama (1994:225) consideran que *"Si bien cada persona es diferente y cada uno puede encontrar un sentido a su vida de maneras diversas, la implicación en labores humanitarias se basa en la identificación y el reconocimiento de los otros, que provoca una revalorización de la propia vida. Especialmente para los mayores, que tienen más cercana la idea de la muerte, las tareas humanitarias reflejan un compromiso con la propia vida"*.

Aunque se trata de una corriente reciente y minoritaria, se puede apreciar una tendencia creciente a nivel internacional que acentúa el rol social de los jubilados en el pleno ejercicio de su ciudadanía y se desmarca del modelo de jubilación descanso o de jubilación ocio (Conseil Economique et Social, 1993:20). Como señala el Consejo Económico y Social su importancia no se deriva del número de sus actores sino del carácter innovador de las prácticas desempeñadas, la esperanza que manifiesta y de la nueva cultura que se deja entrever. Si un enfoque lúcido nos pone en guardia contra una visión idílica de las actividades de utilidad social desempeñadas por los jubilados, también invita a no subestimar las oportunidades que representan para la sociedad en cuanto que revaloriza la existencia de una actividad libre y creadora de riqueza social frente al trabajo, que sólo representa un 11% del tiempo de vida. Por otra parte, valoran la solidaridad de lo cercano, completando y dinamizando la solidaridad institucional que asegura las coberturas sociales imprescindibles. En tercer y último lugar, privilegian las relaciones entre generaciones y tienden a modificar el movimiento de segregación entre edades que se ha desarrollado en las últimas décadas.

Con la preocupación de preservar la capacidad de innovación que constituye la razón de ser de las actividades de utilidad social, la Unión Europea y el Consejo Económico y Social han juzgado pertinente promover una acción política que se puede traducir en la creación de estructuras de apoyo a las acciones innovadoras, la mayoría de las cuales fueron iniciadas en 1993, declarado *Año de las Personas Mayores y la Solidaridad Intergeneracional*. Estas iniciativas se han completado con otras acciones de instituciones nacionales y locales como la Fundación Caja Madrid y la Fundación La Caixa. Recientemente se ha dado una preocupación por el tema de la autogestión en las asociaciones de mayores, y

se han iniciado algunos programas que pretenden fortalecer los conocimientos sobre organización, dirección de reuniones, planificación y programas de las juntas para que estas puedan ser más eficaces en el cumplimiento de sus objetivos.

Como ejemplos prácticos de programas de voluntariado de la tercera edad se describen tres de ellos elegidos en función de su ámbito de intervención nacional: Seniors Españoles para la Cooperación (SECOT), los guías voluntarios para enseñar los museos de España a niños, jóvenes y jubilados y el programa de voluntariado de la tercera edad de Cruz Roja. El fundamento común de todos los programas es la convicción de la necesidad de aprovechar el potencial humano de las personas mayores de 60 años, en su mayor parte jubilados y pensionistas, con buenos niveles educativos y culturales, un saludable estado y que muestran deseos compartidos de seguir activos, participativos y útiles a la sociedad. Especialmente, estos mayores buscan transmitir sus saberes y experiencias a las generaciones jóvenes.

3.1.4.4.1. Seniors Españoles para la Cooperación Técnica (SECOT)

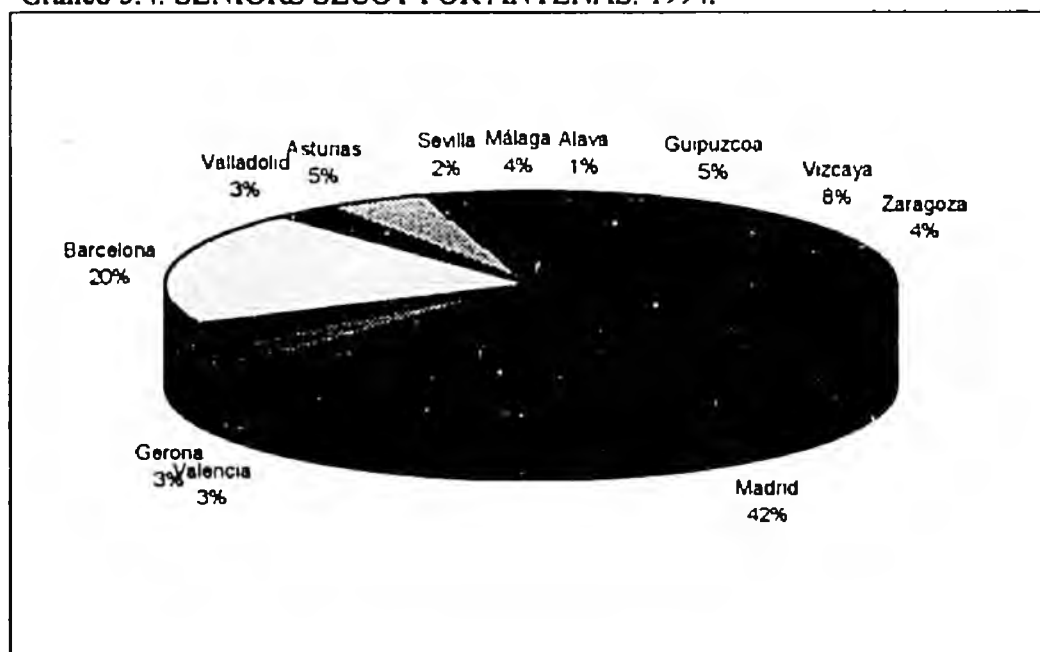
SECOT es una asociación independiente y sin ánimo de lucro, promovida por tres entidades: Acción Social Empresarial, Circulo de Empresarios y Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España. Se fundó en 1989 con el objetivo de prestar asesoramiento técnico profesional, a cargo de expertos jubilados y pre-jubilados a empresas u organismos con dificultades de acceso a la consultoría comercial, preferentemente en regiones económicamente desfavorecidas o en países en desarrollo. Por esta razón, los seniors de SECOT prestan su colaboración de manera gratuita, con intervenciones temporales (máximo de seis meses) y con independencia de cualquier interés o entidad. De manera que desempeñen su labor sin hacer la competencia a consultores profesionales.

Este tipo de experiencias surgió en Estados Unidos en los años cincuenta, a partir de personas jubiladas con voluntad de compartir sus conocimientos, experiencia y relaciones con la colectividad. La idea de partida es que los profesionales jubilados pueden ocuparse útilmente y aportar su experiencia profesional a quien lo necesite. En los años ochenta se

trasladaron a Europa con una orientación nueva: ayudar a la creación de negocios y a la consolidación de empleo en las pequeñas y medianas empresas.

SECOT se encuentra integrado en la Red Europea de Voluntariado Económico (Red R.E.B.E.) que agrupa asociaciones de seniors de doce países europeos y puede contar con el concurso de más de 7.000 seniors. En el Estado Español, SECOT se encuentra organizado en una estructura de Antenas o grupos organizados, generalmente apoyados en Cámaras de Comercio o locales cedidos por éstas. En octubre de 1994 se contaban antenas en doce ciudades españolas: Barcelona, Bilbao, Gerona, Madrid, Málaga, Oviedo, San Sebastián, Sevilla, Valencia, Valladolid, Vitoria y Zaragoza. El conjunto de antenas movilizan a 360 seniors, más 27 seniors, que representan el 7% del total, aún fuera de antenas. Madrid agrupa el 41% de los socios, seguido de Barcelona (20%) y Vizcaya (8%), el resto de los seniors se encuentran distribuidos en las otras antenas, ninguna de las cuales supera el 5 por cien del total.

Gráfico 3.4. SENIORS SECOT POR ANTENAS. 1994.



Fuente: SECOT (1994:3)

La proporción de titulados superiores se mantiene próxima al 90%. El perfil más extendido es el de cuadros superiores o directivos de empresas con un compromiso de apoyo a las generaciones jóvenes y al desarrollo local. En cuanto a la distribución profesional el colectivo de ingenieros y arquitectos es el más numeroso (35%), siguen en importancia

relativa los titulados en ramas económico-empresariales (17%), químicos-farmacéuticos (8%), marketing y ventas (7%), sector agroalimentario (5%), comercio exterior, administración-contabilidad, recursos humanos, derecho y administración pública que no sobrepasan el 4 por ciento (Senior Españoles para la Cooperación Técnica, 1994). Resulta significativo la escasa presencia de aquellas profesiones que por su naturaleza son de libre ejercicio (abogados, arquitectos, etc.), quizás la explicación es la propia libertad de jubilación que les permite permanecer durante más años ligados a su actividad profesional.

La implantación social, en términos generales parece muy positiva. En 1993 SECOT registró 590 solicitudes de asesoría, lo que supone un incremento del 56% respecto a 1992, de esas 590 solicitudes; 334 (57%) fueron atendidas por los seniors de SECOT. El crecimiento se confirma en el año 1994 cuando se firmaron 255 acuerdos de colaboración con empresas. Todos los trabajos realizados por los miembros de SECOT se realizan en parejas, de manera que se incremente la complementariedad de conocimientos y disminuya el riesgo de que alguno de los proyectos quede inacabado. Además SECOT ha firmado diversos convenios de colaboración con el Ministerio de Asuntos Sociales para el asesoramiento de jóvenes emprendedores, con el Instituto de la Pequeña y Mediana Empresa Industrial para colaborar en el asesoramiento de las PYMES o con la Fundación Caja Madrid, en virtud del cual, las Asociaciones sin ánimo de lucro que presten servicios a la sociedad- y no sólo a sus propios miembros- y que deseen recibir asesoría para mejorar su gestión pueden contar con la ayuda de la Fundación, éste último acuerdo estuvo en vigencia durante 1994. En conjunto, se puede evidenciar las perspectivas de crecimiento e implantación de esta iniciativa en la sociedad española que se sustenta en el trabajo voluntario de los seniors.

3.1.4.4.2. Los guías voluntarios para enseñar los museos de España a niños, jóvenes y jubilados

Este programa nació en 1993, promovido, dirigido y coordinado por la Confederación Española de Aulas de la Tercera Edad con el apoyo de la Comisión de las Comunidades Europeas y la Dirección General de Cooperación Cultural del Ministerio de Cultura. Colabora con la Fundación Caja de Madrid, la Federación Española de Amigos de los Museos (FEAM); la Federación Española de Universidades Populares (FEUP) y otras

entidades especializadas en la promoción sociocultural de las personas mayores. Todas ellas consideran que la revalorización del patrimonio constituye un campo privilegiado de intervención para los mayores que favorece, a la vez, el contacto intergeneracional.

Está dirigido a personas jubiladas capacitadas convenientemente que, de manera altruista, están interesadas en potenciar los museos, acercar las riquezas histórico-artísticas especialmente a los niños y a los jóvenes estudiantes, así como a las personas mayores y a los colectivos marginados del disfrute de los bienes culturales. Además pretenden prestar una eficaz ayuda a los museos que no cuentan con servicio de guías. En una búsqueda del desarrollo de todas sus potencialidades, el proyecto se establece en fases sucesivas (Jordana Laguna, 1994):

1. **Fase de información y difusión**, dirigida a los museos y a los colectivos de tercera edad.
2. **Fase de captación y selección de voluntarios**, la selección se realiza según las aptitudes y actitudes de las personas interesadas.
3. **Fase de formación y motivación**, formación tanto como voluntarios de museos como formación específica en el museo elegido.
4. **Fase de aplicación y desarrollo**. Tras desarrollar una campaña de difusión a colegios y centros educativos, se aplica el programa a grupos reducidos de estudiantes y personas mayores.
5. **Fase de seguimiento y evaluación**. La evaluación tiene lugar por parte del museo, de los voluntarios y de la entidad responsable.

La primera fase piloto se inició en Madrid en catorce museos, tras el éxito de la cual se pasó a una nueva fase de consolidación y ampliación a nuevos museos de la capital de España, a la vez que se han ido incorporado al programa diez y nueve museos procedentes del resto de las Comunidades Autónomas. La continuidad y la expansión de la experiencia está pendiente de las ayudas que la entidad pueda recibir de distintas entidades nacionales e internacionales, pero las perspectivas actuales parecen mostrar que el interés de los museos y

de los voluntarios es creciente en todo el Estado. Como prueba del éxito de esta iniciativa se puede citar que solamente durante el primer año de instauración se atendieron a 3.456 grupos escolares de colegios e institutos y se enseñaron los museos a 86.365 niños y jóvenes estudiantes y a más de 20.000 personas mayores. Si se contabiliza un año de calendario, 1994, solamente en Madrid, se atendieron 730 inscripciones para ser voluntario de museos, de los cuales 361 fueron seleccionados y destinados a los diez y siete museos incluidos en el programa, mientras que 150 voluntarios se encuentran en la lista de espera. Estos guías voluntarios enseñaron en este periodo de tiempo los museos de Madrid a más de 100.000 estudiantes (Jordana Laguna, 1994). En cuanto a la variable sexo, y al contrario de las cifras relativas a las Aulas de la Tercera Edad, en este caso los hombres aparecen como el colectivo más participativo -el 57% de los voluntarios son varones y el 43% mujeres-. Atendiendo a edades, se puede apreciar que la mayoría se encuentra entre los 60 y 70 años de edad (74%), el 12% tienen edades comprendidas entre los 70 y 74 años y por encima de los 75 años sólo se encuentra el 5%. Respecto a sus estudios, la mayoría de los participantes ha conseguido el título de bachillerato (40%) o de estudios universitarios (39%), mientras que el 21% ha cursado estudios primarios.

Tabla. 3.8: GUIAS VOLUNTARIOS DE MUSEOS EN MADRID. SEGUN GRUPOS DE EDAD, 1994.

Edad	%
Entre 55-59 años	9%
Entre 60-64 años	40%
Entre 65-70 años	34%
Entre 70-74 años	12%
Entre 75-79 años	3%
Más de 80 años	2%

Fuente: Jordana Laguna (1994)

En cuanto a la evaluación del programa, a pesar de no disponer de datos cuantificables, se puede afirmar que el programa ha conseguido un gran éxito. Los directores de los museos consideran que prestan un servicio de difusión cultural muy necesario y para el que se han preparado con gran dedicación. Los guías estiman que el sentimiento de utilidad y felicidad derivado de la transmisión de sus conocimientos les ayuda a vivir con ilusión y entrega. En último lugar la Entidad promotora del programa, la Confederación Española de Aulas de la Tercera Edad, se siente satisfecha por la repercusión positiva del mismo en los

medios de comunicación, en el colectivo población de la Tercera Edad y en la sociedad en general.

3.1.4.4.3 Programa de Voluntariado de Tercera Edad de la Cruz Roja

El programa *Voluntariado para Tercera Edad* que se oferta desde la Cruz Roja Española pretende ser una alternativa al tiempo libre de la población anciana que permita convertir a las personas mayores en agentes de intervención y transformación de su propia realidad. El objetivo principal es la dinamización del colectivo por medio de su incorporación en el proyecto social de la Cruz Roja. Por esta razón sus destinatarios son todas aquellas personas que deseen trabajar en cualquiera de los proyectos de trabajo social que esta entidad tiene en marcha, potenciando la participación de las personas mayores en tareas de voluntariado con una importante proyección social.

Actualmente el voluntariado de Cruz Roja es mayoritariamente joven, las cifras muestran que de un total de 112.303 voluntarios que colaboran en su tiempo libre, sólo 4.723 tienen más de sesenta años (Suárez del Toro, 1995: 128). Sin embargo, las perspectivas de futuro resultan favorables para el desarrollo de la oferta basada en una demanda creciente. Según una encuesta realizada por Cruz Roja en sus 52 Asambleas Provinciales, en 1993, se reveló que la mayor parte de los voluntarios mayores colaboraban en tareas relacionadas con la atención a otras personas de edad avanzada (26%), seguido por labores de atención a refugiados (22%) y labores puntuales (21%).

Tabla 3.9. TAREAS DESEMPEÑADAS POR LOS VOLUNTARIOS MAYORES EN LA CRUZ ROJA ESPAÑA

Tarea	%
Tareas de acompañamiento	25,8%
Labores relacionadas con refugiados	22,1%
Labores puntuales	21,3%
Desarrollo de actividades lúdicas	16,1%
Monitores en talleres y cursos formativos	14,7%

(Fuente: Suárez del Toro, 1995: 129)

El desafío del programa es transmitir el mensaje de una posible incorporación a unas dedicaciones voluntarias donde los mayores pueden prolongar su vida activa. Al igual que en el resto de las tareas de Cruz Roja, estas iniciativas deben basarse en objetivos humanitarios,

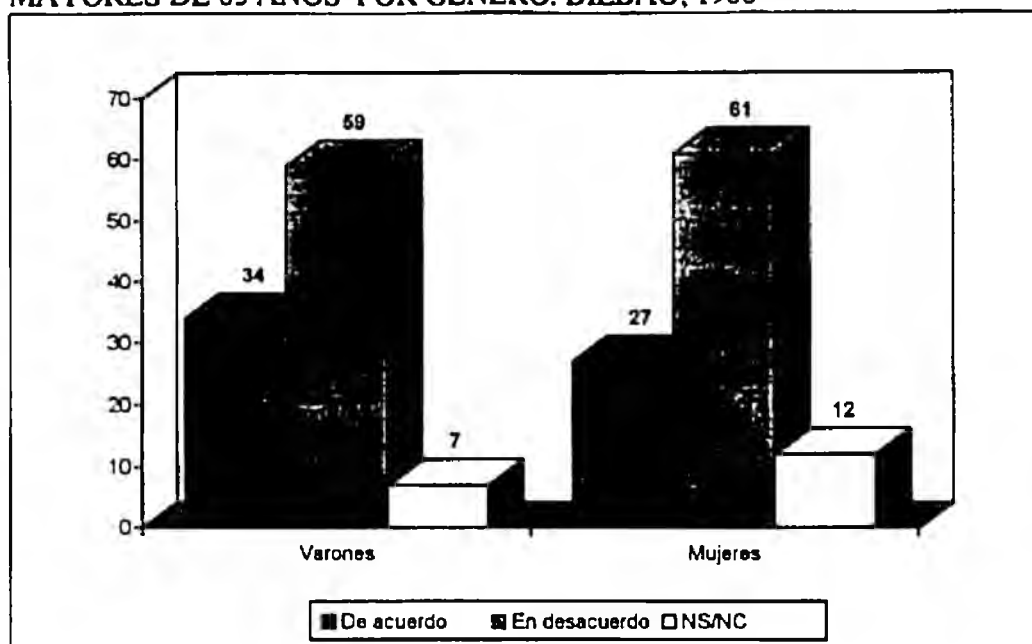
aunque no es imprescindible la pertenencia a la estructura organizativa ya que se es consciente de la necesidad de una simplificación burocrática para facilitar la incorporación de las personas que así lo deseen. Los voluntarios, supervisados por profesionales, aportan su contribución al mantenimiento de la vida social de personas con problemas sociales, ya sea ayuda a domicilio de ancianos minusválidos o de apoyo a familias problematizadas.

3.1.5. La falta de identificación con la vejez

La edad es un concepto elástico, difícil de precisar ya que no se mide simplemente a lo largo de una línea temporal, Kastenbaum, Denkin, Sabatini y Artt. (1981) mostraron que la mayoría de la población tiene otras concepciones de la edad alejadas de la puramente cronológica y distinguen entre la edad personal como un informe personal de la propia edad diferente, generalmente, más joven que la edad cronológica, y la edad interpersonal o el estatus de edad de un individuo evaluado por los demás. Esta noción, constituida a partir de la personal e interpersonal, establece la diferencia entre parecer y sentir, desde un mismo marco de referencia, representan diferencias apreciables en el total de la edad consensual. La edad que una persona representa suele ser el aspecto de la edad personal que se encuentra más cercano a la edad cronológica. El miedo a envejecer generalizado en las sociedades modernas se relaciona con el temor al declive físico y mental, influido por el culto a la juventud que la Sociedad Occidental estableció a partir de la Segunda Guerra Mundial.

La falta de identificación con la vejez, especialmente entre los más jóvenes de ellos, les lleva a conformarse como un grupo separado y distinto ya que los estereotipos negativos de la tercera edad no son los propicios para ser identificados con ellos. Los mayores eluden su pertenencia a este grupo y buscan estrategias para evitar dicha identificación, una de ellas es negar su propia edad y definirse como de mediana edad (Hooyman y Kiyak, 1993:31).

Gráfico 3.5. ACTITUDES SOBRE "SE SIENTE USTED VIEJO/A". PERSONAS MAYORES DE 65 AÑOS POR GÉNERO. BILBAO; 1988



Fuente: Bazo(1990:167). Adaptación de la autora.

M^a Teresa Bazo señala que los más jóvenes entre los mayores rechazan cualquier etiqueta que pueda estigmatizarles, por tanto tratan de no identificarse con la vejez o, en definitiva, con su imagen más socialmente extendida asociada tanto a la enfermedad física y mental como a la falta de belleza y salud (Bazo, 1992a:59). Aunque ambos géneros rechazan sentirse viejos, las mujeres se atreven más que los varones a proclamar su no vejez. La apariencia física es muy importante a la hora de asumir el envejecimiento, tanto para uno mismo como de cara a los demás. El esfuerzo por mantener los estándares parecen más duros para la mujer que para el hombre, las diferencias de género en la construcción social de la edad se pueden atribuir al énfasis y a la importancia que se da a la juventud en la cultura occidental y a la asociación entre juventud y sexualidad, especialmente en el caso de las mujeres, lo que se traduce en un doble estándar de envejecimiento. Si la sociedad penaliza a los viejos, los esfuerzos de las mujeres para evitar aparentar envejecer puede ser una respuesta racional ante un prejuicio dominante, una manera de escapar a la discriminación por la edad (Ginn y Arber, 1993:63). Sólo recientemente, han reivindicado su belleza en esta etapa de la vida, pero actualmente *“la mayoría de las mujeres ancianas visten y se arreglan siguiendo un modelo de cierta continuidad con la edad adulta, la diferencia de apariencia entre las abuelas de hoy y las de épocas pasadas es notoria, por su mejor salud, su mejor*

nivel de vida y las posibilidades que la sociedad actual urbanizada les ofrece para su aseo y arreglo personal" (Bazo, 1990:170).

En este sentido, los resultados de una encuesta del Centro de Estudios de la Realidad Social (1995), aplicada a toda España, muestra una gran variabilidad de opiniones sobre la edad de entrada a la vejez. La mayoría de la población considera que el paso se da en algún momento entre los 61 y 75 años, pero no hay un criterio definido. Incluso un alto porcentaje de población considera que no es un fenómeno que depende de los años (28%). Hay otras variables como el sentimiento de utilidad, de desilusión que se consideran importantes para decidir adjudicar el adjetivo viejo. Teresa Bazo (1993:61) recalca que los mayores tampoco aceptan una definición de la vejez basada en la edad cronológica sino que *"para la mayoría de las personas entrevistadas se es viejo o vieja cuando se ha perdido toda la ilusión o no se vale para nada; también, en su opinión, es un criterio válido tener muchos años"*.

Tabla 3.10. EDAD A LA QUE CONSIDERAN SE ENTRA EN LA VEJEZ

Edad	n	%
Antes de 56 años	19	1,6%
De 56 a 60 años	45	3,8%
De 61 a 65 años	143	12,0%
De 66 a 70 años	210	17,6%
De 71 a 75 años	238	19,9%
De 76 a 80 años	119	9,9%
Más de 80 años	88	7,4%
No depende de la edad	329	27,5%
Otras	5	0,4%
Total	1196	100%

Fuente: Centro de Investigación de la Realidad Social (1995) Adaptación de la autora.

En una sociedad que prevalece un estilo de vida joven, la conciencia de envejecer está relacionada con la reacción contra los signos visibles derivados de este proceso, por otro lado inevitable. Los cambios físicos naturales asociados con el mismo se evalúan según unas normas sociales que conceden los primeros puestos a la energía y belleza juvenil, de manera que se juzga la ancianidad por las apariencias corporales más que por ningún otro cambio (Hepworth & Featherstone, 1982:3). Los datos empíricos apoyan esta afirmaciones cuando muestran que la diferenciación social basada en la edad es un hecho real. Para cualquier miembro de estos segmentos sociales, su autoimagen, resultado de presiones ambientales no

puede ser precisamente positiva ya que la edad parece ser el criterio de mayor importancia para lograr una mejor valoración social. La mayoría de la población coincide en afirmar que el segmento de edad mejor valorado son los varones adultos (57%), seguidos de los varones jóvenes (41%). Existe unanimidad en afirmar que los mayores constituyen el grupo social menos valorado, tanto los hombres como las mujeres mayores alcanzan porcentajes muy bajos (4% los hombres y 5% las mujeres) respecto a sus seguidores las mujeres jóvenes (34%) y las mujeres adultas (37%). El poder y el dinero, atributos derivados del ejercicio del poder, parecen ser las cualidades más valoradas por los españoles, aunque los adultos también tienen sus contribuciones a la imagen general y deben replegarse a los dictados de una sociedad en que la juventud y la estética con ella relacionada ocupan lugares muy importantes (Centro de Estudios de la Realidad Social, 1992b).

Tabla 3.11. PRIMER O SEGUNDO GRUPO POR GENERO Y EDAD MAS VALORADO EN NUESTRA SOCIEDAD

	Total	Varones	Mujeres	<30	de 30 a 49	de 50 a 64	>65
Total	(1200)	(576)	(624)	(311)	(421)	(272)	(196)
Mujeres Jóvenes	34%	33%	34%	34%	31%	37%	35%
Varones Jóvenes	41%	41%	41%	42%	38%	46%	43%
Mujeres Adultas	37%	38%	36%	38%	41%	32%	32%
Varones Adultos	57%	56%	57%	62%	62%	49%	47%
Mujeres Ancianas	5%	5%	4%	5%	4%	5%	7%
Varones Ancianos	4%	6%	3%	4%	4%	5%	5%
Otros	*	-	*	-	-	-	*
Ninguno	2%	2%	1%	2%	2%	1%	1%
NS/NC	9%	7%	10%	5%	7%	11%	13%

Fuente: Centro de Estudios sobre la Realidad Social (1992b:444)

Vivimos una época obsesionada por la salud, la juventud y la belleza física, por tanto la aceptación de los signos visibles del envejecimiento corren el riesgo de ser interpretado como un signo de baja autoestima, incluso de debilidad ética (Hepworth y Featherstone, 1982:6). En este contexto, mantenerse joven, sano y en forma se ha convertido en una obligación personal, consecuentemente estar enfermo o esperar la muerte parece no sólo una desgracia sino un tipo de fallo moral que está obligado a permanecer oculto con disimulo. La metáfora del envejecimiento como máscara es un signo que intenta socavar las tradicionales categorías relacionadas con la edad. Bajo esta imaginería Featherstone y Hepworth (1990:151) detectan tres aspectos relacionados con el cambio cultural respecto a este tema:

- A.- La imagen de la máscara alerta sobre la posibilidad de una distancia o tensión entre la apariencia externa corporal, incluidas las capacidades funcionales, y el sentido interno, subjetivo, de la experiencia de la identidad personal que, probablemente, llegue a ser más importante en nuestra conciencia cuando envejecemos.
- B.- A menudo, se denomina a la gente mayor a partir de ciertos roles característicos, como por ejemplo cuando se les llama abuelo/a, que no contemplan la riqueza de sus experiencias personales o toda las facetas de su personalidad. Esta metonimia, indica una importante deficiencia de vocabulario que limita las posibilidades para dar a las personas mayores suficiente alcance como para que expresen sus sentimientos personales, diferenciándolos de las respuestas estereotipadas.
- C.- Mientras la imagen de una máscara parece la más apropiada en cuanto a la presente generación de mayores, hay signos, para ciertos sectores de la población cercana a la edad media que, gradualmente, están emergiendo imágenes y expectativas mucho más expresivas.

Siguiendo la teoría de Norbert Elias (1987), Featherstone (1987) explica que el temor a envejecer deriva del miedo a perder el dominio del cuerpo, cuyo proceso de control ha sido paralelo al proceso de civilización. Por tanto, el cuerpo envejecido es una fuente de ansiedad que se corresponde con el temor a no ser civilizado. De esta forma, el cuidado del cuerpo se contempla como un medio de combatir el envejecimiento y, a la larga, evitar ciertas características asociadas a los ancianos. En palabras del autor *"podemos reconocer en la modernidad un crecimiento gradual en el umbral de vergüenza respecto a las funciones corporales y un aumento de la repulsión que provocan ... El bochorno, y el pudor con el cuerpo, características del habitus de una nueva clase media puede, por tanto, hacer a este grupo extremadamente sensibles a las propiedades consideradas repulsivas de la tercera edad y predisponerles a usar todos sus recursos económicos para manipular su apariencia e imagen todo lo que sea posible"* (Featherstone, 1987:113).

La condición corporal tiene profundas raíces en la identidad social, asimismo la pérdida de control corporal implica la merma de otras habilidades de interacción y del poder social real debido al declive de estas competencias. De esta forma, el proceso de

envejecimiento es devaluado y sus manifestaciones físicas rechazadas. En este sentido, la resistencia a la pérdida de habilidades físicas significa mantener el estatus de adulto, mientras que la manifestación de los estereotipos negativos del anciano pueden inducir a los demás a tratar a estos individuos como si no fuesen adultos e, incluso, relacionarles con la infancia (Hockey y James, 1993).

El cuerpo, entre las nuevas clases medias, se ha convertido en un medio de presentación social, especialmente, para ciertos grupos de personas que deben mostrar una buena imagen, personas extradeterminadas según la terminología de Riesman (1971). El culto al cuerpo, al igual que los juegos de apariencia, se entienden en cuanto que se inscriben en una amplia escena donde cada uno es, a la vez, actor y espectador, así el envejecimiento físico es descrito en términos negativos puesto que cuando los cuerpos son gordos, viejos o desfigurados proporcionan escasa afirmación de aceptación deseable. Los lazos entre la imagen corporal y la personalidad son estrechos, Hockey y James (1993:83) señalan dos niveles distintos de análisis que afectan a la construcción de la imagen corporal y por ende, a la personalidad:

- A.- Los cuerpos cambian y pueden ser sujetos de accidentes, enfermedades o simplemente del paso del tiempo.
- B.- El cuerpo es un efecto de la actividad cultural histórica, un lugar de construcción de significados.

En respuesta a los cambios sociales, los sociólogos de la postmodernidad señalan la reversión del proceso de institucionalización de los ciclos de vida y las normas derivadas de los mismos. La desinstitucionalización y desdiferenciación de las etapas vitales reduce la influencia de la edad en el desarrollo de la identidad personal (Featherstone y Hepworth, 1990). Actualmente, los jóvenes son considerados los dinamizadores del cambio social, precursores de la moda. Sus valores, costumbres, maneras de vestir son imitados o asimilados por el resto de los segmentos de población, no ocultándose los esfuerzos y sacrificios que otros grupos de edad realizan en aras de mantener un buen aspecto físico y de aparentar ser joven. De esta manera, la belleza se considera una responsabilidad personal y el tema del cuidado físico requiere un interés especial. En el campo de la moda, Paul Yonnet

(1988:269) indica que, a partir de la década de los años 50, *“de una manera visible y masiva, el gigantesco movimiento que apunta a borrar los dismorfismos sociales y sexuales de la vestimentas (movimiento que está en marcha en occidente desde hace alrededor de dos siglos) se acelera y se realiza al precio de la instauración de un violento dismorfismo por edad”*. Sin embargo esta afirmación resulta contradictoria con la descripción que el mismo autor hace de la sociedad a partir de los años 50. Cuando la ropa casual y ciertas prendas como los vaqueros gozan de una aceptación total que favorece la divulgación de modas unisex y uniedad, como Yonnet señala al remarcar la aparición de Ronald y Nancy Reagan en vaqueros o ciertos eslógans de publicidad como *“una mujer no tiene edad”* popularizado por Yves St.Laurent.

También en los medios de comunicación, y en particular, en algunos de los programas de mayor audiencia de la televisión, los concursos y los programas de entrevistas, las conductas son muy similares entre niños y adultos. Si los protagonistas son niños los presentadores elaboran cuestionarios de preguntas que podrían estar dirigidas a cualquier adulto: *¿tienes novia?, ¿cuanto ligas?, ¿sales mucho?...* mientras que los comportamientos y el tratamiento de la información de los adultos se puede ser considerado como infantil, con cambios de temas rápidos que no necesitan mantener la atención, gritos y contraseñas que dan paso a otros apartados. En el caso de los concursos se suelen pedir respuestas de tipo emocional sin plantearse unos requisitos intelectuales, ni un análisis riguroso de la actualidad o una visión crítica propios de una mente adulta. Por otra parte, a través de la televisión, los niños tienen acceso a aspectos privados de la experiencia de los adultos (el sexo, la muerte o el trabajo) que sobrepasan los controles establecidos con objeto de desarrollar una conductas adecuadas a la infancia. Meyrowitz (1985) demuestra que, en las sociedades occidentales, la creciente similitud de modos de presentación del yo, gestos y poses, modas y pasatiempos de ocio adoptados por los padres y sus hijos, y algunos de estos movimientos se pueden interpretar en un camino hacia unos estilos informales uniedad que se popularizan a través de los medios de comunicación de masas.

3.2. UN SUBGRUPO EN BUSQUEDA DE UNA IDENTIDAD PROPIA

Puesto que los mayores parecen poco dispuestos a asumir la condición de ancianos debido a los estereotipos negativos asignados a la edad avanzada, y por otra parte, sus condiciones físicas y psíquicas les permiten acceder a un tipo de vida activo diferente de los estereotipos negativos relacionados con la tercera edad, se considera que este grupo se encuentra en un momento de remodelación de su identidad y búsqueda de nuevos patrones sociales. Este capítulo aborda el tema de la transformación de la identidad y los inadecuados modelos preestablecidos para las personas mayores.

3.2.1. La creación y difusión de identidades

La búsqueda de autoidentidad es un problema moderno cuyo origen se encuentra vinculado al individualismo occidental (Giddens, 1991:74). En la sociedad medieval los atributos de identidad eran relativamente fijos en función de unos roles preestablecidos (género, estatus social, familia...) y un sistema de mitos que proporcionaba orientación sobre el lugar de cada persona en la sociedad. El poder y la propiedad estaban encarnados en personas individuales mientras que los individuos se encontraban ligados por una relación de interdependencia que les proporcionaba una identidad derivada de su posición en la jerarquía social y de las funciones sociales desempeñadas. Las etapas del ciclo de vida permitían una transición dentro de un proceso institucionalizado pero, en general, la identidad social se mantenía estable subordinándose a un conjunto de roles sociales predeterminados, dotados de escasa responsabilidad personal, y que circunscribían, rigurosamente, tanto el pensamiento como la conducta (Kellner, 1992:141). Giddens cita a Baumeister para recordar que en las culturas tradicionales la individualización no era recompensada, hubo que esperar al establecimiento de la división del trabajo para que el individuo fuese un foco de atención y se perdiese el sentido de homogeneidad que caracterizaba a las sociedades preindustriales.

La modernidad, determinada por su condición dinámica, modificó el proceso de creación de la identidad y dio lugar a la aparición del hombre extradeterminado (Riesman, 1971) cuya conducta deriva, sobre todo, de la adaptación a los valores y normas sociales del grupo. A partir de este momento, la imagen de un individuo tiene de sí mismo dependió cada vez más de las opiniones y actitudes de los demás que, a su vez, están fuertemente influidas

por la apariencia física del individuo sujeto de observación. Al no poderse identificar a los individuos a partir de la relación con las estructuras locales basadas en la tradición de la comunidad, se hizo necesario integrar las experiencias derivadas del conjunto de interrelaciones y afiliaciones del sujeto. De esta forma, la adaptación constituye uno de los elementos principales en la formación de la identidad propia al punto que el proceso de creación de identidades se localiza en varios niveles dentro de las divisiones convencionales de la organización social, puesto que se trata de un fenómeno diseminado que tiene una vida propia, más allá del sentido literal derivado de un particular espacio y tiempo (Marcus, 1992:326). Este proceso se halla directamente relacionado con el incremento considerable de la conciencia y de la apariencia personal.

En el siglo XIX casi todos los estudiosos del orden social veían de modo claro que el mundo occidental experimentaba un aumento de heterogeneidad y de individualismo, una reducción en el grado en que la sociedad podría controlar eficazmente a sus miembros por medios informales junto a una creciente alienación del individuo que se iba alejando de la antigua identificación profunda con el conjunto de la comunidad de referencia. Dichas circunstancias, unidas al aumento de las relaciones sociales segmentadas y contractuales, produjeron un crecimiento considerable del aislamiento psicológico en el ser humano. En esta época se empezó a hablar de la sociedad de masas, concepto que según De Fleur & Ball-Rokeach (1986:213) presupone, al menos, tres requisitos:

- 1) Los individuos están en una situación de aislamiento frente a los demás
- 2) La impersonalidad prevalece en sus interacciones con los otros.
- 3) Las personas están relativamente libres de las exigencias planteadas por obligaciones sociales e informales vinculantes.

Parece que las relaciones derivadas de esta situación tienen unas características comunes de aislamiento, debilitamiento de los núcleos tradicionales e interdependencia. No obstante, la adaptación a las nuevas circunstancias ha modificado las relaciones de interacción con el grupo de referencia y, a su vez, ha incidido en la formación de la identidad. En este contexto global de dinámica social constituida por multiplicidad de experiencias y

representaciones, Maffesoli (1990) da cuenta de un proceso de desindividualización caracterizado por una interrelación entre la masificación creciente y el desarrollo de microgrupos que el autor denomina tribus. Se asiste a la aparición de una atmósfera tribal, integrada por pequeños grupos de relación, tribus reducidas, de duración de vida variable dependiendo del grado de implicación de sus protagonistas. Las tribus, o grupos de pertenencia, forman parte de los rituales necesarios en la vida cotidiana, ya sea acudir a la tertulia de una cafetería durante la hora del desayuno o preparar las vacaciones con un grupo de amigos interesados en un mismo tipo de viajes. De manera que, al mismo tiempo, todos los individuos integran varios grupos asociados a distintos roles. *"Al participar en una pluralidad de tribus, que se sitúan en situación recíproca, cada persona podrá vivir su pluralidad intrínseca: sus diferentes "máscaras" se ordenarán entonces de manera más o menos conflictiva y se ajustarán a las otras "máscaras" que la rodean"* (Maffesoli, 1990:256). El sujeto jerarquiza sus intereses porque no todos los roles participan en cantidades similares en la formación de la identidad y así, la afiliación a los grupos se hace de forma diferenciada. Además, el valor de cada uno de los grupos de pertenencia es variable y cambiante en el tiempo, aunque algunos, como la familia, suelen ser más estables. Por tanto, la persona dispone de un conjunto de subidentidades colectivas y su propia individualidad procede, sobre todo, de la manera cómo las ordena en su jerarquía y del peso específico de cada una de ellas en un momento dado.

La difusión de los modernos medios de comunicación impidieron al individuo estar aislado sino que su popularización les ha ligado mediante la cultura, la comunicación, el ocio o la moda, a unos grupos de referencia que, tal vez, no tenga las mismas cualidades físicas de inmediatez o cercanía física de las comunidades de la Edad Media, pero si tienen su misma forma (Maffesoli, 1990). Mediante la puesta en imágenes de la vida cotidiana, los medios de comunicación ayudan a establecer relaciones similares a nivel de aldea global, esto es con personas que se encuentran físicamente lejanas y con las que no se ha entablado una interacción personal pero cuyos usos comunes, divulgados por los medios, permiten reconocerse en distintos conjuntos sociales. La televisión y los otros medios de comunicación, por medio de un proceso de interacción a distancia, muestran conductas diferentes a todos los grupos sociales que pueden servir como modelo y contribuir al proceso de globalización y a la homogeneización de las formas de vida contemporáneas

(Featherstone, 1990). Asimismo, "desempeñan ese papel asignado a las diversas formas de la palabra pública, es decir, asegurar mediante el mito la cohesión de un conjunto social dado" (Maffesoli, 1990:63).

Los cambios sociales y políticos también han influido en la evolución intelectual de las teorías sobre la formación de la identidad. En un análisis retrospectivo se puede apreciar como en los años 50 y 60 se veía el cambio integrado en un proceso coherente y estable. Sin embargo, autores actuales (Jameson, 1984; Kellner, 1992; Marcus, 1992) señalan los elementos de inestabilidad, movilidad, multiplicidad, innovación y cambio, por encima de las limitaciones o circunscripciones estables. La tendencia creciente de discontinuidad y flexibilidad que atañe a la diversificación del ciclo de vida afecta al modo en que los individuos se organizan y actúan. Las claves en la formación de la identidad individual o colectiva suponen un proceso de resistencia y acomodación, fórmula que incorpora la simultaneidad de la homogeneización y la diversificación. La identidad surge como un compromiso entre elementos mixtos de resistencia a la incorporación en un conjunto amplio junto con elementos de acomodación a dicho marco. El sistema de dos polos opuestos tiene una serie de ventajas. La acomodación evita la nostalgia de la comunidad primera, a menudo idealizada y vista como una comunidad idílica y pastoril. En segundo lugar, admitir la resistencia evita una visión pesimista de la evolución, tal y como defiende la Escuela de Frankfurt o la teoría del poder de Foucault, lográndose la aceptación de dos términos paradójicos como son diversidad y homogeneidad. Buchmann (1989:76) considera que dicho proceso afecta a seis factores distintos:

- 1.- En primer lugar, la gran diversidad de modelos del ciclo de vida se manifiesta en la dispersión de las trayectorias personales actuales. Los individuos dependen en menor medida de la tradición y reconocen menos su proceder como parte de un destino colectivo puesto que creen más en el logro personal conseguido a través de las decisiones y elecciones individuales.
- 2.- En estas condiciones, los individuos tienden a ver los éxitos y fracasos como consecuencia de sus propias acciones.

- 3.- Si el individuo es, en gran parte, responsable de su propia carrera personal, aumentan las posibilidades de crear estrategias o construir identidades personales desde perspectivas biográficas.
- 4.- Por otro lado, la sociedad espera que los individuos sean capaces de construir identidades multidimensionales sin una clara jerarquía de elementos. La relación con diferentes contextos sociales produce una pluralidad de identidades personales cuya interacción requiere la habilidad de cambiar el centro de la identidad de manera flexible, o de reordenar los elementos en nuevas combinaciones adaptadas a las circunstancias del momento.
- 5.- El aumento de flexibilidad y discontinuidad en la configuración de roles tiende, al mismo tiempo, a disminuir las oportunidades de predicción y la anticipación de las trayectorias vitales, reduciéndose la posibilidad de construir expectativas estables a largo término. Sin embargo, para los individuos las percepciones difusas de futuro equivalen a la interiorización de aspiraciones y expectativas ambiguas, que pueden derivar en problemas psicológicos o conflictos sociales.
- 6.- El incremento de flexibilidad, discontinuidad y la diversificación del ciclo de vida proporcionan un apoyo estructural a la lógica de la acción más orientada hacia el presente que hacia el futuro, de lo que se deduce que los placeres actuales llegan a ser más importantes que recompensas venideras o compromisos pasados.

En resumen, simultáneamente a la difusión de nuevos estilos de vida que proporcionan roles sociales flexibles y no jerarquizados, se institucionaliza un cierto sentimiento de ansiedad derivado de la incertidumbre y la responsabilidad de asumirse como agente del propio destino (Kellner, 1992:143). El individuo reconoce sus oportunidades de intervención en el proceso de creación de su propia identidad personal pero la consciencia de este hecho puede provocar sentimientos encontrados. Por una parte, se suele dar una cierta angustia procedente de la responsabilidad personal que suele quedar compensada por la sensación de control sobre un proceso abierto y flexible de introyección de roles sociales.

De esta manera se puede asumir que un mismo individuo adquiere una suma de identidades elaboradas, simultáneamente, en distintas ocupaciones compartidas con diferentes agentes, cada una de las cuales está encaminada a conseguir propósitos precisos (Marcus, 1992). No obstante, el conjunto integra una única identidad personal adaptable a esferas distintas de actividad y está relacionada con los conceptos de rol y norma social ya que se deriva de la combinación de un conjunto de roles sociales asumidos por una persona en determinadas circunstancias (Burkitt, 1991; Kellner, 1992; McCall, 1987; Yardley y Honniss, 1987). En esta línea la identidad se puede definir como *"la interiorización de los distintos roles sociales que desempeña una persona en sus redes de interacción"* (Stryker, 1987:89). Si los roles son el contexto en que se desarrollan y expresan las identidades, consiguientemente, la identidad personal evoluciona a medida que varían los roles sociales profesados por un mismo individuo. Dicha evolución se puede estudiar a partir de dos marcos de referencia distintos. Bien a través del cambio de roles procedentes del efecto edad¹³ o desde la perspectiva de los cambios sociales que afectan a un grupo de edad y modifican la distribución del conjunto de roles posibles para este grupo (Pronovost, 1992). En el siguiente apartado se analizan los cambios derivados del efecto edad y de los cambios sociales desde el punto de vista de las personas mayores en su búsqueda de una identidad alternativa a los estereotipos negativos dominantes.

¹³ Pronovost (1992:443) define el efecto cohorte como *"aquel que se traduce por la observación de los comportamientos de la misma categoría de edad a medida que envejece"*, mientras que el efecto de edad es *"aquel que se traduce por comportamientos parecidos o diferentes entre las mismas categorías de edad, en diferentes intervalos de tiempo"*. Algunos investigadores denominan efecto generación al efecto cohorte debido al aspecto cultural, ligado a una cierta visión del mundo, derivada de un conjunto de actitudes compartidas.

Los resultados de estas investigaciones sugieren la importancia de continuar los estudios sociohistóricos, relacionados con los conceptos de cohorte y generación. Además hay que insistir en la necesidad de realizar estudios con diseño longitudinal que permitan un conocimiento detallado de las variaciones derivadas ya sea del estado físico y psíquico (efecto edad) o ya sea de los modelos culturales en los que se inscriben (efecto cohorte) (Delisle, 1992; Reig Ferrer, 1992).

En el caso del grupo de edad de personas mayores, resulta significativo señalar que ambas perspectivas adquieren una importancia vital para comprender las vivencias de los componentes de las primeras generaciones que alcanzan este nuevo estadio en las etapas del ciclo de vida. Actualmente, el proceso de transición de los mayores representa un salto cualitativo en los intereses de las distintas fases vitales que ha sido influido por tres causas principales. En primer lugar, se pueden destacar las distintas interpretaciones de los especialistas en estudiar a los adultos que proporcionan un marco teórico muy útil para la interpretación de los cambios. En segundo lugar, los cambios sociales y económicos han influido en dicha evolución haciéndolos más relevantes puesto que muestran como los mayores se están adaptando a un mundo que no habían anticipado y para el que no habían sido preparados en su juventud. En tercer, y último lugar, se puede señalar que los cambios demográficos han potenciado la aparición de nuevas etapas del ciclo de vida acompañadas de conductas diferenciadas (Treats y Bengston, 1982:12).

3.2.2. Formación de la identidad personal y la vida adulta

La formación de la identidad personal sufre un proceso de transformación evolutiva a lo largo del ciclo de vida, más profundo que una innovación de roles puesto que lleva asociado un proceso de aprendizaje y evolución personal. Kelly (1983:55) afirma que *"cambiamos en nuestra definición de nosotros mismos y del mundo, en nuestro modo de respuesta y de adaptación, en nuestras orientaciones y valores. Algunas veces, la transformación particular requiere adaptaciones radicales en la conducta y en nuestras identidades derivadas de los roles. Otras veces, en cambio es gradual pero cambiamos no sólo nuestras roles sino nosotros mismos"*. A pesar de que aumenta el número de posibles marcos de formación de la identidad, es importante mantener una base estable de la misma, puesto que se requiere un componente relativamente fijo que reconduzca los límites en los que las nuevas identidades puedan expandirse.

A partir de la teoría del desarrollo cognitivo de Piaget, Krauss Whitbourne y Weinstock (1986) desarrollan un concepto integrador de la identidad personal que resulta muy útil para comprender el proceso de adaptación del adulto. Estas autoras explican el sentimiento de identidad personal en función de la capacidad de los individuos para asociar

los cambios y las experiencias que le ocurren en áreas separadas ya sean físicas, psicológicas o del mundo social. La función integradora de la identidad en la vida adulta permite desarrollar una conciencia estable que añade las informaciones antiguas con los conocimientos derivados de las nuevas experiencias.

Gráfico 3.6. FUNCIÓN INTEGRADORA DE LA IDENTIDAD EN LA VIDA ADULTA



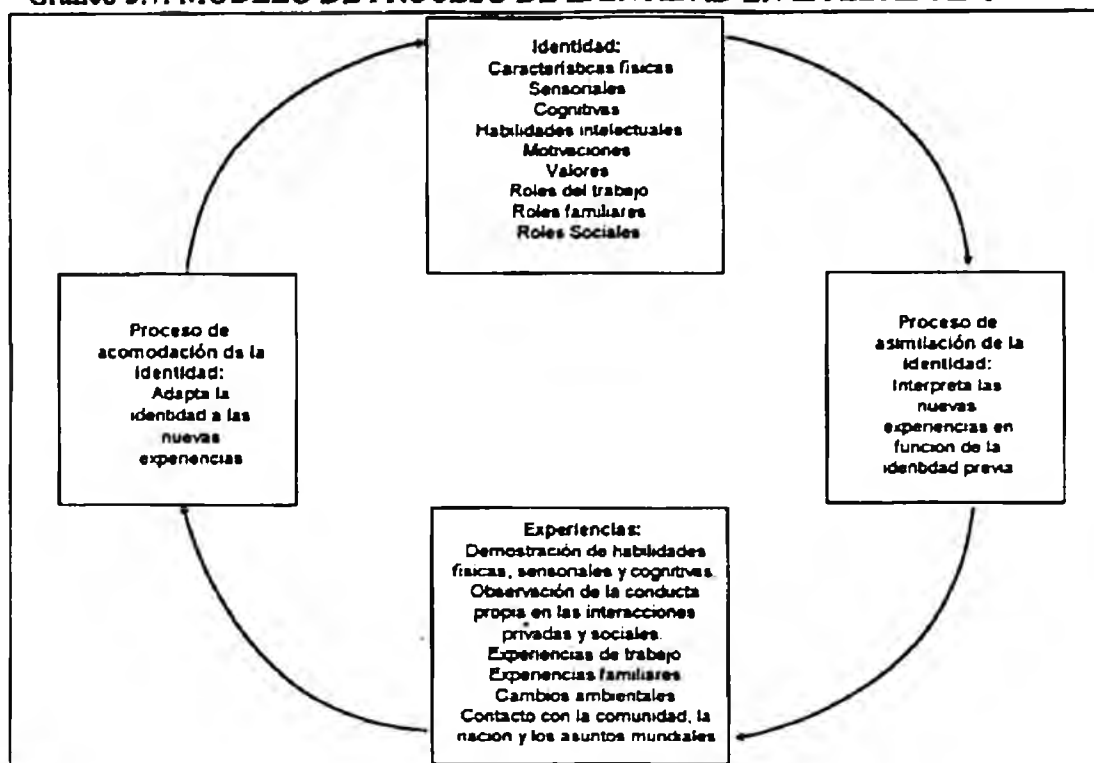
Fuente: Krauss Whitbourne y Wemstock (1986:17)

Por su característica fundamental de seres eminentemente sociales, las personas asumimos los roles que los demás nos ofrecen, aunque en el transcurso de asimilación de sus usos y costumbres se suele dar un proceso contradictorio. Al llegar a las edades cercanas a la jubilación, se vive una etapa de ajuste con procesos de asimilación y acomodación muy importantes. El cambio de pertenencia grupal implica una variación de situación en un sistema, así el paso de un grupo de edad a otra implica que el sujeto se desplaza de una posición conocida a otra desconocida, denominada una región cognitiva desestructurada, desde una perspectiva psicológica. Sin embargo, sería erróneo considerar que la identidad se modifica únicamente en función de factores externos y que el individuo es un participante pasivo dependiente de los cambios exteriores puesto que en la elaboración de la identidad los procesos cognitivos, sensoriales, las características físicas y los rasgos de personalidad desempeñan un papel tan importante como el de los roles sociales de la familia, el trabajo o la comunidad.

La propia identidad cambiante, con su sustrato estable, debe mantener el equilibrio entre los procesos de asimilación y acomodación. Mediante una sucesión alterna de ambos se produce un ajuste a las situaciones nuevas, provocándose un sentimiento de bienestar derivado de la sensación de competencia y habilidad para modificar la identidad cuando se da una discrepancia entre éstas y las experiencias. La asimilación permite una visión coherente del mundo, base de la experiencia individual en términos de autopercepción, mientras que la acomodación sirve de base para modificar y adaptar la identidad a las nuevas circunstancias. En los mayores, la evolución no está solamente determinada por roles externos sino que se convierte en un proceso más personal, relacionado con la vivencia de una libertad tardía aunque no se halla exento de tensiones (Rosenmayr, 1982). De hecho el propio cambio procede de la ansiedad derivada de la divergencia entre la propia identidad y las experiencias personales.

El proceso no es sencillo y puede producir ciertos desequilibrios si una de las funciones predomina sobre la otra. Cuando el sistema de asimilación predomina sobre la acomodación, las experiencias no se incorporan en la identidad y no se permite la adaptación a las nuevas circunstancias. En el caso contrario, es decir que la acomodación predomina sobre la asimilación, la persona no tiene una identidad coherente y, por tanto, carece de una autodefinition consistente sobre sus motivaciones, objetivos, valores o roles sociales (Krauss Whitbourne y Weinstock, 1986:185). Desde la perspectiva de la identidad y las experiencias, parece que las condiciones más ventajosas, desde el punto de vista de la satisfacción emocional del individuo, surgen cuando la percepción individual de la experiencia se encuentra estrechamente cercana a la realidad. Esta circunstancia se debe a que el individuo necesita un sentido consistente de identidad que le proporcione una información coherente sobre el *self* (Krauss Whitbourne y Weinstock, 1986:188).

Gráfico 3.7. MODELO DE PROCESO DE IDENTIDAD EN LA EDAD ADULTA



Fuente: Krauss Whitbourne y Wemstock (1986:18)

Desde el punto de vista del colectivo de los mayores es especialmente significativo el proceso de reestructuración personal al que se enfrentan la mayoría de sus componentes. Muchas personas que rondan la edad de jubilación se mantienen sanas, vitales con capacidad de prestar una contribución activa a la sociedad de ahí que no acepten el estereotipo de anciano dependiente y rechacen su paso a una etapa que se ha caracterizado por una pérdida de estatus. Aranguren (1992:29) afirma que *"el mayor aunque se sabe viejo pero no se siente viejo. Y sin embargo, los otros, la sociedad, le califican sin más de tal"*. Si bien la diferenciación social basada en el género y la edad es un hecho universal, los roles asignados a varones y mujeres o a diferentes grupos de edad no son universalmente idénticos, sino que presentan grandes variaciones de unas sociedades a otras. Simultáneamente, el término dependencia se pueden explicar, casi exclusivamente, como un producto de la división social del trabajo y de una estructura desigual, más que como proceso natural derivado del carácter concomitante al proceso de envejecimiento (Hockey y James, 1993:32). En ciertas culturas, incluso en aquellas en que se relaciona la infancia con la vejez puesto que se consideran dos etapas en la que una de sus características principales es la dependencia personal, el

envejecimiento no conlleva necesariamente la reducción de estatus social. Sin embargo, en la cultura occidental se establece una relación metonímica entre el cuerpo envejecido de las personas mayores y la identidad social del colectivo, de forma que una cualidad, o una parte, asume la totalidad de las características impidiendo evaluar a las personas en su conjunto. El pelo blanco o gris propio de los mayores denomina a una de las asociaciones de tercera edad "los panteras grises", aunque en este caso el animal elegido como símbolo del grupo compensa las debilidades derivadas de la edad avanzada (Hockey y James, 1993). En esta línea Muchinick (1984:25) recuerda que "...la imagen corporal resulta central según Lewin en la percepción del "espacio vital" (personalidad más espacio psicológico) de un sujeto, por lo que los cambios corporales afectan el equilibrio del sistema y aumentan el sentimiento de inseguridad". Parafraseando a Joaquín Bandera (1993:107-108) se puede resumir el proceso de transformación social de este colectivo de la siguiente manera: "convertirse en viejo, sobre todo por la cronología y la legislación, supone un cambio de identidad, al serle arrancados algunos papeles (roles) que aún podría realizar perfectamente. Y desde aquí tendrá que iniciar la triste tarea de asumir un rol estigmatizado: un rol que le es asignado automáticamente por la sociedad sin contar para nada ni con la voluntad ni con las condiciones físico-psíquicas de la persona, y que se convierte en su rol clave. Un rol cargado de connotaciones peyorativas, porque viejo no es sólo lo más antiguo, sino también lo inútil, lo que no sirve, lo que pierde valor. Una etapa inútil de la vida caracterizada por pérdidas y crisis de todo tipo".

3.2.3. Formación de una identidad colectiva

El estudio de la identidad se puede hacer desde el punto de vista del individuo o del grupo, en cuanto a la relación que se establece entre las personas. Desde esta última perspectiva, Collier (1994:39) define la identidad cultural como "un carácter particular del sistema de comunicación de grupo que emerge en una situación particular". Cada individuo pertenece a varios subgrupos dentro de los cuales comparte un conjunto de mitos, héroes o leyendas, en distintos tiempos o según los contextos prevalece uno u otro de los grupos de referencia. Los componentes de un mismo grupo comparten una serie de valores y normas que se pueden transmitir simbólicamente debido a que todos los miembros del grupo los conocen y por lo tanto es posible la comunicación, entendida como un proceso que implica

un conocimiento de la codificación y descodificación de los símbolos verbales y no verbales. Aunque, como se ha comentado anteriormente, la pertenencia a diversos colectivos es una constante de la sociedad contemporánea que se realiza de manera individualizada, las variables socioeconómicas también tienen gran influencia en la afiliación a los distintos colectivos de referencia, ya sean: afectivos, cognitivos o de creencias y de conductas.

La identidad se construye en la confrontación de lo idéntico y de la alteridad, de la similitud y la diferencia (Tap, 1979). Por tanto la integración en uno de los grupos de referencia requiere dos fenómenos complementarios, uno de ellos de carácter excluyente mientras que el otro factor es incluyente:

- 1.- Un sentido individual de asociación o identificación con varios grupos o categorías de gente, subgrupos de identificación que fraccionan una realidad extensa y compleja. Este elemento se corresponde con el aspecto emocional de búsqueda de un grupo de referencia y se relaciona con el concepto de tribu desarrollado por Maffesoli ya que, como el mismo autor afirma, "*con el tribalismo estamos asistiendo a la vuelta de una implicación afectiva y pasional, cuyo aspecto estructuralmente ambiguo y ambivalente es de sobra conocido*" (Maffesoli, 1990:220).
- 2.- La tendencia a compartir un sentimiento común, incluyente, conlleva la diferenciación de otros grupos. Se trata del aspecto excluyente que busca una afirmación negando lo diferente. En el caso de las primeras generaciones de mayores que buscan una identidad propia la cuarta edad constituye el grupo de referencia frente al que se reafirman con unas conductas diferentes¹⁴. Esta situación permite la paradoja que mientras la sociedad ha envejecido, los ciudadanos mayores han rejuvenecido (Van Harsseel, 1994:364).

¹⁴ En el concepto de generación de Attias-Donfut (1988), expuesto en el Capítulo 1, el sentido de negación a otros grupos es considerado uno de los requisitos necesarios para la identificación con la generación propia.

La formación de la identidad conlleva la búsqueda de una ubicación en el mundo que se concreta en la adaptación a unos roles socialmente aceptados. La adaptación a un contexto cambiante requiere unos procesos sociales determinados por la estructura social (Berger y Luckmann, 1986:216). La sociedad contemporánea caracterizada por los rápidos cambios requiere de los ciudadanos una capacidad de adaptación y evolución que les permita adaptarse a las nuevas situaciones con un mínimo de incomodidad o de desajuste. Situar-se frente al cambio social, tiene el riesgo de producir una anomia¹⁵ derivada de la falta de normas que puede provocar a la apatía, el aislamiento puesto que una sociedad compleja y cambiante requiere un proceso de resocialización permanente y una continua revisión tanto de la propia imagen de sí, como de la imagen del mundo.

El proceso de formación de la identidad, como sugiere Tap (1979), se inscribe en un itinerario real e imaginario a la vez que jamás alcanza su término puesto que la etapa final se confunde con el ideal de sí-mismo, las aspiraciones del grupo o las utopías sociales. En el transcurso de la formación de la identidad de las personas mayores se puede identificar los problemas derivados de la identidad móvil, además esta situación está acentuada porque no tienen roles definidos sino que se encuentran en un proceso de transformación (Binstock y George, 1990; Johnson y Slater, 1993; Muchnick, 1984). Este proceso de adaptación se enfrenta a una situación caracterizada por la escasez e inadecuación de modelos, se tienen que aprender nuevos roles y redefinir qué quiere decir ser viejo, joven, adulto o llegar a la adultez tardía. Para los mayores, ambas carencias proceden del fenómeno anteriormente citado de que se trata de las primeras generaciones que deben adoptar unos roles adaptados a las nuevas etapas del ciclo de vida. Sin embargo, las mismas condiciones sociales en que se enclava el proceso constituyen un escenario donde sus características principales, la flexibilidad y la adaptación, permiten salvar las dificultades derivadas del mismo.

¹⁵ Se considera anomia en su sentido amplio, es decir considerada como "una situación en la que un número de individuos posee una actitud de tenue o nula adhesión a las normas de conducta social prevalentes, debiéndose ello en parte a las contradicciones de la misma estructura de la sociedad en cuestión", la anomia sería aplicable a cualquier situación en la que el control social estuviese muy quebrantado o cuando ciertos grupos no aceptan las normas sociales.

El proceso de transformación y ampliación de las posibilidades de formación de la experiencia se engarza en el proceso de diversificación y complejidad social. Giddens (1991:83-84) explica la pluralidad de posibles selecciones a partir de la interacción de un conjunto de circunstancias:

- 1.- Vivimos en una sociedad post-tradicional donde actuar conlleva elegir entre un abanico de alternativas posibles.
- 2.- El marco social es diverso y segmentado, una misma persona puede adoptar distintos estilos de vida en tiempos u ocasiones diferentes.
- 3.- Estas condiciones garantizan un contexto de creencias divergentes que pueden provocar un impacto existencial.
- 4.- El predominio de la experiencia mediática influye en la pluralidad de elección. El efecto conjunto de la televisión y la prensa conforma de manera específica la yuxtaposición de ámbitos diversos y de posibles estilos de vida potenciales. En este sentido, Kellner (1992:148) argumenta que "*la televisión y otros medios audiovisuales desempeñan papeles principales en la estructuración de la identidad contemporánea*".

Los medios de comunicación han desempeñado un papel importante en la creación y mantenimiento de este clima moral que desafía la idea de la inevitable decadencia corporal. La publicidad y la industria cosmética han aportado un mensaje de esperanza el interés por los tratamientos del cuerpo, desde que en los años veinte una élite de intelectuales, que iniciaron la hasta entonces inexistente temporada de verano, extendieron la moda del bronceado. El conjunto de estos factores determinó, por primera vez, una exposición de los cuerpos sin ropas, con un intento de parecer jóvenes y bien cuidados. Hepworth y Featherstone (1982) explican cómo tras la primera Guerra Mundial el estilo de mujer joven cambió en tipo de vestuario y de peinado, se dio un salto cualitativo al asumirse, en general, como una obligación de la mujer el cuidado de sus encantos femeninos, mantener su rostro y su figura bajo cuidado. Durante los años 70, se inició un fenómeno particularmente interesante para el tema de esta tesis: la importante contribución de Hollywood a la

redefinición de las personas de mediana edad dio lugar a un nuevo estereotipo de mujer mayor, enérgica, atractiva, sexy, en contraste con el tradicional tipo de abuela, maternal y asexual (Hepworth y Featherstone, 1982:28).

Todo parece indicar que la audiencia acepta los modos de vida expuestos en los medios de comunicación y, en ocasiones, los emula. En palabras de Anthony Giddens (1991:199):

"Los medios de comunicación presentan modos de vida a los que, implícitamente, todos deberían aspirar; los estilos de vida que afluyen, en un medio o en otro, amplían la visión y el retrato merecedor de emulación, sin embargo la narrativa de los medios resulta más importante y más sutil. En estos no es necesario sugerir estilos de vida a los que se debe aspirar, en su lugar, se desarrollan historias con una coherente e imaginativa narrativa con las que el lector o espectador puede identificarse.

Sin duda los culebrones y otras formas de entretenimientos audiovisuales son escapes substitutorios de las satisfacciones reales que no se pueden obtener en condiciones sociales normales. Quizás, todavía sea más importante la auténtica narrativa que ofrecen al sugerir modelos de construcción de las narrativas del self. Los culebrones mezclan la predicción y la contingencia por medio de fórmulas que, debido a que son bien conocidas por la audiencia, resultan perturbadoras y, al mismo tiempo, tranquilizantes".

En este párrafo Giddens señala un aspecto importante: la capacidad de identificación depende de la interrelación entre la audiencia y los medios de comunicación. En el proceso de formación de la identidad la identificación comporta dos aspectos: la identificación con los otros, o asimilación del otro por medio de los mecanismos estudiados por el psicoanálisis, y la identificación de los demás, o codificación que se hace de la persona (Camilleri, 1979:334). Respecto a la interrelación de los medios y la audiencia se requiere que ambos aspectos aparezcan, es decir que las personas y el medio se determinen de forma recíproca. Este elemento se aprecia en la explicación de Giddens ya que el público no sólo consume información o telenovelas sino que los productos audiovisuales tienen una relación

con la vida real. La convergencia entre ambos remite a la idea de que los valores y hábitos sociales se reflejan en los medios de comunicación¹⁶.

3.2.4. Crisis de los modelos para las personas mayores

En la conducta humana la imitación desempeña un papel importante. Aunque generalmente se considera que este proceso resulta especialmente importante durante la infancia. Sin embargo tras estudiar el fenómeno en profundidad, los representantes de la teoría del aprendizaje social como Bandura y Walters (1974) destacan el interés del aprendizaje por observación en todas las etapas del ciclo de vida. Este tipo de aprendizaje proporciona patrones de conductas novedosas y permite la recreación de la personalidad a partir de la experiencia social o de la interacción social de cada cual con el prójimo (Blumer, 1982). De esta forma, y a cualquier edad, el proceso de formación de la identidad exige unos modelos, que el sujeto incorpora a través de un proceso de identificación y que faculta el modelado de la conducta sobre la base de algunos aspectos significativos del patrón seleccionado (Muchimick, 1984).

En el caso del grupo de estudio se puede concluir que se trata de un colectivo en proceso de formación de una identidad propia que les diferencie del colectivo propiamente considerado como ancianos. En estas condiciones, las primeras generaciones de mayores no han podido introyectar unos modelos adecuados dado que no se había producido anteriormente una situación similar, así no ha sido posible una socialización anticipatoria relacionada con el mundo de *lo que estoy destinado a ser, aquello que voy a ser o que pretendo ser*. Se produce una discontinuidad entre las experiencias de una generación y la de su predecesora, en circunstancias similares Ryder (1965) sugiere que ocurre el cambio social, aunque Hareven (1982a) matiza que los cambios también se pueden dar dentro de una misma cohorte. En opinión de Hareven (1982a) y contrariamente al pensamiento general, la

¹⁶ Como ejemplo de la convergencia entre los medios y la vida real Gruner, Gruner y Beatty (1989) demostraron la correlación entre la evolución de los índices de natalidad durante 30 años en las revistas de ficción y las estadísticas oficiales.

población americana ha evolucionado hacia una mayor uniformidad en el calendario de las fases de vida, las transiciones se han hecho más regulares y sujetas a unas normas de edad más que a las necesidades de la familia. Si bien la edad se ha convertido en un elemento muy importante de norma social, no por ello quiere decir que las normas no evolucionen. Es decir, que aunque el proceso de envejecimiento individual esté sujeto a los criterios de clasificación social, los mayores se encuentran en una etapa de evolución que les permite adaptarse a las nuevas estructuras sociales, acomodar su identidad y modificar los comportamientos apropiados a su edad a partir de la dimensión privada y personal implícita en el propio concepto de ciclo de vida.

El análisis establecido por Mathilda Riley (1988) sobre la interacción entre el envejecimiento individual y el cambio colectivo resulta clarificador. Según la autora esta operación se rige por tres principios:

- A.- Puesto que la estructura social cambia, la gente de cohortes sucesivas envejece diferentemente.
- B.- Las diferencias en el proceso de envejecimiento de las sucesivas cohortes contribuye al cambio social.
- C.- Los procesos de envejecimiento y cambio social son interdependientes, pero asincrónicos puesto que cada uno es gobernado por su propio tiempo.

El primer principio es generalmente aceptado, mientras que el segundo es sujeto de mayor debate. El último principio impone una cierta tensión en los individuos e interviene en algunas discontinuidades derivadas del rápido cambio social. Si bien no existen pruebas empíricas que corroboren los tres principios, este modelo puede servir de marco teórico de referencia. La confluencia de variables económicas sociales y culturales han modificado la esperanza y la calidad de vida de las personas mayores, situación que de alguna manera influye en el resto de los grupos de edad. Por otra parte, el cambio constante influye en la propia situación de los mayores que se enfrentan a un proceso de envejecimiento en el que no pueden aprender de las generaciones anteriores como en una cultura posfigurativa sino que

deben innovar y aceptar la autoridad de los jóvenes mediante su captación del futuro aún desconocido (Mead, 1971).

En cuanto a la inadecuación de los modelos para los mayores, Muchimick (1984:31) explica dos motivos interrelacionados. En primer lugar, la idealización de los viejos modelos enraizados en una cultura tradicional, con la imposibilidad de recuperarlos por falta de vigencia. En segundo lugar, la desaparición de las viejas funciones conlleva la descalificación de los antiguos modelos que actualmente no se adaptan a las nuevas pautas. Por tanto, la aparición de una nueva etapa del ciclo de vida requiere unos nuevos modelos sociales que sirvan de punto de referencia para las personas que se encuentran en un momento de sus vidas para el cual no habían sido preparadas.

Los medios de comunicación son parte esencial de los procesos de comunicación en las sociedades modernas y constituyen un elemento de intercambio de gran alcance al que accede, prácticamente, el total de la población. En sus descripciones e informes aportan interpretaciones de la realidad que son interiorizadas por la audiencia. La mediación comunicativa permite conocer el entorno, en un sentido amplio o *aldea global* y operan de manera relevante en algunos aspectos cruciales de las relaciones sociales como el contacto con "los otros" y "con los modelos legitimados de nosotros mismos". De esta forma, las personas pueden desarrollar construcciones subjetivas y compartidas de la realidad, a partir de lo que leen, escuchan o miran. La conducta personal y social puede ser, parcialmente, modelada en función de las interpretaciones aportadas por los medios ante hechos y temas sociales, fundamentalmente cuando los individuos tienen pocas fuentes alternativas de información (De Fleur & Ball-Rokeach, 1986:45).

Wolf (1994b) explica como los medios de comunicación complican los procesos de construcción simbólica de la identidad colectiva, sobre todo debido a que la relación entre la identidad y los medios es un proceso complejo que integra otras tendencias importantes de desregulación de la esfera estatutaria. El conflicto entre la acción simbólica de los medios y la identidad colectiva afecta *"al procedimiento simbólico por el que una colectividad construye y se reconstruye un sentido de sí... La apertura al mundo constituye una amenaza para la estrategias de inclusión y exclusión. En segundo lugar, estas mismas estrategias resultan despedazadas por los propios mecanismos típicos de fragmentación de la sociedad"*

contemporánea... y en tercer lugar el movimiento horizontal temporal definible como presente extendido, contradice la necesidad de memoria histórica como elemento fundamental en el proceso de construcción de la identidad colectiva" (Wolf, 1994b:13). Si bien estas tres argumentos son muy importantes a la hora de comprender la universalismo de la información y la dificultad de mantener unas identidades colectivas tradicionales, al mismo tiempo los mismos razonamientos pueden explicar la presencia de los medios en la divulgación de los grupos de interés y de identidades menores o ligadas a condiciones sociales transitorias o particulares (Wolf, 1994b). En el caso de los mayores se puede considerar una posición particular derivada de unas condiciones sociales que han permitido la aparición de una nueva etapa del ciclo de vida común en las sociedades occidentales y para la cual no existían unos modelos sociales anteriores. Por estos motivos la apertura al mundo y la presencia de nuevos modelos simbólicos en lugar de provocar conflicto puede ser causa de integración, además permiten ampliar la pluralidad de identidades posibles para las que no había memoria histórica que olvidar puesto que todavía no había sido constituida.

***CAPITULO 4. MODELOS
SOCIALES Y MEDIOS DE
COMUNICACION DE MASAS***

La sociedad contemporánea no se podría comprender sin tener en cuenta el papel que desempeñan los medios de comunicación. La difusión de la información a través de las redes globales conlleva una gran cantidad de implicaciones económicas y sociales, penetran en la vida cotidiana y su incidencia se puede observar en múltiples aspectos: horarios de comidas adaptados a programas de televisión, difusión de modas, distribución del espacio en el hogar, divulgación de hábitos, enseñanza de idiomas, apoyo a cursos de educación formal, etc. Algunos autores consideran que las formas simbólicas transmitidas por los medios técnicos de comunicación de masas son centrales en las formas culturales contemporáneas (Lash y Urry, 1994) y que, en este sentido, y resultan útiles para promover estilos de vida entre distintos grupos (Insua, 1994; Maffesoli, 1990). Se puede decir que los medios de comunicación legitiman ciertos aspectos de la realidad social, a la vez que *"tienen la capacidad de construir un universo simbólico de referencia común y de añadir y definir una identidad cultural"* (Wolf, 1994a:78). Los distintos términos empleados para denominarla reflejan esta situación: sociedad de información, sociedad visual, sociedad cinemática o incluso el famoso término acuñado por el pionero Marshall McLuhan (1969), la aldea global, hacen referencia a los cambios derivados de la difusión de los medios de comunicación de masas.

Aunque aún no se ha dado la distancia histórica suficiente para discriminar los efectos de las nuevas tecnologías, se puede afirmar que los medios, junto a las modernas comunicaciones y las nuevas tecnologías, influyen poderosamente en la adaptación a la sociedad contemporánea. En cualquier caso, al igual que ha pasado con los medios de comunicación, las nuevas tecnologías producirán funciones y disfunciones (Rodrigo Alsina, 1989) que aumenten las diferencias entre los poseedores y los no poseedores de éstos medios. Murdock (1993:534) desarrolla tres dimensiones de la relación entre comunicaciones y la sociabilidad que ayudan a comprender el papel de los mismos:

- A.- Las modernas facilidades comunicativas permiten la extensión del concepto de intimidad.

B.- Producen nuevas formas de sociabilidad y, simultáneamente, ofrecen nuevos pretextos para la soledad y el retiro. Los medios se han incorporado a la vida cotidiana y a las rutinas domésticas marcando periodos temporales, algunos gregarios y otros de separación y autonomía. Por ejemplo, gracias a los equipamientos audiovisuales individuales que permiten elecciones más libres y voluntarias, los miembros de un mismo hogar pueden conectar distintos programas o desempeñar diversas actividades sin haber interacción entre ellos.

C- Los nuevos media producen nuevas formas de interacción a distancia. Mejorar las posibilidades de diálogo interpersonal y entre grupos favoreciendo que la gente disfrute de relaciones con individuos a los que no se conoce personalmente. La televisión interactiva, el acceso a Internet o las llamadas autopistas de la comunicación, pueden proporcionar un marco de referencia común a personas de distintas ciudades o países lejanos.

A medio plazo estas posibilidades ejercen dos impactos positivos generales. En primer lugar, prolongan los sentidos humanos y además, suponen la creación de un corpus de conocimientos, experiencias y sentimientos con rasgos propios que, sin duda alguna, presentan nexos interactivos con un sistema cultural más amplio.

En este capítulo se aborda la relación entre la difusión de la realidad social a través de los medios de comunicación y su relación con la construcción de la identidad colectiva de ciertos grupos de ciudadanos en cuanto que los medios son instrumentos poderosos de formación y transmisión cultural. En este sentido, no sólo transmiten modelos de comportamiento legitimados sino que interfieren de múltiples formas en las pautas de conducta cotidianas. Como señalaba Marshall McLuhan (1969) la importancia de los medios es tal que determina la comprensión de nuestra época. Estudiarlos es, por tanto, estudiar al hombre.

4.1. PRESENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN LA SOCIEDAD ESPAÑOLA

El consumo de los medios constituye en si mismo una práctica social. El hecho de leer el periódico, oír un programa de radio o ver la televisión supone un hábito específico que une el ámbito privado, donde discurre, con el ámbito público que produce las noticias (Stevenson, 1995). Como en el resto de las sociedades avanzadas el peso específico de los medios de comunicación es muy alto en la sociedad española. Las encuestas muestran como los equipamientos culturales más comunes son los que sirven de transmisión de mensajes de los medios de comunicación, sobre todo la televisión, la radio y el radio casete. Se puede afirmar que los medios de comunicación llegan a todas partes, como se deduce de la amplia difusión de la televisión en todos los hogares sin diferencias significativas entre distintas edades o clases sociales. El 98% de los hogares españoles disponen de, al menos, un receptor de televisión (Ministerio de Cultura, 1991). Seguidos a distancia por los denominados medios de comunicación desmasificados como cámaras de video, ordenadores, etc. (Toffler, 1991). Como apunta el Ministerio de Cultura (1991:39) se puede confirmar que *"la carencia de equipamientos es una situación prácticamente residual, siempre inferior al 2% y que puede deberse a situaciones coyunturales de los hogares o directamente relacionadas con el lugar de residencia -rural o urbano- de las familias"*.

Tabla 4.1: EQUIPAMIENTOS CULTURALES. ESPAÑA

EQUIPAMIENTOS CULTURALES	
Aparato de Televisión	97,8%
Radio	76,4%
Radio-casette	57,4%
Aparato de video	42%
Cadena de música	36,8%
Cámara fotográfica	51,3%
Ordenador	11,7%
Cámara cinematográfica	2,6%
Cámara de video	3,7%

Fuente: Ministerio de Cultura, (1991:78)

Pero las distintas investigaciones (Centro de Investigación de la Realidad Social, 1992b, 1994; INE, 1991; Ministerio de Cultura, 1991) demuestran que la población española tiene un contacto directo frecuente con los medios. Si se consideran actividades de ocio las actividades realizadas durante el tiempo libre, se puede apreciar en las encuestas que el consumo de los medios de comunicación constituye una de las actividades de ocio más

populares, con una alta frecuencia de participación sólo comparable con la vida familiar. La diferencia entre grupos de edad son mayores que las que existen entre hombres y mujeres. Cuando los sujetos se acercan a la cuarentena, las cuotas de participación en actividades relacionadas con el entorno familiar aumentan progresivamente. Entre los mayores de 60 años también se incrementa la importancia de la televisión y de la radio.

TABLA 4.2. ESTILO DE DISFRUTE DEL TIEMPO LIBRE POR EDAD. ESPAÑA

Edad	18-21	22-25	26-35	36-45	46-60	> 60
Familia	62,6%	64,9%	78,0%	86,9%	89,0%	85,5%
Televisión	53,2%	49,1%	58,4%	65,2%	78,5%	85,8%
Radio	15,3%	14,7%	17,8%	19,8%	28,7%	36,0%
Leer	20,3%	22,1%	27,9%	27,3%	19,7%	21,8%
Salir al campo	9,1%	11,1%	16,9%	17,1%	17,1%	13,8%
Amigos	79,0%	74,0%	59,8%	46,2%	39,6%	35,3%
Música	36,2%	31,5%	20,8%	13,6%	7,8%	5,0%
Cine	15,5%	15,4%	10,3%	6,3%	2,3%	0,5%
Hacer deporte	22,9%	21,6%	12,1%	8,2%	2,9%	1,8%
Ver deporte	12,8%	10,0%	10,8%	8,9%	9,3%	7,9%
Espectáculos	2,7%	5,3%	3,3%	2,5%	0,7%	0,5%

Fuente: Ruiz Olabunaga (1994:1935)

De entre todos los medios de comunicación la televisión es el medio preferido por todos grupos sociales, de edades o de estudios. El promedio de tiempo que los españoles dedican diariamente a ver la televisión es de, aproximadamente dos horas, aunque se observan diferencias bastante importantes entre unas personas y otras, de manera que un 18% afirma verla menos de 45 minutos diarios y un 13% la ve más de tres horas diarias. Las variables más diferenciadoras parecen ser la edad y los indicadores de estratificación social puesto que el tiempo varía significativamente, de forma directa, con la edad, y de forma inversa, con todos los indicadores de estratificación social y con el tamaño del hábitat de residencia (Centro de Investigación de la Realidad Social, 1992b:23). Entre los mayores, la asiduidad con la televisión es tal que el 95% afirma haber visto la televisión el día anterior, por otra parte el porcentaje es muy similar al del conjunto de la población (93%).

Estos resultados son similares a los de otros países de la Unión Europea, donde el tiempo dedicado a ver la televisión ocupa una parte importante del tiempo libre de los ciudadanos, especialmente entre los británicos y los españoles con las medias más altas de tiempo diario dedicado a esta actividad (INE, 1991). Durante este tiempo muchas personas acostumbran a realizar una serie de actividades, de manera que, aunque aparentemente

parece una paradoja, la televisión también puede desempeñar una serie de funciones sociales, como servir de marco para que los miembros de la familia establezcan relaciones (Llul, 1988).

Tabla 4.3: TIEMPO DE VER LA TELEVISION. ESPAÑA

Tiempo de visión	Diciembre 1992
0-15 minutos	4 %
16-45 minutos	14 %
46-60 minutos	19 %
61-75 minutos	•
76-90 minutos	8 %
91-120 minutos	26 %
121-150 minutos	2 %
151-180 minutos	14 %
181-210 minutos	1 %
Más de 210 minutos	12 %
NS/NC	•
Total	100 %
Media de tiempo en minutos	118.4

Fuente: CIREs (1992b 22)

En la sociedad española ver la televisión se podría considerar, en cierta medida, como una actividad social puesto que en la mayor parte de las veces se realiza acompañado sobre todo de la familia (78%), sin que se aprecien diferencias significativas entre grupos de edad o segmentos sociales. Mientras ven la televisión, la mitad de los encuestados reconocen hacer comentarios a sus acompañantes, y una cuarta parte (24%) afirma que charla. Solamente el 44% se centra exclusivamente en esta labor, porcentaje ligeramente superior en los varones (47%) que en las mujeres (41%), porque éstas últimas afirman realizar tareas domésticas, mientras ven la televisión, en proporción seis veces superior al hombre. Se puede observar que el porcentaje dedicado exclusivamente a contemplar la televisión parece es directamente proporcional a la edad del individuo (tabla 4.4.).

Los otros medios de comunicación, salvo la radio que cuenta con una audiencia de seguidores incondicionales, no son tan populares. Se percibe una escasa afición a la lectura de la prensa diaria ya que sólo el 49% de la población española se declara lectores asiduos de la misma (Centro de Investigación de la Realidad Social, 1992b).

Tabla 4.4: PORCENTAJE DE ENTREVISTADOS QUE REALIZABAN LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES MIENTRAS VEÍAN LA T.V. ESPAÑA, 1992.

Diciembre 1992	Base Vio T.V.	Descansa, come, creaba.	Charlaba	Trabajaba	Estudiaba	Leía	Algo Distinto a lo anterior	Sólo Vio T.V.
Base Vio T.V.	(1192)	47	24	15	1	6	9	44
Varones	(572)	50	24	4	1	7	6	47
Mujeres	(621)	43	25	26	1	5	11	41
18 a 29 años	(310)	53	28	11	3	7	10	37
30 a 49 años	(420)	46	27	17	1	5	8	43
50 a 64 años	(269)	45	21	16	1	6	8	46
65 y más	(194)	41	20	17	-	5	10	54

Fuente: Centro de Investigación de la Realidad Social. (1992b: 21)

Los hábitos de lectura de prensa varían extraordinariamente de unos segmentos sociales a otros, la mayor proporción de los que nunca leen la prensa se concentra entre los mayores de 65 años, las mujeres, las personas de baja posición social y los de bajo estatus socioeconómico (Centro de Investigación de la Realidad Social, 1994). Aunque, en general, la lectura media semanal de las personas mayores de 50 años es muy similar al del total de la población. A nivel europeo, las estadísticas muestran resultados más altos, los mayores de 65 años se interesan en temas de actualidad y leen la prensa (3 de cada 4), pero sin embargo no muestran índices altos de lectura de otro tipo de publicaciones (Walker y Craeynest, 1993). Este resultado es equiparable a los mayores índices de lectura de prensa, en general, con respecto a la población nacional.

TABLA 4.5. EJEMPLARES DE PERIODICOS DE INFORMACION GENERAL QUE LEE POR TERMINO MEDIO A LA SEMANA. ESPAÑA; 1994.

Abril 1994	Base: Lee periódicos	Uno	Dos	De 3 a 6	Siete	Más de 7	Ns/Nc	% Leen	Media Ejemplares Leídos
Base Lee Perio.	(865)	27	15	19	31	8	1	99	4.6
Varones	(468)	19	16	20	33	11	1	99	5.2
Mujeres	(397)	35	13	17	28	6	-	100	3.9
18 a 29 años	(247)	30	17	19	27	7	-	100	4.1
30 a 49 años	(323)	23	13	19	33	11	1	99	5
50 a 64 años	(184)	25	15	18	34	8	1	99	4.7
65 y más	(110)	31	13	18	30	5	2	98	4.3

Fuente: Centro de Investigación de la Realidad Social (1994: 50)

La mayoría de los lectores de prensa resultan ser hombres, mientras que por lo que se refiere a la lectura de revistas, las mujeres parecen ser las consumidoras más habituales de

las revistas que cuentan con mayor audiencia, es decir, de la prensa del corazón (30%). Los mayores de 50 años también sobresalen como lectores asiduos de este tipo de publicaciones. Aparte del ya citado, los tipos de revistas mencionados en más ocasiones son las publicaciones de información general (23%) y las deportivas (11%). El resto fueron mencionadas por un 6% o menos de lectores. Parece que el género, la edad, la condición económica y el índice de exposición cultural son las variables que mejor discriminan las preferencias por los diferentes tipos de revistas (Centro de Investigación de la Realidad Social, 1994:57).

Tabla 4.6. TIPO DE REVISTA LEIDA LA ULTIMA VEZ. ESPAÑA; 1994

Abril 1994	Base: Sabe leer y lee revistas	Inf. General	Corazón	Moda	Dep.	Divul.	Inf. T.V.	Profesional	Otras	Ni/Nc	Ninguna
Base Lee Perío.	(808)	23	30	6	11	4	4	4	11	2	3
Varones	(387)	26	12	1	22	5	4	5	21	2	4
Mujeres	(422)	19	46	10	1	4	4	3	9	2	2
18 a 29 años	(266)	19	20	9	13	6	6	6	22	-	2
30 a 49 años	(289)	27	26	4	11	4	4	5	16	1	3
50 a 64 años	(152)	22	42	4	11	2	4	2	9	2	3
65 y más.	(101)	18	49	3	7	2	4	-	5	4	4

Fuente: Centro de Investigación de la Realidad Social, (1994:50)

En resumen, los españoles dedican una parte importante de su tiempo libre a los medios de comunicación de masas, sobre todo a la televisión que ocupa una parte del tiempo cotidiano de todos los sectores de edad. Como señala Restituto Zorrilla (1990:19) "*los mass media, particularmente la televisión, siguen siendo el principal referente de la sociedad del posconsumo*".

4.2. LA RELACION DE INTERDEPENDENCIA ENTRE LA SOCIEDAD Y LOS MEDIOS DE COMUNICACION

La relación de los medios de comunicación con la sociedad que los produce y los consume es compleja. Se asume que los medios de comunicación reflejan aspectos de la sociedad que los crea y, a su vez, estos medios influyen en la sociedad. En síntesis, se produce una interacción entre los productores de la información y los grupos sociales actores y receptores de la noticia (Asa Berger, 1992; Fagoaga, 1993). A partir de un concepto de tipo antropológico que entiende la cultura como la manera sistemática de construir la realidad, derivada de la pertenencia a un grupo social, Real (1989:36) señala que "*los medios*

crean, expresan y refleja la cultura". Desde esta perspectiva, se ha ido abandonado la teoría de los medios de comunicación como un espejo que reflejan la imagen del público por la noción de construcción informativa. Las razones de este cambio hay que buscarlas en que la primera teoría olvida la responsabilidad y creatividad de los creadores y diseñadores, así como la influencia de la audiencia. El disposición de la construcción informativa implica que los medios de comunicación no existen por encima de la sociedad y, por tanto, no la reflejan de manera pasiva, sino que forman parte activa e integral de la realidad social (Piñuel Reigada, Gaitán Moya y García Lomas, 1987; Real, 1989).

La relación y el estudio de los medios de comunicación es compleja y se puede llevar a cabo desde distintas perspectivas ya sea centrándose en el análisis de la audiencia, el análisis de contenido o el estudio de las funciones de dichos medios de comunicación (McQuail, 1976). Por lo que respecta a la relación medios de comunicación-estructura social, McQuail (1994:62) recoge y adapta la tabulación elaborada por Rosengren (1981) sobre la interrelación cultura-estructura social, con sus cuatro grandes agrupaciones de las diferentes teorías: Relaciones de Interdependencia, Idealismo, Enfoques Materialistas y Relación de Autonomía.

Tabla 4.7: TIPOS DE RELACIONES ENTRE LA CULTURA (LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN) Y LA SOCIEDAD.

		<i>La Estructura Social influye en la Cultura</i>	
		Si	No
<i>La Cultura influye en la Estructura Social</i>	Si	Interdependencia	Idealismo
	No	Materialismo	Autonomía

Fuente: Rosengren R. (1981:249)

Desde la perspectiva de lo medios de comunicación, las teorías idealistas adjudican un fuerte poder de influencia a los medios de comunicación, y los considera uno de los modelos fundamentales de la sociedad, así como su reflejo, independientemente de quien tenga su control. Hacen especial hincapié en el papel de dinamizadores del cambio, sin atender a la labor propia de la propia sociedad, motivo del que se suelen derivan las principales críticas de este modelo.

El idealismo se centra en los impactos de los medios de comunicación. Comprende distintas versiones, algunas de ellas tienen como punto de partida una visión de los medios de

comunicación fomentan y ayudan a difundir un sistema personal de valores favorable a la innovación, la movilidad, la realización y el consumo. Este tipo de investigaciones suelen estar relacionadas con las campañas de marketing social, se defiende que a partir de la influencia de los medios de comunicación se crea un cambio individual y espontáneo y por lo tanto, de esta forma, los medios de comunicación ayudarían a acabar con el tradicionalismo.

Aunque entre los teóricos de este grupo se ha establecido un acuerdo general sobre el poder de las modernas formas de comunicación de masas en cuanto que se aplica a conformar la realidad política y social, en ocasiones se realza el aspecto inmovilista dirigido, especialmente, a detener el cambio.

En este grupo se incluye la teoría de la modelación, elaborada por Gerbner (1969) y la escuela de Annenberg, a partir de lo que el autor considera que ha sido la principal significación histórica de la aparición de los medios de comunicación de masas. En esencia, sostiene que esta significación no procede de la creación de masas, sino de la *creación de sistemas compartidos de selección y visión de los acontecimientos*, al distribuirles a las masas sistemas de mensajes producidos y transmitidos por procedimientos técnicos, que por tanto constituyen formas comunes de ver e interpretar el mundo. A este proceso se le denomina la *modelación de las pautas mentales dominantes*. En efecto, los medios de comunicación tienden a ofrecer versiones uniformes y relativamente consensuadas de la realidad social, con una visión sesgada de la realidad, de manera que sus auditorios van siendo consiguientemente *culturizados* (Roda Fernández, 1989). Es decir, se trata de una elucubración sobre la cultura de masas relacionada con el proceso de legitimación. Gerbner (1969) pronostica que los medios de comunicación, sobre todo la televisión, dado el carácter sistemático de sus mensajes y su coherencia en el tiempo, tienen fuertes efectos y se inclina decididamente a favor de la tesis de que los medios de comunicación moldean la sociedad, con una influencia de carácter sutil y acumulativo. Las críticas que se han planteado a esta teoría surgen a raíz de los procedimientos empleados para demostrar la naturaleza e intensidad del cultivo (Roda Fernández, 1989).

Desde el imperialismo cultural: la idea de partida establece que los medios de comunicación pueden colaborar a la modernización introduciendo los valores occidentales pero a cambio conlleva el precio de destruir los valores tradicionales y la desaparición de las

auténticas culturas locales. En un momento dado y desde la perspectiva simplista, se argumentó que los valores así introducidos son los propios de la sociedad capitalista, responsables del desencadenamiento de un proceso imperialista al subordinar, de manera deliberada, consciente y sistemática, las culturas tradicionales de los países pequeños en provecho de los intereses de las potencias capitalistas dominantes, en especial los Estados Unidos.

Los enfoques materialistas agrupan las teorías relacionadas con la escuelas marxistas y las corrientes feministas que consideran la actividad de los medios de comunicación como un elemento correspondiente esencialmente a la esfera de la superestructura y, por tanto, determinada por las fuerzas económicas. En este sentido, optan por una visión de los medios de comunicación como un fenómeno dependiente de la estructura social.

A pesar del consenso acerca de la interrelación entre sociedad y medios de comunicación, la opción de autonomía entre ambos no debería ser inconsistente, a menos que se de una interpretación demasiado literal. El punto de partida de esta opción se basa en una visión escéptica sobre la influencia de los medios de comunicación en las ideas, valores o conductas de la audiencia. Su debate resulta especialmente interesante en relación al discurso de la globalización por la discrepancia de opiniones de esta tendencia ya que, a pesar de la divergencia en cuanto al grado de autonomía, no se acepta la homogenización cultural derivada del impacto mediático (McQuail, 1994:63).

McQuail (1994) señala que existen muchas posibilidades de que cada una de las teorías sea válidas en distintas condiciones y en un determinado nivel de análisis. En este sentido, Rosengren (1980:254) indica que la investigación sólo aporta "*pruebas concluyentes e incluso contradictorias sobre las relaciones entre la estructura social, los valores sociales en tanto que propagados por los medios de comunicación y las opiniones del público*".

Esta tesis doctoral parte de la supuesta relación de interdependencia entre los medios de comunicación de masas y la sociedad. Esta alternativa considera que ambos se encuentran en un proceso de interacción continua, pero no individualiza la dirección dominante del efecto. Consideran que las dos influencias están entrelazadas y no se puede

concebir la comunicación de masas ni las modernas formas de sociedad sin su contrapartida puesto que cada una es condición necesaria pero no suficiente de la otra. En este sentido, y parafraseando a McQuail (1994:63) "*podemos decir que los medios de comunicación tanto pueden considerarse molde, espejo o consecuencia del cambio social. En resumen, encubre todas las posibilidades, salvo la de independencia*". La elección de esta alternativa sobre las otras tres posibles (idealismo, materialismo y relación de independencia) se debe que esta opción abarca, en cierta medida, la filosofía subyacente tanto a las teorías idealistas que presuponen a los medios como moldes fundamentales y reflejo de la sociedad, y a los enfoques materialistas que, únicamente, los consideran reflejo de la estructura social. Es decir, los medios de comunicación pueden ser tanto una representación de la sociedad como un modelo que favorezca la integración social por medio de la identificación y la aceptación de los valores representados. Se considera que esta interrelación resulta importante para obtener una visión global de la situación.

La naturaleza del ser humano es social por lo que los instintos e impulsos humanos no se encuentran fijos sino que están condicionados por la experiencia del grupo. La difusión de los medios proporciona unas experiencias de la sociedad que permiten vivir en dos mundos diferentes y complementarios: el microcosmos de la experiencia directa de los demás, derivado de las relaciones personales, y el macrocosmos de las experiencias lejanas que transmiten a la audiencia la impresión de ciertas normas sociales (Wolf, 1994b:11). Durante la formación de la conducta, los individuos recogen ambas influencias, las fusionan y elaboran su visión de estas normas. Cuando el individuo se tiene que enfrentar con roles inéditos tiene que modificar el proceso interpretativo de los símbolos significativos emanados de la interacción. Esta situación afecta a la estructura de las relaciones personales y puede alterar el equilibrio de las mismas, produciendo un desajuste que requiere el uso de nuevos símbolos interpretativos. Los medios de comunicación puede ayudar a encontrar nuevas pautas o marcos de referencia. Los ciudadanos son conscientes de la influencia de los medios, como se refleja al analizar los resultados de una encuesta llevada a cabo por el Centro de Investigaciones Sociales (1992b), en dicha investigación los españoles reconocían que sus opiniones, estilos de vida, hábitos de consumo y moda están regidos por los medios de comunicación y que los medios, incluso, imponen nuevos líderes y héroes. Pero no se puede olvidar que las personas tienden a aceptar el marco de referencia que establecen los

media ya que, a su vez, la programación de contenidos se elabora según los gustos de la audiencia.

4.3. LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION

El tema de la influencia de los medios de comunicación ha sido una constante en las investigaciones y teorías centradas en los mismos. Tradicionalmente se ha asumido que los medios desempeñan un importante papel en la sociedad, no se trata solamente de un entretenimiento sino que su repercusión se percibe en otros elementos de la vida social como la difusión de valores y pautas de conducta, pudiendo actuar, por tanto, como agentes del cambio social. La complejidad de las actuales marcos teóricos que tratan de controlar las múltiples variables que inciden en el proceso de relación entre los medios y su audiencia está relacionados con las primeras teorías que en los años veinte estudiaron dicho proceso. La tendencia más frecuente reconstruye por ciclos las teorías de los efectos, de esta forma se establecen tres grandes periodos progresivos (McQuail, 1994). El primero se extiende hasta los años treinta, está marcado por el convencimiento de un fuerte poder de influencia de los media. El segundo periodo, que inició su andadura a principios de los años cuarenta y continuó en boga hasta épocas recientes, relativiza el poder de influencia de los media. Mientras la tercera fase, o fase actual, renueva el interés por los efectos. En cualquier caso, la división no excluye la interdependencia de las teorías, ni las actitudes divergentes en ciertos momentos históricos.

A pesar de que las preguntas sobre el impacto de los medios continúan sin tener una respuesta uniforme (Hieber y Reuss, 1988), el desarrollo tecnológico, la interacción de los mercados económicos, la globalización económica y social ha producido un cambio de la sociedad, en la que los medios de comunicación han desempeñado un importante papel y han llevado a una modificación en la orientación de los estudios sobre los media. Actualmente, se ha traducido en un rechazo del paradigma de los efectos limitados y se ha revalorizado la fuerza de los media. La tesis de las influencias fuertes y duraderas se ha concretado en más de un modelo de efectos, como la espiral del silencio y la teoría del cultivo. Otra orientación complementaria en esta línea se centra en el estudio de las influencias acumulativas de los media (Wolf, 1994a).

El cambio social y cultural es continuo en las sociedades industriales ya que los avances técnicos modifican los aspectos no materiales de la cultura (Aguilera Gamoneda y Aguilera Moyano, 1989). A partir de la definición de Rocher sobre cambio social "*toda transformación observable en el tiempo, que afecta, de una manera no efímera ni provisional, a la estructura o al funcionamiento de la organización de una colectividad dada y modifica el curso de la historia*"¹⁷. Estos autores defienden el papel de los medios de comunicación como agentes activos del cambio. Entienden la comunicación como un sistema de comportamiento integrado que hace posible las relaciones interpersonales, la transmisión de información y el mecanismo de comportamiento comunicativo. En definitiva, hacen posible el entendimiento entre los componentes individuales de un grupo social y transmiten su cultura, de la que se derivan sus comportamientos sociales, a las generaciones venideras. Entre los agentes del cambio destaca las élites de los movimientos sociales, es decir los grupos protagonistas de la mayoría de las noticias difundidas por los medios de comunicación.

Uno de los aspectos más significativos de este planteamiento es que al hablar del impacto de los medio de comunicación en la construcción de la realidad social se habla de la formación de la cultura ya que, de manera invisible e inconsciente, se ponen en juego en el microcosmos de la interacción social las representaciones difundidas por los media (Wolf, 1994a). Wolf articula dos aspectos significativos de dicho proceso. El primero, relacionado con la teoría desarrollada por Giddens (1984) sobre la constitución de la sociedad, asume que "*los sujetos utilizan las representaciones mediales de los fenómenos sociales como recursos para orientarse, para comprender, para alinearse, en las propias interacciones cotidianas*" (Wolf, 1994a:119). El segundo principio considera que las representaciones difundidas por los media pueden ser, gracias a su propia naturaleza, asumidas implícitamente como objeto de conocimiento recíproco, como una cierta base común y como un recurso cuyo conocimiento se puede considerar obvio. "*Asumir, hasta demostrar lo contrario, que estas imágenes de la realidad constituyen un horizonte común de referencia y un recurso*

¹⁷ Definición de Rocher citado en Aguilera Gamoneda y Aguilera Moyano (1989:409)

institucionalizado no es irrelevante: esta calidad específica de las representaciones sociales de realidad difundidas por los media hace que adquieran un peso adicional" (Wolf, 1994a:120).

De Fleur y Ball-Rokeach (1986) consideran que los posibles impactos de los medios de comunicación en los individuos se pueden dividir en tres tipos distintos de influencias: efectos cognitivos, efectos afectivos y efectos de conducta. Desde el colectivo de personas mayores la lectura de este triple sistema ofrece una visión generalizada de los posibles efectos de los medios de comunicación para este grupo de población.

a) Los efectos cognitivos se refieren a aquellos impactos relacionados con las fuentes de conocimiento que afecten a los sentimientos de ambigüedad, creencias y valores. Para las generaciones de personas mayores la indeterminación de su situación, cercana la vejez pero por otra parte no asumida ni respetada socialmente, produce un momento de desorientación que se beneficia de una información complementaria. La confusión derivada de los cambios sociales y de la reconstrucción de la identidad social se hace particularmente intensa durante el periodo que abarca desde su separación psicológica de costumbres, valores y opiniones tradicionales del modelo de persona mayor hasta su adopción de versiones más modernas que recojan el amplio abanico de potencialidades abiertas. Aunque los medios no tienen el poder de determinar con uniformidad el contenido exacto de las interpretaciones de cada persona o definiciones de situación, al controlar la información transmitida, los modelos propuestos pueden desempeñar un importante papel, limitando la gama de interpretaciones que el público puede formular.

Entre todos los temas y personajes protagonistas de los medios, cada persona debe realizar una fijación de agenda (Gerbner, 1969), es decir seleccionar un conjunto limitado de temas por los cuales interesarse, que se produce a partir de las necesidades del individuo ya que las personas carecen de tiempo y energías suficientes para formarse actitudes y creencias sobre todos los temas tratados en los medios de comunicación. De esta forma, se considera que *"la gente selecciona el material en los medios, de formas previsibles, que se relacionan con las características de su personalidad, con sus problemas y necesidades"* (De Fleur y Ball-Rokeach 1986:325). Por tanto, se estima que los mayores darán especial relevancia a aquellos personajes que se encuentran en situaciones similares a las suyas y que,

por tanto, les proporcionan una información útil y necesaria. Aunque cada persona fijará su agenda en función de sus antecedentes personales, sus experiencias y personalidad, la sociedad produce grupos en que las similitudes superan las diferencias individuales, se trata de *"amplios estratos de personas con la suficiente uniformidad de circunstancias sociales como para compartir muchos problemas e intereses, en mayor o menor grado, a pesar de las diferencias individuales"* (De Fleur y Ball-Rokeach, 1986:326). En este sentido, las primeras generaciones de personas mayores comparten una serie de preocupaciones comunes derivadas de la situación social similar que permite suponer una fijación de agenda o selección de temas a los que asignan un nivel similar de importancia. Con una situación de ambigüedad y con una fijación de agenda supuestamente basada en intereses comunes, los medios ofrecen una ampliación de los sistemas de creencias que pueden ser incorporados a las opiniones existentes, a las actitudes y a los valores sobre el propio grupo de referencia.

El efecto cognitivo puede crear condiciones para una clarificación de valores ya que por sí solos, en muy raras condiciones se puede esperar que los medios de masas alteren estas creencias básicas (De Fleur y Ball-Rokeach, 1986:328). Debido al envejecimiento de la población y a la problemática social derivada de la misma, en los países occidentales la opinión pública está sensibilizada hacia los temas de los mayores, de modo que la información ofrecida atraería la atención de todos los grupos de edad, creándose sentimientos y, por ende, actitudes nuevas hacia la situación de los mayores que repercutirán en la propia actitud del grupo de mayores hacia sí mismos.

b) **Efectos afectivos:** casi todos los efectos producidos por los medios podrían ser examinados en su dimensión afectiva en cuanto a la formación de actitudes. El sentimiento de pertenencia a un grupo disperso y su relación a partir de los medios de comunicación depende de la información sobre dicha categoría de personas, ya sean un grupo étnico, una comunidad, una profesión o una división de edad (Maffesoli, 1990). El componente afectivo es un factor importante de consecuencias sociales posteriores puesto que *"quienes se apoyan en los sistemas de medios de masas como fuente primordial de información sobre sus grupos y categorías pueden así experimentar cambios en su moral y en su nivel de alienación cuando se producen cambios notables en la cantidad o calidad de información que los medios transmitan sobre esas agrupaciones colectivas"* (De Fleur y Ball-Rokeach,

1982:331). Por esta razón, conocer los modelos difundidos por los medios permite a los mayores tener un marco de referencia compartido por otras personas que aunque lejanas físicamente, ha creado una considerable dependencia de los medios para mantenerse al día. Por tanto, se puede anticipar un cambio afectivo derivado de las informaciones proporcionadas que modifique la opinión de los mayores sobre las posibilidades adecuadas a su situación.

En esta línea, Roda Fernández (1989) explica como los medios pueden consolidar el cambio de opinión. En palabras del autor: *"el cambio de opinión requiere una motivación previa por parte del público así como un nivel de confianza en el comunicante, el cambio de actitud. Cuando arbitrariamente se logra establecer un vínculo entre los valores de grupo y la opinión se puede introducir de modo indirecto un cambio de opinión. El mecanismo seguido en este caso estriba no ya en reestructurar el entorno simbólico, sino en despertar la conciencia del sujeto respecto a la relación que existe entre las opiniones y algún valor esencial del grupo"* (Roda Fernández, 1989:149). La necesidad de modelos que apoyen la identidad naciente supone una motivación suficiente para mantener la atención de los mayores en la presentación de los personajes de referencia por parte de los medios de comunicación.

c) Efectos sobre la conducta: los cambios cognitivos y afectivos interesan tanto más cuanto que influyen en la acción manifiesta puesto que la audiencia puede ser incentivada tanto para participar en una conducta prosocial como antisocial. Es decir, activada en el sentido de *"hacer algo - a consecuencia de los mensajes de los medios- que de otra manera no habrían hecho"* (De Fleur y Ball-Rokeach 1986:332). Como ejemplo se pueden recordar recientes campañas de solidaridad con Ruanda o la antigua Yugoslavia que han tenido en los medios la plataforma de lanzamiento. Diferentes organizaciones han coordinado las respuestas de los ciudadanos ante acontecimientos que, aunque han ocurrido en lugares lejanos, son rápidamente conocidos en el resto de los países y cuya gravedad influye en los sentimientos de la población impulsándole a la acción.

Si el mismo tipo de suceso se repite habitualmente, se puede producir una disfunción en la medida que considera que el efecto sobredimensionado lleva a la falta de dinamismo social. Lazarsfeld y Merton (1982) advierten de los riesgos de la costumbre y el

contacto cotidiano con la información de los medios, *"este vasto suministro de comunicaciones puede suscitar tan sólo una preocupación superficial por los problemas de la sociedad, y esta superficialidad, a menudo, enmascara una apatía masiva. La exposición a este flujo de información puede servir para narcotizar más bien que para dinamizar al lector o al oyente medio. A medida que aumenta el tiempo dedicado a la lectura y a la escucha decrece el disponible para la acción organizada"* (Lazarsfeld y Merton, 1982:180). Aunque estos autores resaltaron los efectos negativos de la disfunción narcotizante y llamaron la atención sobre la dosis crecientes de comunicación que *"pueden estar transformando inadvertidamente las energías dedicadas a la acción en energías dedicadas al conocimiento pasivo"* (Lazarsfeld y Merton, 1982:181). Se puede señalar otra importante característica de esta disfunción narcotizante que podría actuar como mecanismo de supervivencia para la salud mental de la audiencia, incapaz de comprender y reaccionar ante todas las situaciones que se presentan. Además, la audiencia pierde el interés hacia los temas cuando los procesos se alargan (Ang, 1996). De ahí, la importancia de la selección de una agenda de temas de interés realizada a partir de las motivaciones específicas de los segmentos de audiencia.

La opinión pública se ha interesado, especialmente, en la influencia de los medios de comunicación en la conducta de los niños, y en la pérdida de influencia de los padres como modelos. En algunos países como Estados Unidos y España, la polémica ha llegado al mundo de la prensa y al de la política, se ha debatido la obligación moral de las cadenas de televisión de reducir la programación violenta en las horas de audiencia infantil, o al menos, indicar el nivel de agresividad de los programas de manera que los padres sean conscientes de su responsabilidad y de los perjuicios de la exposición a unos patrones de conducta violentos. Dado que para los niños, los modelos televisados constituyen una parte integral del aprendizaje social¹⁸, Bandura y Walters (1974:59) consideran que el proceso de modelado

¹⁸ El concepto de modelado ha sido investigado en profundidad por la Teoría del Aprendizaje Social. Este tipo de aprendizaje recibe el nombre de aprendizaje vicario y permite una adquisición de nuevas habilidades sin recurrir a la técnica de ensayo/error puesto que los modelos ejercen una influencia sobre los observadores y a la vez, una función informativa. Aunque es evidente que, una vez dadas las respuestas de

plástico puede ser más fuerte que la opinión familiar e incluso puede influir y modificar las conductas paternas:

"De hecho, los medios audiovisuales de masas ejercen, hoy por hoy, una gran influencia en las pautas de conducta social. Como la mayoría de los jóvenes pasan mucho tiempo expuestos a modelos plásticos, sobre todo a través de la televisión (...), estos modelos juegan un papel fundamental en la conformación de la conducta y la modificación de las normas sociales, con lo que ejercen gran influjo sobre la conducta de los niños y adolescentes. Por ello, los padres corren el peligro de perder parte de su influencia como modelos y muchas veces tienen la preocupación de controlar la televisión que ven sus hijos"

Un poco más tarde, los mismos autores presentan un ejemplo concreto que apoya sus argumentos:

"En la sociedad norteamericana, las expectativas culturales que fomentan y mantienen los medios de comunicación de masas juegan un papel cada vez más importante en la conformación de la conducta sexual y pueden modificar los deseos y actitudes de los padres. Por ejemplo: los estudios sobre familias e hijos adolescentes y preadolescentes (Bandura, 1960; Bandura y Walters, 1959) indican que muchos padres no están del todo conformes con que se formen pautas de relación continuada en la primera adolescencia y en que muchos aspectos los participantes no obtienen de ellas mayores satisfacciones. Sin embargo, como los padres temen que sus hijos se desvíen de la norma social propagada por los medios de comunicación de masas, se sienten en el deber de disponer los

imitación, depende de las consecuencias la permanencia o inhibición de las mismas (Bandura & Walters, 1974:112).

Para el estudio de los modelos presentados en los medios de comunicación, interesa el llamado *aprendizaje por empatía*. Se trata de un aprendizaje vicario de orden superior dado que no solo la respuesta es vicaria sino también el refuerzo. Este sistema obliga al observador a suponer que los estímulos relacionados con la respuesta del modelo serán obtenidos por el sujeto, siempre que previamente haya imitado la conducta observada.

acontecimientos sociales que implican a su hijo con pareja del sexo opuesto con lo que favorecen las relaciones sistemáticas precoces".

Sin embargo, los resultados de otras investigaciones relativizan estas impresiones puesto que los estudios se han llevado a cabo, en muchas ocasiones, con resultados de cogniciones inmediatamente posteriores a la visualización de ciertos programas y es difícil conocer la influencia de los media a largo plazo.

Estudios de laboratorio y trabajos de campo documentan tanto sobre el tipo de personas más influenciadas al modelado como sobre el tipo de modelo más eficaz. Bandura (1987:113) señala tres factores determinantes para establecer una respuesta de correlación que mantengan los resultados de las respuestas: las características del modelo, los atributos de los observadores y las consecuencias de respuesta asociadas a la conducta de imitación. Parece que se dan dos tipos de personas propensas a responder de forma positiva a la influencia de los modelos. Por una parte, los sujetos dependientes, individuos de baja autoestima, y por otro lado aquellas personas curiosas con suficiente seguridad en sí mismas como para considerarse capaces de imitar la respuesta observada. Este segundo punto es importante ya que todo aprendizaje requiere unas capacidades previas y el sujeto debe considerarse competente para poder llevarlo a cabo. El mismo autor explica ambos casos:

"Se ha prestado una cierta atención al problema de identificar qué tipos de personas son más propensas a responder a la influencia de los modelos: los que carecen de confianza en sí mismos o de autoestima, los dependientes y aquellos que han recibido recompensas fuertes por imitar, parecen especialmente propensos a adoptar la conducta de los modelos de éxito. Pero éstas no son las únicas personas que se benefician mucho de los ejemplos (...) La observación general demuestra que las personas observadoras y que confían en sí mismas, emulan con facilidad a modelos idealizados o a otros cuya conducta es muy útil (...)" (Bandura 1987:112-113).

El aprendizaje por observación es posible a todas las edades. Sin embargo, se podría considerar que esta teoría sólo afecta a conductas repetitivas, sin explicar la aparición de conductas novedosas. Respecto a este último punto, los investigadores representativos de esta teoría han explicado que el modelado no quiere decir que se imite al cien por cien un tipo

de respuesta, o que la conducta no sea personal. En contra de lo que se suele creer, el proceso de modelado puede dar lugar a la emergencia de pautas de conducta innovadoras. Se ha observado que cuando se presentan a un observador respuestas contradictorias, éste se ve obligado a seleccionar aquellos aspectos de las conductas que considera más adecuados a su situación, a partir de la combinación de elementos seleccionados. Mediante la imitación, se tiende a producir una evolución gradual de las pautas de conducta, de manera que del cruce de distintos rasgos puede aparecer la innovación. Asimismo, se puede afirmar que las personas expuestas a modelos divergentes suelen ser más innovadoras que aquellas confrontadas con modelos convencionales o estereotipados.

El contexto social facilita la divulgación y popularidad de ciertas prácticas, de modo que las generalizaciones sobre los correlatos del modelado deben aceptarse con reservas porque el valor funcional de la conducta del modelo se contrarresta con la influencia del medio y las características del observador. Respecto al grupo de personas mayores, se puede considerar que, en general, debido a sus características físicas y personales se encuentran en buenas condiciones para poder asimilar nuevas pautas.

Cuando el hecho de seguir a diferentes modelos produce efectos divergentes, las características de los modelos y los símbolos de estatus adquieren un valor informativo y pasan a significar las consecuencias probables de las conductas de las que sirven de ejemplo los distintos modelos (Bandura, 1987). Aumentando con el estatus la función señalizadora de la conducta del modelo; las conductas de los modelos que han logrado distinguirse es más probable que tengan éxito y también mayor poder funcional para los observadores que las de los modelos con una competencia vocacional, intelectual o social relativamente pequeña.

El papel que el estatus desempeña se incrementa en situaciones en que el espectador tiene varios modelos contrapuestos. En estas ocasiones los observadores suelen fijarse en ciertas señales, como la apariencia general, el estilo, el habla, los símbolos de estatus socioeconómico; es decir los indicadores del éxito del modelo y los signos de su experiencia (Bandura; 1987:114). De hecho, parece que las personas tienden a generalizar los logros alcanzados en un área de conducta, de manera que se considera que un triunfador en un área determinada, ya sea el deporte o el mundo laboral, se le supone un cierto dominio general. La publicidad refleja muy bien este fenómeno cuando utiliza actores famosos o deportistas de

éxito para campañas de productos que no tienen ninguna relación con su experiencia profesional. De esta manera se da la paradoja de que la calidad de los productos queda reforzada por un argumento de autoridad procedente de una persona que, aparentemente, no tiene ninguna potestad en este campo.

En relación a los motivos por los que los medios de comunicación ejercen una influencia social, se pueden señalar dos razones principales:

- a) Los medios de comunicación amplían la visión del mundo
- b) Proporcionan modelos de comportamiento con los que la audiencia se puede identificar e imitar a través del aprendizaje vicario.

Ambos motivos están interrelacionados, ya que la identificación de la audiencia con los modelos mediáticos sólo es posible gracias a la amplia y variada panorámica de estilos de vida presentados.

4.3.1. Los medios de comunicación amplían la visión del mundo

Las innovaciones tecnológicas han modificado la relación armoniosa entre las percepciones de los sentidos y el mundo, ya que han extendido las habilidades humanas, transformando la experiencia psíquica y la vida social. En este sentido McLuhan (1969) comprendió que el futuro desarrollo de los mismos permitiría el conocimiento y la comunicación salvando dos tipos de distancias: la geográfica y la social. Por un lado, los medios de información ofrecen información sobre espacios lejanos, no conocidos, por otro lado presentan noticias sobre aspectos de las personas que, tradicionalmente, habían permanecido ocultos, actuando como extensiones de las facultades humanas y alterando la manera como pensamos, nos comportamos y percibimos el mundo. La famosa frase de McLuhan (1969:29) "*el medio es el mensaje*" evoca la prolongación de nuestro propio ser, gracias a las posibilidades de la tecnología. Los medios regulan y conforman la escala y la forma de asociación y la acción humana puesto que eliminan factores de tiempo y de espacio creando un cambio profundo en los procesos de conocimiento. Inundan con nuevas informaciones y pautas inéditas de conducta, el resultado común puede ser el desarraigo y el desmoronamiento mental en varios grados puesto que "*los efectos de los medios no se dan*

al nivel de las opiniones o los conceptos sino que cambian las proporciones de los sentidos o las pautas de percepción, de modo continuo y sin resistencia alguna" (McLuhan, 1969:42)

Distintos autores han hablado del mismo fenómeno, cada uno ha aportado matices diferentes y lo han denominado de maneras distintas, en este sentido Martín Serrano (1986:108) se refiere a la función de vigilancia de los medios de comunicación de masas que amplía el entorno próximo, dilatando los márgenes de lo social cercano y divulgando un sistema de referencia ligado al entorno vicario. Wolf (1994a:159) afirma que el factor de visibilidad, está relacionado con la configuración de las influencias mediales a nivel macrosocial que el sistema social adquiere para los individuos. Moles (1981) subraya que la comunicación de masas expande la importancia de lo cercano, en vez de asociar al individuo con una comunidad particular le permite sondear la sociedad global. Es decir, "se establece una relación cotidiana del yo con un entorno mediador obligado de lo social" (Moles, 1981:121).

La obra de Meyrowitz (1985), *No sense of place. The impact of electronic media on social behaviour*, aporta un nuevo enfoque al conectar el análisis de las influencias con la sociología de la interacción. Para este autor, la televisión y los medios electrónicos han cambiado la presencia física de los acontecimientos sociales y han ampliado el concepto de espacio, puesto que no sólo transmiten las noticias ocurridas en el otro extremo del mundo sino que, también, informan sobre otras sociedades distantes o sobre grupos sociales cuya vida privada se había mantenido oculta, hasta hace poco tiempo. En sociedades tradicionales la situación en el espacio estaba acotada por los límites del conocimiento geográfico e histórico, mientras que ahora se puede decir que no existen barreras porque todo se sabe, incluso se conocen los aspectos más íntimos de los personajes. Usando la terminología de Goffman (1993:123) se accede a la región posterior que sería, por oposición a la región anterior, el territorio donde el actuante se siente protegido y puede quitarse la máscara o personaje que interpreta en la vida social.

Mostrar la vida de las personas famosas es el objetivo general de cierto tipo de prensa, la llamada del corazón, pero ante el éxito de este tipo de noticias otras publicaciones y medios, como la televisión o la radio, han incluido en una programación especializada en

este tipo de temas¹⁹. La experiencia mediática ofrece una pluralidad de elecciones potenciales, un marco de referencia integrado por un conjunto de estilos de vida a los que el individuo aislado no tendría acceso. Especialmente, este tipo de información da a conocer la vida de las clases altas y la de las personas dedicadas al mundo del espectáculo. Los miembros de estos grupos se han convertido en actores que muestran o venden sus vidas a los medios de comunicación. En este sentido se puede afirmar que se han reconfigurado los límites entre vidas privadas y públicas²⁰ ya que todas las actividades de ciertas celebridades son objeto del comentario general, desde los acontecimientos más íntimos (bodas, bautizos o divorcios) a los más superficiales (elección del vestuario, peinado...). Dumazedier (1989:42) señala que se ha creado un nuevo estilo de vida en las capas innovadoras de las clases sociales privilegiadas - viajes de fin de semana, vacaciones partidas, etc.- que han constituido prácticas culturales novedosas. Posteriormente, dichos estilos de vida son difundidos por el universo mediático a todas las clases de la sociedad urbana.

La manera en que la llamada prensa popular trata temas tan íntimos también ha sido objeto de estudio, así como el proceso de identificación con los personajes presentados (Ang, 1990, 1996; Connell, 1992; Creedon, 1989; Fiske, 1990; Press, 1990). La identificación de la audiencia con los protagonistas es más fácil cuando se abandonan los estereotipos, asumen las personalidades similares a los de la gente corriente y tienen que enfrentarse con un tipo de problemas cotidianos a la audiencia. Clark (1990) considera que incluso, en ciertas ocasiones, el éxito de un programa está relacionado con el tipo de problemática tratada habitualmente en el mismo. Así por ejemplo al comparar la serie *Cagbey & Lace* con las telenovelas, se puede apreciar que las segundas representan unos personajes femeninos tradicionales con una problemática derivada, generalmente, de su vida privada como esposas o madres. Sin embargo las protagonistas de *Cagbey & Lace*, el título hace referencia a sus apellidos, presentan unos personajes cuyo valor principal consiste en la aportación de la experiencia de

¹⁹ Se pueden citar programas como *Lo más plus* emitido en Canal Plus, *Corazón, corazón* de TVE1 y *¡Qué me dices!* de TELES

²⁰ Equivalentes a la región posterior y región anterior (Goffmann, 1993).

dos mujeres de clase media que compaginan su trabajo como policías con su labor en el hogar. El argumento de los capítulos se basa en la fuerte relación de compañerismo establecidas entre las dos mujeres de mediana edad, cuyos problemas más usuales son los derivados de su control sobre toma de decisiones y sus posibles efectos en la interacción con otros personajes (Clark, 1990:120). Es decir, los personajes son definidos a partir de las dos esferas de actividad, privada y pública, este punto proporciona un contexto de acción que amplía el tradicional marco familiar propio de otros telefilms. La incorporación de la mujer al mercado laboral hace que un número considerable de mujeres compartan problemáticas parecidas y por tanto, pueden entender e identificarse con las situaciones presentadas en la serie. Esta misma reflexión es válida para otras películas y series televisivas cuyos protagonistas reflejan la problemática contemporáneas como familias monoparentales, matrimonios en edades cercanas a la jubilación (*Por fin solos*) o la vida de los mayores (*El nido vacío*, *Las chicas de oro*).

Por otro lado, y aunque puede parecer contradictorio, ciertos personajes de las telenovelas, a pesar de vivir en ambientes de gran lujo, parecen ser la fuente de identificación de los telespectadores. Ang (1990, 1996) señala que para la audiencia femenina, la identificación melodramática con un personaje aparentemente distante, como el de Sue Ellen en *Dinastía*, provoca el consumo placentero de la ficción en cuanto que está ligado al mundo de la fantasía. Es decir, implica la ocupación imaginaria de otras posiciones que están fuera del campo de las identidades cercanas y conocidas. En cuanto a los protagonistas cotidianos en la prensa o de telenovelas que representan mundos alejados de la vida cotidiana, los aspectos más llamativos suelen estar relacionados con temas personales (divorcios, pequeñas infracciones a la ley, disputas familiares...) que permiten a la clase media sentirse moralmente superior (Connell, 1992; Press, 1990). Además, los personajes populares llegan a ser el centro de interés en tertulias y comentarios populares, de esta manera forman parte de la circulación oral de noticias que la audiencia construye con aquellas esferas de la vida consideradas relevantes (Fiske, 1992). Los referentes culturales comunes a los que referirse en las conversaciones sobre la programación constituyen, a su vez, una cierta manera de crear audiencia (Lhul, 1988).

4.3.2. Proporcionan modelos de comportamiento a través del aprendizaje vicario

Los medios de comunicación presentan, constantemente, modelos sociales que son observados por millones de personas. Estos modelos también llamados modelos plásticos se definen como aquellos que *"se distribuyen en las películas, la televisión y otras exhibiciones audiovisuales, y no suelen acompañarse de instrucciones directas al observador. De hecho los medios audiovisuales de masas ejercen, hoy por hoy, una gran influencia en las pautas de conducta social"* (Bandura y Walters, 1974:54). Los ejemplos que prevalecen en un cierto contexto social determinan cuáles de las muchas cualidades humanas posibles son las que se fomentan más. Asimismo, son un instrumento potencial para consolidar el sentido de identidad, como en el caso de ciertas minorías étnicas y culturales que se han apoyado en el uso de los medios de comunicación para transmitir valores tradicionales y proveer un modelo cultural (Harris, 1994).

Ya en los años 30, Durant (1938) señalaba la influencia del cine en la sociedad americana y el deseo de la audiencia de vivir experiencias vicarias de lujo y romance, aunque fuesen de segunda mano en las pantallas de cine. Posteriormente, dichas prácticas tienen un impacto en el éxito de ciertas modas y en el cambio de valores sociales. En cierta medida, los medios de comunicación transmiten modelos emulados, o emulables, por amplios espectros de población. A pesar de que no se puede olvidar que la descodificación de los mismos textos puede diferir no sólo en distintas culturas sino también dentro de una misma sociedad, se puede afirmar que, en general, la audiencia se puede identificar con los personajes si los estilos de vida representados tienen una cierta coherencia narrativa (Boorstin, 1987; Bandura y Walters, 1979; Giddens, 1991; Lazar, 1991).

En la primera parte de este siglo diversos sociólogos americanos, en particular de la Escuela de Chicago, destacaron la contribución de los medios de comunicación al mantenimiento del consenso y de la continuidad de la sociedad. Guiados por un interés inmediato de integrar en la sociedad americana a los numerosos contingentes de inmigrantes recién llegados, desde las teorías sociológicas que estudiaban los medios de comunicación se resaltó el elemento subyacente que subraya las funciones sociales positivas de los medios masivos. Es una perspectiva optimista y, por lo general democrática, que considera imprescindible el papel de los medios en la difusión de las conductas apropiadas y en la

construcción de la identidad del ciudadano. McQuail (1976) recuerda como, en aquella época, se atribuyeron a los medios masivos de comunicación efectos muy poderosos sobre la interacción de la sociedad moderna. Principalmente, se puso el acento en la contribución de los medios a la socialización del niño y del adulto. En la base de este proceso se formulaba un concepto de comunicación como una creación de experiencias, comunes y públicas, a partir de la relación de experiencias privadas individuales.

Las función de socialización y adaptación cultural no ha sido olvidada en épocas posteriores. Para muchos sociólogos son los medios masivos de comunicación los que ofrecen modelos de comportamiento, inculcan roles sociales, proporcionan experiencia vicaria a situaciones nuevas y ayudan al individuo a adaptarse a las expectativas de los demás. Los sociólogos que han estudiado los valores implícitos en el contenido de los medios masivos suelen llegar a la conclusión de que las partes sociales dominantes son reforzadas por ellos, en tanto que los elementos que se apartan de los cánones aceptados o los quebrantan son paulatinamente descartados (Lazarsfeld y Merton, 1982).

En el caso de los adultos, la emigración resulta todavía una ocasión única para investigar la resocialización y la adaptación a nuevos escenarios. Tras estudiar la relación que establecen las mujeres de un barrio popular de Cali con los medios de comunicación, Sonia Muñoz (1994) explica las funciones complementarias que llevan a cabo los distintos medios. La televisión y la prensa - principalmente las revistas rosas- cumplen especialmente el papel de la distinción y la seducción, puesto que abren la puertas a la contemplación de un panorama seductor, ofrecen un inventario de la belleza y de lo que se desea ser soñado. En estos grupos, la radio (de pilas principalmente) cumple una misión diferente: es un acompañante permanente en las labores domésticas. En la primera etapa en la ciudad, la radio permite seguir ligado simbólicamente al lugar de origen, a través de la música y de los mensajes conocidos. Pero además, la radio reconoce al colectivo al que se dirige, les habla con un lenguaje comprensible y, lo que resulta un paso importante, se hace portadora de comunicados emitidos por los propios oyentes. De esta forma, se mantiene como líder de opinión que orienta en aspectos clave para las mujeres: su vida familiar y su quehacer como mujer. En este escenario aparece *"la radio como un servicio social que además se percibe*

encaminado a resolver los problemas más concretos e inmediatos de los pobladores del barrio" (Muñoz, 1994:139).

A pesar de las potencialidades para el desarrollo personal, se ha comprobado que hay una constante en diferentes sociedades, industrializadas o posmodernas, con distintos regímenes políticos y a distintos niveles de implantación de los medios audiovisuales: la audiencia demanda entretenimiento (Llull, 1988). Las experiencias vicarias a partir de ciertos personajes que llevan una vida de lujo y glamour, actualmente continúan vigentes como en los años 30 señalaba Durant (1938). Así de un análisis del ranking de las diez revistas españolas de mayor audiencia se deduce que cuatro son revistas especializadas en la programación televisiva, cinco pertenecen al grupo de revistas del corazón cuyo objetivo es informar acerca de la vida de las personas famosas y la restante es una revista de interés general conocida por su sensacionalismo²¹.

La función de entretenimiento asociada a los medios de comunicación puede tener su explicación en que la mayor parte de las sociedades modernas están estructuradas de tal manera que grandes mayorías de población quedan excluidas de recompensas materiales elevadas y, por tanto, están incapacitadas de alcanzar las altas metas que se presentan en algunos medios. En tal situación, se puede lograr una realización vicaria mediante la identificación con estrellas y personalidades famosas, y por la participación, también vicaria, en su modo de vida. Algunos de los elementos de esta teoría fueron usados corrientemente durante mucho tiempo y formaron parte, por ejemplo, de varias formulaciones acerca de las funciones de evasión e identificación vicaria de los entretenimientos masivos. En la actualidad se pone el acento en el contexto estructural que otorga significación a dicha noción. De este modo, Burns (1967) sugiere que las estrellas y personalidades del mundo del espectáculo forman una élite sin poder que no provoca envidia o resentimiento de clase, sino que proporciona un estilo de vida de referencia fuera de la comunidad local.

²¹ Véase tabla 5.7

El esparcimiento moderno y el ocio son un sustituto de los elementos rituales de la vida diaria que le dieron significado en épocas más antiguas. Posición similar a la concepción de Morin (1960:104) acerca de la función mítica de los entretenimientos masivo donde los héroes cinematográficos ofrecen pautas arquetípicas para guiar el espíritu humano. En este sentido se considera que la industria cultural, especialmente la cinematográfica, proporciona a los espectadores el equivalente actual de los temas del mito y romance puesto que el moderno imaginario social es, sobre todo, un imaginario nacido de la matriz audiovisual (Gubem, 1993:10).

Los protagonistas asiduos de los medios de comunicación se convierten en *celebridades*. De acuerdo con Boorstin (1987) los medios de comunicación han sustituido la realidad por un mundo creado especialmente para su difusión mediática²², de manera que las ilusiones han reemplazado a los sueños y las imágenes a los ideales, con el grave inconveniente de que la imagen "*limitada, concreta y sobresimplificada, parece inevitablemente estrecha e inaceptable*". A pesar de la diferencia que el autor establece entre la realidad y el mundo de la imagen, con el correspondiente juicio negativo que le adjudica a esta última, Boorstin realiza un interesante análisis sobre los cambios derivados los medios. Al analizar la relación entre la vida difundida de las celebridades y la vida real, el autor concluye la siguiente paradoja: "*las celebridades nos reflejan a nosotros mientras que en casa intentamos vivir según el guión de los programas de televisión, lo que no es sino la quintaesencia de nosotros mismos*" (Boorstin, 1987:244).

La aportación de Boorstin se diferencia de la relación entre personajes mediáticos y los mitos (Barthes, 1980; Carey, 1988; Silverstone, 1987). Las celebridades se diferencian de los antiguos héroes porque son personajes contemporáneos cuya fama procede de su

²² La presencia de los medios transforma las dimensiones culturales y comerciales de algunos acontecimientos de interés mundial que no pueden entenderse sin atender a sus dimensiones comunicativas y culturales, como Moragas Spa explica en relación a los Juegos Olímpicos (Moragas Spa, 1992) En esta línea Boorstin basa su concepción de *pseudoevento*. Un pseudoevento es un acontecimiento que tiene las siguientes características: es planeado, tiene una relación ambigua con la realidad, su objetivo principal es ser reproducido y retransmitido por los medios de comunicación (Boorstin, 1987:11)

presencia continuada en los medios, donde exhiben su vida pública y privada. Por tanto, no son idealizados sino que su conducta sirve de comentario en las tertulias y charlas de los grupos, donde es juzgada por el público (Boorstin, 1989; Connell, 1992; Dahlgren y Sparks, 1992; Fiske, 1992; Press, 1990).

En una sociedad compleja donde se observa una tendencia creciente a la globalización, el fenómeno comunicativo constituye únicamente una condición previa para las conductas colectivas (Wolf, 1994a:159). Las funciones de los medios apuntadas por Lazarsfeld y Merton (1982:177) apoyan la orientación de la influencia de las representaciones de las realidades sociales de los media:

- Los medios de comunicación otorgan un carácter ético, es decir, apoyan las normas morales imperantes, sirven para reafirmar normas sociales al exponer desviaciones respecto a tales normas ante la opinión pública. Incluso los sectores que, mayoritariamente, otorgan poca credibilidad a las opiniones de los media, como los jóvenes para los que el grupo de iguales constituye la principal fuente de identidad, reconocen en cierta medida la influencia de la televisión y la prensa²³ (Bloch, 1993; Insua, 1994).
- Legitiman y acrecientan automáticamente el estatus de los individuos y de los grupos a los cuales se dirigen. Confieren categoría a cuestiones públicas, personas, organizaciones y movimientos sociales ya que el prestigio social de personas o de

²³ Una reciente investigación llevada a cabo por Bloch (1993) proporciona datos significativos en este área. El tema de investigación era la implicación en el cuidado personal como actividad de ocio entre chicas menores de 25 años, los resultados apuntan que entre las variables independientes que correlacionan con la conducta estudiada, las fuentes impersonales, revistas de moda y actores y celebridades, mantienen el nivel de correlación más alto seguido del grupo de iguales, amigas y amigos. Son de destacar estos resultados en una edad en que el grupo de iguales se considera primordial en la formación de la identidad y el aspecto físico desempeña un papel muy importante como vehículo de presentación personal y factor de aceptación dentro del grupo

temas queda realizado cuando éstas exigen una atención favorable en los medios, así legitiman políticas, personas y grupos selectos que recibe el apoyo de los medios.

El enfoque que considera los medios masivos como factor de integración y conexión de los distintos componentes de una sociedad de masas tiene su anverso en otra perspectiva que los presenta como elementos que contribuyen al deterioro de los vínculos primarios y al debilitamiento de las normas y valores sociales existentes. Sin embargo, desde el histórico estudio de Lazarsfeld, Berelson y Gaudet (1944) se ha señalado como los líderes de opinión actúan sobre la población como factor de integración. En la vida cotidiana cada esfera de influencia parece tener sus propios líderes de opinión que median entre la audiencia y los mensajes transmitidos por los medios.

Lazarsfeld y Merton (1982) señalan que, aún en las condiciones de comunicación masiva que caracteriza a la sociedad moderna, el grupo primario y la influencia local desempeñan un papel importante, modelando la opinión y mediatizando la influencia externa. La selección del contenido de los medios masivos de comunicación dependen en gran medida de los hábitos sociales, y el uso de tales medios es en la mayoría de los casos una actividad grupal, y no solitaria. Por otro lado, el análisis del consumo de los medios muestra como el uso de los medios masivos de comunicación se suelen llevar a cabo acompañado con frecuencia por contacto directo con otras personas y se halla sujeto a las normas y sanciones grupales²⁴.

Tras estudiar profusamente la relación que los grupos primarios y secundarios establecen con los medios, Katz y Lazarsfeld (1955:44-45) establecieron dos postulados esenciales:

- 1) Las relaciones interpersonales y las relaciones de grupo sirven como punto de anclaje de las opiniones, actitudes, el comportamiento y los valores que los medios intentan modificar

²⁴ Véase tabla 4.4. (Centro de Investigación de la Realidad Social, 1992).

- 2) Existen redes de comunicación asociadas con las relaciones interpersonales, que están ligadas a las redes de los medios masivos, de modo tal que ciertos individuos relativamente más expuestos transmiten lo que leen, ven o escuchan a otros que están menos expuestos y, secundariamente, la existencia de esta red paralela sirve para reforzar o contrarrestar los mensajes de los medios de comunicación masiva. Esta afirmación está relacionada con las teorías sobre la difusión de la información y fue confirmada por una gran cantidad de estudios empíricos.

4.4. LA INFLUENCIA DE LOS ACTORES SOCIALES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION

Desde los años cuarenta se ha puesto de relieve la influencia parcial de los medios. La causa principal fue que en ese momento histórico se consideró la estructura grupal como medio de intervención entre la fuente de comunicación masiva y el individuo, proporcionando el marco de referencia y las normas de acuerdo con las cuales se interpretan y evalúan los mensajes mediáticos. Como se ha comentado anteriormente, no se puede comprender la aceptación sumisa de la audiencia de los modelos propuestos por los medios de comunicación puesto que, aún en la sociedad de la información, se mantiene la importancia del grupo de referencia primario. Además la propia audiencia influye en los contenidos de los medios

Ahora bien, el público no sólo filtra o se defiende de los mensajes ofrecidos por los medios. El público puede actuar como elemento activo en la elaboración de los programas y de sus contenidos. En Estados Unidos, la labor de influencia de ciertos lobbies ha forzado a las cadenas de televisión a modificar su programación si el contenido no es de su gusto. En general, se comprueba la necesidad de adaptarse a los gustos e intereses del público potencial como se refleja en los propios pre-test de los realizadores que confirman o modifican el argumento de las series y películas en función de la aceptación lograda en una muestra reducida de público. Es decir, los profesionales de la información tienen en cuenta al público a la hora de la selección y tratamiento de la información que se refleja en los rápidos cambios de programación en función de los resultados de los índices de audiencia. Tras realizar un análisis de contenido de la primera página de los diez primeros diarios del país, el profesor

Fernández Arenal (1992) reconoce el papel activo desempeñado por la audiencia en la selección y elaboración de la información publicada, de tal manera que define el concepto noticia en función de la influencia del público: "*es información, es noticia aquello que, obtenido pensando en el público, recogido y elaborado para el público, presuponiendo su interés, llega a interesarle*" (Fernández Arenal, 1992:61).

El temor al imperialismo cultural por parte de países con una industria cultural más poderosa, especialmente Estados Unidos, ha provocado el miedo a la desaparición de la industria audiovisual nacional. En este sentido se puede recordar el debate establecido durante las sesiones de trabajo del Comité de Comercio Internacional, celebradas en el año 1994, que finalmente dejaron al sector de los medios de comunicación fuera de los acuerdos del GATT. Pero además del factor económico se ha asistido a una polémica pública, en muchas ocasiones desde los propios medios de comunicación, sobre la influencia de algunos productos culturales en los modos de vida de otros países y que puede derivar en una dependencia cultural.

El imperialismo cultural, y la dependencia cultural, se asocian a la idea de que los medios de comunicación pueden colaborar a la modernización introduciendo valores occidentales. A cambio, esta transformación conlleva el precio de destruir los valores tradicionales, diluyendo las culturas locales en un proceso de homogeneización. El principal argumento parte de que los valores así introducidos son los propios de la sociedad capitalista, responsables del desencadenamiento de un proceso imperialista al subordinar, de manera deliberada, consciente y sistemática, las culturas tradicionales de los países pequeños en provecho de los intereses de las potencias capitalistas dominantes, en especial los Estados Unidos (McQuail, 1992, 1994).

En América Latina y algunos países asiáticos, el interés por la relación entre la cultura popular y los medios de comunicación ha provocado numerosas investigaciones. Junto a la dificultad misma de conceptualización de la cultura popular, la situación social y una ideología favorecieron una cierta idealización de dicho concepto, adjudicándole el valor añadido derivado de un sentido de autenticidad enraizado en la tradición. En este sentido Hernández (1987:56) llama la atención sobre la *acepción purista romántica* del propio

concepto de cultura popular que "se asume como concepto positivo, como dato, y por tanto se asume que estimular y defender la Cultura Popular (en mayúscula) implica directamente un acto de reafirmación revolucionaria, antiimperialista y reivindicador de nuestra independencia cultural". Desde esta perspectiva se reclama la cultura popular puesto que se teme y, en cierta medida, se admite su pérdida debido a la influencia de la cultura de masas extendida en las ciudades, concretamente a partir de los productos audiovisuales comprados a otros países.

Sin embargo, un análisis en profundidad de los contenidos de los medios de comunicación permite matizar esta postura. Algunos autores (Martín-Barbero, 1987; Mata, 1987; Muñoz, 1994; Peirano, 1987; Reyes Matta, 1987) han demostrado el papel de los medios de comunicación en la legitimación de contenidos y valores propios de las clases populares ya que ciertos programas, con alto índice de audiencia, constituyen "una vía de legitimación y admisión forzada de contenidos propios de los sectores populares" (Peirano, 1987:284). Peirano señala las fotonovelas y los programas cómicos como dos importantes fenómenos derivados de la relación entre cultura popular y cultura de masas, ambos productos constituyen el campo más importante de producción local en Perú y son exponente del entretenimiento masivo de los sectores populares. Un análisis de contenido de estos productos conduce directamente a las raíces del teatro popular con personajes protagonistas, prototipos de la vida política y cultural limeña, que emplean recursos expresivos de referencias fácilmente comprensibles y remiten a la cultura no letrada en la que la repetición, el esquematismo o la velocidad del relato son mecanismos fundamentales en su modo de narrar. En otras palabras, "lo masivo se constituye, se fabrica mucho menos en base a la divulgación o vulgarización de los elementos provenientes de lo culto que mediante la explotación de mecanismo del reconocimiento popular" (Martín-Barbero, 1987:133).

Los medios de comunicación tienen una vertiente internacional, con mercados globales. En este contexto, el impacto de la presentación incesante de roles distintos podría ser un problema para las culturas con valores diferentes a los países de producción audiovisual. Sin embargo, los medios se suelen introducir en las comunidades locales que les aceptan y les dan un sentido propio según sus propios códigos de descodificación (Korzenny

y Ting-Toomey, 1992). Ang (1996) señala que el proceso de globalización (Featherstone, 1990) no se puede asimilar a un proceso de homogeneización que erradique las diferencias culturales, sino más bien implica un proceso de desintegración sistemática en el que las culturas locales pierden su existencia autónoma y separada, convirtiéndose en culturas interdependientes e interconectadas. No obstante, estas "*culturas locales tienden a reproducirse, y a extenderse, a través de la apropiación de tendencias globales adquiridas a través de los medios de comunicación y las tecnologías*" (Ang, 1996:153). La propia idiosincrasia de algunos medios de comunicación como la radio, requiere la producción de programas adaptados al lenguaje y a las necesidades de la audiencia específica, códigos específicos que dificulta el proceso de homogeneización (Moreno, 1994).

En esta línea, y tras analizar los efectos de los medios en los países en vías de desarrollo, Lhul (1988:17) considera que las culturas, en un proceso de cambio permanente de las normas sociales, permiten áreas de flexibilidad y de crecimiento con menor determinación de las normas; este proceso es especialmente visible en las sociedades donde las nuevas tecnologías, como la televisión, están siendo introducidas. Aunque cada sociedad adapta los contenidos de los medios según sus referencias culturales que le permiten consumir de manera diferenciada los mismos productos e incluso utilizar las nuevas tecnologías para desarrollar una industria cultural local que produzca los programas más adecuados a su público, como en el caso de la industria cinematográfica india. En la medida que los medios, especialmente la televisión, son adoptados por la sociedad, la *cultura* como un todo es transformada y extendida.

En las actitudes de los distintos públicos y su propio consumo de los medios, se puede observar otro aspecto de la influencia de la audiencia hacia los medios de comunicación. Así en general, en el contexto europeo se considera la lectura como una actividad superior a la cultura audiovisual. Situación muy diferente a la que se encuentra en el mercado norteamericano (Lhul, 1988).

Concluyendo, se puede afirmar que se comienza a rescatar no sólo la no-pasividad del receptor introducida por Lazarsfeld, sino algo bien distinto que se centra en el papel activo del público y que, por tanto, "*cambia el eje del análisis y su punto de partida*" (Martín-Barbero, 1987:127).

4.5. UN SISTEMA DE INTERRELACION COMPLEJO

En los años 20 se iniciaron las investigaciones sobre los efectos de los medios de comunicación, en un primer momento se desarrollaron teorías que reconocían un poder fuerte y directo de los medios basadas en el modelo "estímulo-respuesta", teorías que han evolucionado hacia modelos más complejos sobre la influencia limitada de los medios de comunicación. Se han incluido un conjunto de variables explicativas admitiendo la intervención de variables de la personalidad, la exposición selectiva y la influencia de los líderes de opinión según el mensaje y las condiciones de la audiencia. En lugar de plantear hipótesis con efectos universales, desligados de los contextos sociales, culturales y económicos, se mantiene una estrecha conexión entre caracteres de contexto y los tres tipos de dependencia que consideran se puede derivar de los media (Wolf, 1994a:89):

- A.- Dependencia cognitiva necesaria para obtener el conocimiento de la mayor parte de la realidad social. Normalmente los consumidores no poseen otros estándares extramediales con los que confrontar la veracidad de las informaciones.
- B.- Dependencia de orientación, dividida en orientación a la acción y orientación a la interacción.
- C.- Dependencia de los media en la actividad de ocio, ya sea a nivel individual o a nivel social.

Si bien, no se analiza la relación del ocio y los medios de comunicación, el modelo de dependencia elaborado por De Fleur y Ball-Rokeach (1986) aporta una amplia explicación a los dos primeros tipos citados por Wolf. Por esta razón se toma como ejemplo explicativo de la interrelación entre medios y audiencia. Estos autores desarrollan un modelo integrado de efectos de los medios de comunicación que reúne un conjunto complejo de factores y variables, a partir de una relación tripartita, públicos-medios-sociedad- (Gráfico 4.1). El modelo de relaciones recíprocas individualiza las condiciones que permiten la determinación de las influencias puesto que aúna la visión psicológica con el análisis macrosocial.

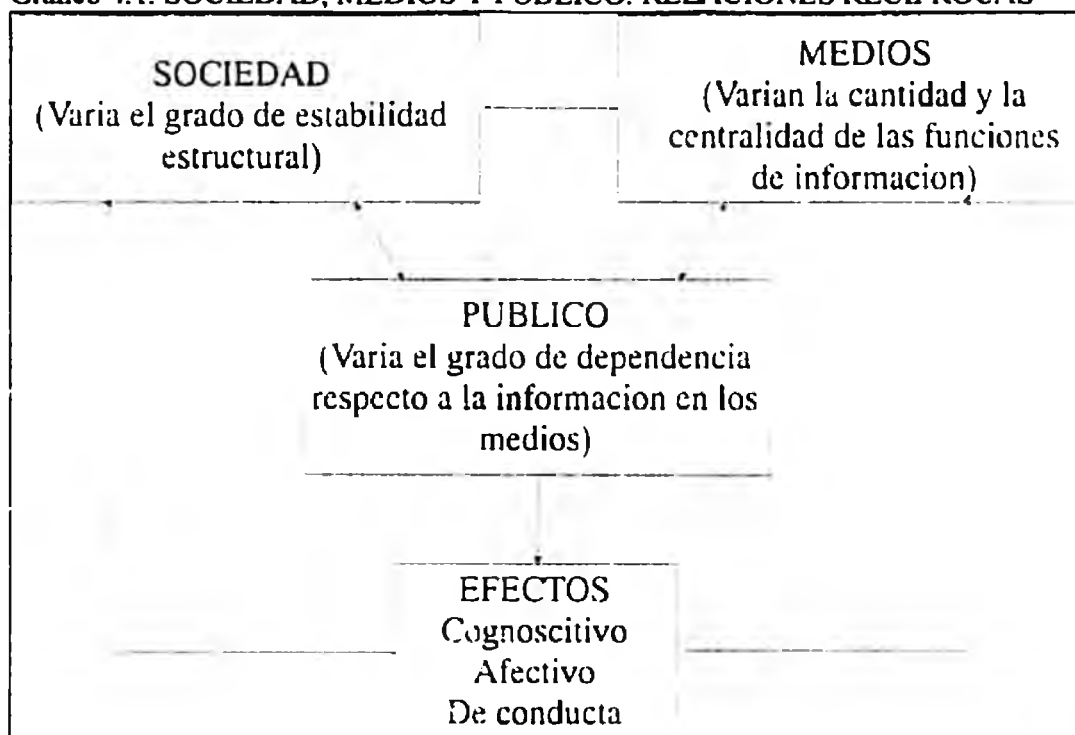
Este sistema valora dos condiciones relacionadas con el nivel de dependencia que una sociedad establece respecto a los medios de comunicación: el grado que los integrantes

dependan de la información de los medios y el nivel de cambio y conflicto social. A partir de estas proposiciones de la teoría de la dependencia se considera que *"el potencial de los mensajes de los medios de masas consiguen una amplia gama de efectos cognitivos, afectivos y de conducta será incrementado cuando los sistemas de los medios aporten muchos servicios singulares y centrales de información y entrega. Ese potencial aumentara aún más cuando exista un alto nivel de inestabilidad estructural de la sociedad, debido al conflicto y al cambio"* (De Fleur y Ball-Rokeach, 1986:321).

Los cambios que van más allá de los efectos detectables en experimentos de laboratorio, se refieren a la ampliación de sistemas de creencias, formación de actitudes o cambios sutiles en el sentimiento individual y colectivo. Parece que se producen, principalmente, por las dependencias persistentes y, a veces, intensas que el público tiene de los recursos de información en el sistema de los medios. La aportación de estos investigadores resulta de especial interés por su relación con el punto de partida de esta tesis ya que se seleccionó defender un sistema de interrelación entre los medios de comunicación y la sociedad. Como los propios autores afirman, este modelo agrupa las variables anteriormente expuestas puesto que *"alterar las condiciones cognitivas, afectivas y de conducta en el público puede volverse, a su vez, una alteración de la sociedad y los medios"* (De Fleur y Ball-Rokeach, 1986:321).

En la medida en que los medios de comunicación son un transmisor, deben considerarse una *ventana* abierta a la experiencia: amplían nuestras posibilidades de visión del mundo material y social. Pero, además, aportan una *plataforma* que hace posible transmitir opiniones y seleccionar las voces y temas que interesan (Katz y Tamas, 1981) Es decir, que se requiere un conjunto de circunstancias para obtener el clima adecuado que permita una influencia de los medios de comunicación, pero especialmente es importante que los contenidos no contradigan, directamente, la experiencia cotidiana de la audiencia.

Gráfico 4.1. SOCIEDAD, MEDIOS Y PÚBLICO: RELACIONES RECÍPROCAS



Fuente: De Fleur y Ball-Rokeach (1986:322)

McQuail (1976:68) resume seis condiciones ideales bajo las cuales resulta más fácil que los medios de comunicación ejerzan una influencia en la audiencia:

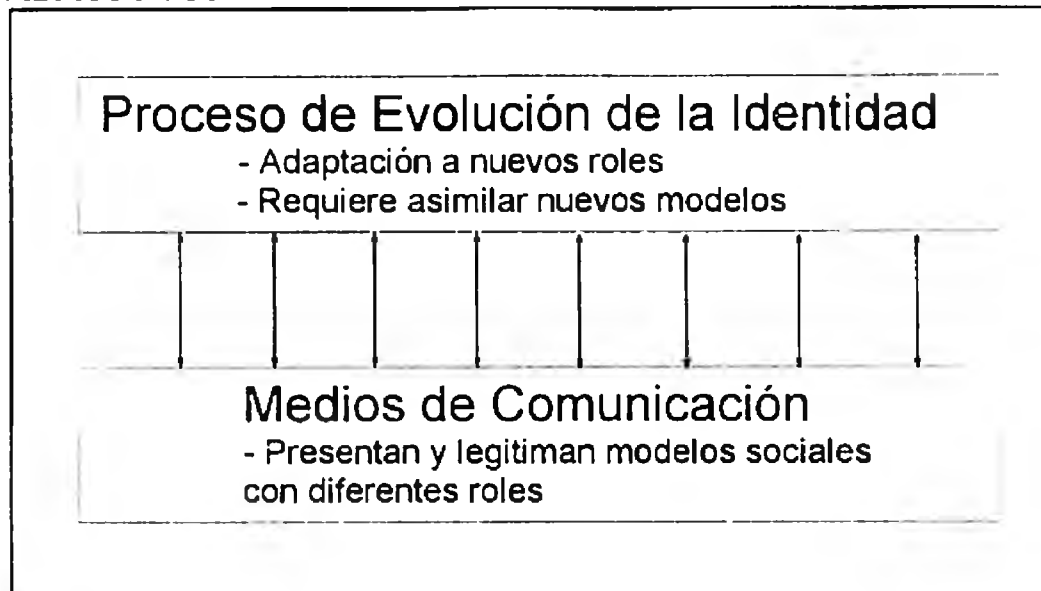
1. Se debe dar una predisposición favorable al tema: Es más probable que los medios operen como refuerzo de actitudes y opiniones existentes que las cambien
2. La fuente de información debe inspirar confianza a la audiencia ya que los efectos varían de acuerdo con el prestigio o los juicios que merece la fuente de comunicación
3. El monopolio de la información aumenta la probabilidades de modificar las opiniones de la audiencia en la dirección deseada.
4. La influencia de los medios depende del interés que los temas tratados susciten en la audiencia. En general, parecen más eficaces para modificar actitudes sobre temas periféricos, poco conocidos, o de aquellos que la audiencia tiene especial predisposición.

5. El grupo de relación mediatiza la selección e interpretación del contenido.
6. El efecto del grupo de relación va más lejos que la selección e interpretación del contenido. *"La estructura de relaciones interpersonales en la audiencia mediatiza el flujo de contenido de las comunicaciones, limitando y determinando los efectos que pueden producirse"* (McQuail, 1976:69).

En resumen, a pesar de la interacción de distintos agentes en el proceso de transformación social, no se puede olvidar la influencia de los medios de comunicación. La conducta humana se constituye y evoluciona a través de la interacción continua con el medio, como recuerda Bandura (1987:230) *"persona y medio se determinan de forma recíproca"*.

Es evidente que la adquisición de nuevas formas de conducta a través de los medios de comunicación no es automática. Aunque no se puede olvidar el papel desempeñado por los grupos sociales de referencia, el modelado simbólico -a través de los medios de comunicación- sirve de vehículo fundamental para transmitir nuevos estilos de conducta, siendo especialmente útil en áreas muy dispersas (Bandura, 1987:70). Los periódicos y revistas, la radio y la televisión informan a las personas sobre nuevos usos y sus posibles riesgos o beneficios. Por eso, los primeros en adoptar esas costumbres son las personas que han tenido más acceso a la información sobre esas innovaciones ofrecidas por los medios de comunicación de masas. Después de que las innovaciones se han introducido a través de este medio simbólico, se extienden a otros miembros del mismo grupo a través del modelado directo, la adopción de esos usos tiende a esparcirse a través de las redes existentes de comunicación interpersonal. Bandura (1987:70) recuerda que cuando las conductas son muy llamativas, pueden aprenderse en exhibiciones públicas, sin que las personas que asisten a ellas se conozcan entre sí. De esta manera los modelos no sólo sirven de ejemplo y legitiman las innovaciones, sino que también las defienden, animando a otros para que las adopten. Sin embargo, las influencias ambientales son seleccionadas y adaptadas por los sujetos activamente entre un conjunto de conductas a las que tiene acceso. La selección y creación de estilos de vida es influida por grupos de presión, la exposición de modelos de roles visibles y de las circunstancias socioeconómicas del individuo.

Gráfico 4.2: RELACION ENTRE LA EVOLUCION DE LA IDENTIDAD Y LOS MEDIOS DE COMUNICACION



Fuente: Elaboración propia

En el caso del grupo de edad protagonista de esta tesis, las personas mayores, tienen una interesante relación con los medios tanto como grupo de influencia como a nivel de efectos cognitivos, afectivos y de conducta. Por una parte, constituyen un grupo objetivo importante por su número y por sus hábitos de consumo de los medios de comunicación, especialmente de la televisión. Por otro lado, los mayores se encuentran en un momento especial de inestabilidad en el que se están estableciendo pautas de conducta diferenciadas. De ahí que los medios pueden ser un instrumento adecuado no sólo para mostrar modelos novedosos sino también para reforzar las actitudes nacientes. Además, se trata de un tema poco estudiado a nivel estatal puesto que se han llevado a cabo escasas investigaciones en este campo (Instituto Nacional de Servicios Sociales, 1991b).

El hecho, anteriormente comentado, de ser la primeras generaciones que alcanzan esta etapa del ciclo de vida le hace más susceptibles de necesitar un modelo social. En el caso de la formación de identidades, la identificación con imágenes mediatizadas ha favorecido la interrelación de grupos de referencia integrados por personas distantes en el espacio pero con la impresión de compartir una comunidad dadora y potenciadora de una cierta identidad social (Maffesoli, 1990). Naomi Wolf (1991) señala un caso similar cuando defiende el papel de las revistas femeninas como agentes dinámicos del cambio de roles. La autora considera que la primera generación de mujeres que entraron en el mercado de trabajo no tenía cerca

un modelo a imitar, otras mujeres que hubiesen compaginado la vida profesional y familiar, de ahí la labor de estas revistas difusoras de una imagen de autoridad creíble a la cual admirar y copiar. Las generaciones objeto de estudio se encuentran en una situación semejante, dada la falta de una generación anterior y similar a la suya y que por lo tanto sirva de modelo. ellos deben ser los innovadores y creadores de una identidad que les distinga tanto del grupo de mayores que les precede como del de adultos que les sigue y buscan en los medios de comunicación los modelos que no pueden encontrar en su vida real (Gráfico 4.2.). Es decir, el aprendizaje se produciría por observación o adquisición de conductas sociales a través de la exposición de señales modeladoras (Bandura y Walters, 1974).

Desde una perspectiva amplia, se puede hablar de modelos culturales o conjuntos organizados de representaciones, percepciones, actitudes, reglas, normas y valores que sirven de guía para interpretar el mundo y para la actuación de los individuos (Donegani y Lescanne, 1982). La identidad se forma a partir de un substrato social, los grupos comparten un conjunto organizado de modos de percibir, pensar y actuar aprendidos que los demás reconocen²⁵ .. De esta forma, ciertas maneras de pensar y actuar se convierten en ideales de las personas que poseen un universo de representación similar.

En este sentido, los medios de comunicación, reflejo y motor del cambio social, han producido una serie de personajes novedosos diferenciados de los dos prototipos anteriores de anciano sabio o invalido. Los personajes que representan a personas mayores se han hecho más frecuentes y son representados de forma más positiva (Bell, 1992). En los medios de comunicación se muestran personas independientes, con un futuro por delante, con ganas de disfrutar y gozar de la vida, por ejemplo series televisivas como *Las Chicas de Oro*, *el Nido Vacío*, etc. No se parecen a los antiguos modelos de viejecitos dedicados a las labores

²⁵ Los estereotipos de comportamiento cristalizan en roles, de aquí la importancia de la imitación de rol o apropiación del rol. Agnes Heller explica este fenómeno en la vida cotidiana y señala la importancia de la imitación cuando se refiere al término rol "no en el sentido anodino de los estereotipos de comportamiento, sino cuando nos enfrentamos con sus formas cristalizadas en clichés, en modelos" (Heller, 1987:300).

del hogar, seres pasivos centrados en la familia, sino protagonistas activos que practican deporte, cuidan de su alimentación y mantienen una rica vida social. Quizás sólo sea un dato anecdótico, pero refleja esta tendencia la pegatina que se distribuye en EE.UU. "me estoy gastando la herencia de mis hijos", slogan relacionado con las ganas de disfrutar, de gozar de la vida, característica que fue considerada propia de la cultura de las clases populares, pero debido a la movilidad social y el acceso a un capital económico han legitimado su capital cultural (Bourdieu, 1979). Al transformarse en clases medias sus gustos y tradiciones se han expandido por todos los grupos sociales. En general, los modelos ofrecen unas normas emergentes de conductas apropiadas, denominadas por Ruth Raymon Thone (1992) como *ageing gracefully* o *envejecer con donaire*. Aplicados al caso de una señora mayor, la autora enumera los adjetivos relacionados con las cualidades requeridas: *"flexible, afectuosa, una señora, positiva, agradecida, aceptable, pulcra, activa, de mente abierta, optimista, orgullosa de sus logros, vitalista, que conserva su belleza personal y sentido del humor. Además mantiene la capacidad para aprender y de aceptar riesgos, sin quejarse sobre sus dolores y fatigas o sobre las faltas de los demás, y no parece preocupada por la edad"* (Thone, 1992:13).

Si bien es cierto que tal modelo resulta imposible de imitar para la mayoría de la población, se puede considerar como un ideal que contiene las características de persona mayor comentadas en el primer capítulo y que conforma un imaginario social que se extiende entre todos los grupos sociales y contribuye al proceso de globalización (Featherstone, 1990).

***CAPITULO 5. EL DISEÑO DE LA
INVESTIGACION Y DE LOS
INSTRUMENTOS DE ANALISIS***

Tras una primera parte dedicada a la justificación teórica del tema de estudio, la segunda parte de la tesis doctoral, compuesta por los capítulos 5, 6 y 7, se centra en el trabajo empírico desarrollado. Se trata de un estudio sincrónico que compara los productos comunicativos difundidos por televisión y prensa, revistas y suplementos semanales, durante el año natural comprendido entre Abril 1992 y Marzo 1993. El método de investigación, cualitativo e interpretativo, consiste en un análisis de contenido de los modelos sociales de representación propuestos en los medios de comunicación de masas citados, para el grupo de edades comprendidas entre sesenta y setenta años. Con los datos disponibles pueden estudiarse cuáles son las representaciones sociales de las personas mayores que se han propuesto desde estos medios.

En este capítulo quinto se abordan aspectos metodológicos. En primer lugar, se presentan los objetivos y la hipótesis de la investigación. A continuación, se explica la selección de los medios analizados y los periodos de tiempo en que tuvo lugar la recogida de información. Para terminar, se exponen los criterios de análisis y se describen los protocolos elaborados para el análisis.

5.1. OBJETIVOS E HIPOTESIS

El interés por el estudio de los modelos de representación de las personas mayores en los medios de comunicación viene determinado por el cambio significativo que se está produciendo en el colectivo de población de personas mayores tanto a nivel cuantitativo como cualitativo. Por otra parte, el tema de los medios de comunicación juega un papel predominante para el conocimiento general de las noticias y tendencias sociales. Por tanto, incorporar los medios de masas supone tener en cuenta un elemento de referencia que llega a amplias capas de población y que por su interés en ciertos temas y personas legitima algunas conductas.

El presente estudio pretende clarificar la aparición de los mayores y conocer su

modo de representación. Los objetivos del análisis son los siguientes:

- Conocer la presencia de los mayores en distintos medios de comunicación.
- Analizar los modelos de representación de personas mayores, a partir de un análisis de contenido de los personajes que aparecen en dichos medios.

Se busca conocer una imagen de las representaciones del imaginario social que influyen en todos los grupos sociales.

En base al marco teórico expuesto que parte de una relación de interdependencia entre los medios de comunicación y la audiencia²⁶, se considera que los medios deberían reflejar la evolución demográfica y de identidad de las personas mayores. Por ello, se hipotetiza que la presencia de las personas mayores en los medios debería ir reflejando un equilibrio respecto a su peso demográfico, así como a su importancia como consumidores de dichos medios. En este sentido, se debería producir un proceso paulatino que, aunque todavía no sea masivo, equilibre la frecuencia de aparición de este colectivo en los medios con su peso demográfico real. Sin embargo, en España se intuye que la frecuencia de aparición de este grupo de edad es poco numerosa (Instituto Nacional de Servicios Sociales, 1991b), hecho que se pretende corroborar o refutar. Además, el establecimiento de este hecho permitirá, en el futuro, estudios comparativos para constatar si la representación de los mayores va en aumento.

La idea de que mayores cantidades de representación contribuyen a una heterogeneidad creciente del tipo de modelos posibles, nos lleva a una segunda hipótesis. Se conjuntos organizados de representaciones para la interpretación y representación del grupo de personas mayores sea poco abundante. Es posible que los medios de comunicación no presenten alternativas diversas, sino que muestren modelos homogéneos con características bastante semejantes en las cuales los individuos del público que pertenecen al colectivo de

²⁶ Véase apartado 4.2.

mayores eligen en función de su situación en el mundo y según sus rasgos de personalidad y motivaciones.

5.2. LA SELECCION DE LOS MEDIOS

En la selección de la materia prima que se ha utilizado como criterio de prueba se ha buscado una representación de distintos medios puesto que cada uno tiene una idiosincrasia diferente y se utiliza de manera distinta, tal y como confirmaron Katz, Gurevitch y Hass (1973) tras estudiar las funciones de los medios de comunicación a partir de un análisis empírico de la satisfacción de necesidades psicológicas y sociales que la población encuentra en los medios. Los autores comprobaron que los distintos tipos de medios satisfacen necesidades diferentes. Así la prensa parece ser la más útil a la hora de conocer las noticias; mientras que la televisión parece estar destinada al entretenimiento. Sin embargo, los individuos que reivindican una necesidad de las propuestas (información, gratificación, confianza/estatus y contacto) tienden a evaluar la ayuda relativa de distintos medios en la misma manera. Por esta razón, a pesar de la heterogeneidad de la información, se ha buscado la representación de diferentes medios de comunicación. De manera que se recoge una visión global necesaria para la posterior comparación de los diversos prototipos propuestos.

A la hora de seleccionar un conjunto representativo de medios de comunicación, se decidió optar por aquellos medios cuya difusión asegurase su presencia generalizada en distintos sectores sociales y que, además, permitiese obtener un conjunto de información heterogéneo. Se buscaba seleccionar aquellos medios que, a pesar de su variedad, tuviesen una característica común: difundir una imagen visual de los modelos. Esta característica la cumplen la prensa escrita y la televisión. Por esta razón, no se incluyó la radio puesto que, aunque las personas mayores parecen grandes aficionados a ella²⁷, sus mensajes únicamente orales favorecen que la imaginación del oyente adapte los personajes a sus propias representaciones. En primer lugar, se escogió la televisión por dos razones fundamentales:

²⁷ Véase tabla 4.2.

donde la trascendencia de los acontecimientos eclipsa, muchas veces, la personalidad de los protagonistas.

Seleccionado el tipo genérico de medios, los índices de popularidad establecidos por su audiencia¹⁰ constituyeron la medida para elegir los periódicos, revistas y programas de televisión que iban a servir para la recogida del material de análisis. Como primer criterio se recogieron los diez suplementos dominicales y revistas de mayor audiencia.

Tabla 5.1. SUPLEMENTOS DOMINICALES DE PERIODICOS DE MAYOR AUDIENCIA. ESPAÑA 1992 Y 1993.

Suplementos Dominicales	Miles de Individuos 1992	Miles de Individuos 1993
El País Semanal	3.817	3.437
Suplemento Semanal	3.223	4.017
Tele País	3.078	2.599
Suplemento TV	3.024	3.385
Dominical	1.191	1.226
La Vanguardia	1.044	1.138
El Mundo Magazine	756	1.126
Antena T.V.	731	443
Antena Semanal	726	599
Diano 16 Gente	495	486
Total	11.709	12.137

Fuente: Anuario El País (1993 y 1994)

El análisis de los 10 suplementos dominicales de los periódicos de mayor audiencia editados en el Estado Español (tabla 5.1.) puso en evidencia que no todos cumplían el requisito de ser de tipo general ya que algunos suplementos estaban especializados en temáticas específicas de televisión (*Tele País*, *Suplemento Televisión*, *Antena T.V.* y *Antena Semanal*) por lo que fueron desechados. Tras pasar este filtro quedan cuatro suplementos dominicales de mayor audiencia: *El País Semanal*, *Suplemento Semanal* -editado, en Madrid, por Taller de Editores S.A. y distribuido por 24 periódicos regionales entre los que se incluyen el Grupo El Correo-, *El Dominical* del Grupo Z y *La Vanguardia*. Además se añadió el suplemento *Blanco y Negro* del periódico ABC debido a su alta difusión¹¹, aunque

¹⁰ Abraham Moles define la audiencia como "la masa total de público que en un momento cualquiera puede hallarse expuesta a un medio de comunicación cualquiera (radio, cine, prensa, etc.) y que por ello puede recibir los mensajes que éstas transmiten" (Moles, 1975:28)

¹¹ La difusión media del suplemento *Blanco y Negro*, del periódico ABC, ascendió a 603.837

a) Se trata de un medio de comunicación de masas que llega a la mayoría de los ciudadanos. Como se comenta en el capítulo 4, el televisor es el bien de consumo que más abunda en los hogares españoles presente en el 97% de las casas, incluso entre los domicilios de ciudadanos procedentes de estatus socioeconómicos bajos y los residentes en áreas rurales el porcentaje supera el 90% (Ministerio de Cultura, 1991).

b) Las encuestas muestran que los españoles son, junto a los británicos, los ciudadanos europeos que pasan más tiempo delante del televisor (207 minutos/día) (Instituto Nacional de Estadística, 1991:173). Es decir, el tiempo dedicado a ver la televisión ocupa una parte importante del tiempo libre, entre todos los sectores de población y, especialmente, entre los mayores.

Respecto a la prensa escrita, periódicos y revistas, su dependencia de la información puntual de sucesos y noticias de tipo político, económico y social contribuía a la necesidad de un criterio que permitiese independizar ligeramente estos aspectos, realizando aquellos motivos de interés para el análisis propuesto: los modelos de personas mayores, sobre todo representados mediante personajes que implicasen roles y modos de vida. En la prensa diaria estos requisitos los cumplían los suplementos dominicales²⁸, o pequeñas revistas con temas diversos de actualidad (moda, espectáculos, reportajes, gastronomía) y entre las revistas aquellas publicaciones de interés general²⁹, que ofreciesen una información variopinta sobre temas diversos. En ambos casos, los temas de los reportajes y artículos no dependen tanto de los acontecimientos puntuales, como los de la prensa diaria

²⁸ "Suplementos son publicaciones con título propio y periodicidad fija que se entregan conjuntamente con otra u otras y que no pueden ser vendidas separadamente" (Reglamento de Trabajo de la O.J.D.).

²⁹ La Oficina de Justificación de la Difusión para el Control de las Publicaciones Periódicas (O.J.D.) considera Revistas de Información General "aquellas publicaciones que aparecen bajo un mismo título con una periodicidad regular de hasta un máximo de tres veces por semana, dirigidas a un público indeterminado" (Reglamento de Trabajo de la O.J.D.).

donde la trascendencia de los acontecimientos eclipsa, muchas veces, la personalidad de los protagonistas.

Seleccionado el tipo genérico de medios, los índices de popularidad establecidos por su audiencia³⁰ constituyeron la medida para elegir los periódicos, revistas y programas de televisión que iban a servir para la recogida del material de análisis. Como primer criterio se recogieron los diez suplementos dominicales y revistas de mayor audiencia.

Tabla 5.1. SUPLEMENTOS DOMINICALES DE PERIÓDICOS DE MAYOR AUDIENCIA. ESPAÑA 1992 Y 1993.

Suplementos Dominicales	Miles de Individuos 1992	Miles de Individuos 1993
El País Semanal	3 817	3 437
Suplemento Semanal	3 223	4 017
Tele País	3 078	2 599
Suplemento TV	3 024	3 385
Dominical	1 191	1 226
La Vanguardia	1 044	1 138
El Mundo Magazine	756	1 126
Antena T.V.	731	443
Antena Semanal	726	500
Diario 16 Gente	495	486
Total	11 709	12 137

Fuente: Anuario El País (1993 y 1994)

El análisis de los 10 suplementos dominicales de los periódicos de mayor audiencia editados en el Estado Español (tabla 5.1.) puso en evidencia que no todos cumplían el requisito de ser de tipo general ya que algunos suplementos estaban especializados en temáticas específicas de televisión (*Tele País*, *Suplemento Televisión*, *Antena T.V.* y *Antena Semanal*) por lo que fueron desechados. Tras pasar este filtro quedan cuatro suplementos dominicales de mayor audiencia: *El País Semanal*, *Suplemento Semanal* –editado, en Madrid, por Taller de Editores S.A. y distribuido por 24 periódicos regionales entre los que se incluyen el Grupo El Correo-, *El Dominical* del Grupo Z y *La Vanguardia*. Además se añadió el suplemento *Blanco y Negro* del periódico ABC debido a su alta difusión³¹, aunque

³⁰ Abraham Moles define la audiencia como "la masa total de público que en un momento cualquiera puede hallarse expuesta a un medio de comunicación cualquiera (radio, cine, prensa, etc.) y que por ello puede recibir los mensajes que éstos transmiten" (Moles, 1975:28)

³¹ La difusión media del suplemento *Blanco y Negro*, del periódico ABC, ascendió a 603 837

los estudios de su audiencia no se hacen públicos.

Respecto a las revistas semanales de mayor audiencia se estableció un sistema paralelo al de los suplementos de los periódicos. De 10 publicaciones de mayor audiencia (tabla 5.2), se eliminaron las revistas especializadas en un sólo tema. Esta norma excluye a cuatro de las diez revistas más vendidas: *Teleprograma*, *Teleindiscreta*, *T.V. Plus* y *Clan T.V.*. Todas ellas abordan temas televisivos o de personajes cuya fama viene dada por su aparición en la pequeña pantalla. De esta manera se eligen las cinco revistas de mayor audiencia para su posterior análisis: *Pronto*, *Hola*, *Semana*, *Lecturas* y *Diez Minutos*. Todas ellas son publicaciones semanales de la llamada *prensa del corazón*, cuyo objetivo es informar acerca de la vida de personas famosas por diversos motivos (clase social, éxito profesional, cargo público...).

Tabla 5.2. REVISTAS SEMANALES DE MAYOR AUDIENCIA. ESPAÑA, 1992 Y 1993.

Revistas Semanales	Miles de Individuos 1992	Miles de Individuos 1993
Tele Indiscreta	4.411	2.925
Pronto	3.175	3.073
¡Hola!	2.467	2.567
Semana	1.739	1.842
Lecturas	1.736	1.834
Diez Minutos	1.553	1.652
Super Tele	1.351	1.980
Interviú	1.306	1.211
T.V. Plus	1.040	844
Mía	1.003	972
Totales	15.505	14.430

Fuente: Anuario El País (1993 y 1994).

“La prensa femenina se hace eco de todas aquellas cuestiones de proyección privada, que constituyen, o deben constituir, los centros de interés de las personas bajo cuya administración se encuentra el ámbito privado, y que se da cuenta y establece pautas de comportamiento y modelos de referencia” (Gallego, 1990:21). En todos los personajes el límite entre su vida privada y vida pública es borroso o ha desaparecido. Incluso para algunos

ejemplares en 1992 (Boletín OJD, 1993:5) y 765.668 ejemplares en 1993 (Boletín OJD, 1994:3).

de ellos, el permanecer en las primeras páginas de la prensa rosa se ha convertido en casi una profesión y obtienen parte de sus ingresos vendiendo exclusivas de sus acontecimientos íntimos (bodas, nacimientos, comuniones...).

En el caso de la televisión se estableció un doble criterio que tiene en cuenta los canales y la franja horaria de mayor audiencia. De entre todas las cadenas de televisión que emiten desde el Estado Español se escogieron las cuatro cadenas principales, a saber: T.V.E.1, Tele 5, T.V.E.2 y Antena 3. Estas cuatro cadenas registran un nivel de audiencia superior al resto, estimándose por ejemplo que, en 1992, Antena 3 (5.581 miles de individuos) dobla la audiencia de su inmediata seguidora T.V.3 (2.350 miles de individuos). Los cuatro cadenas tienen en común el ser cadenas nacionales de emisión gratuita (tabla 5.3.).

Tabla 5.3. AUDIENCIA DE LAS CADENAS DE TELEVISION. EN MILES DE INDIVIDUOS. ESPAÑA, 1991.

CADENAS DE TELEVISION	Total miles de individuos 1.992	Total miles de individuos 1.993
T.V.E.1	22.369	18.127
TELE 5	8.731	12.001
T.V.E.2	7.336	5.660
ANTENA 3	5.581	11.523
T.V.3	2.350	2.129
CANAL SUR	2.460	2.400
CANAL 9	1.518	1.330
TELEMADRID	1.092	1.605

Fuente: Anuario El País (1992)

Se suele dividir el horario de emisión de televisión en cinco momentos del día: madrugada (4h a.m. - 8h a.m.), mañana (8h a.m.- 13.30h p.m.), sobremesa (13.30 h.p.m.- 17 h.p.m.), tarde (17h p.m.- 20 h p.m.) y noche (20h p.m. - 4h a.m.). Si se analizan los índices de audiencia se puede comprobar que la franja horaria de mayor audiencia corresponde con la del momento de la noche (tabla 5.4), por este motivo se han grabado los programas nocturnos, a partir de las 8.30 p.m. hasta las 11.30 p.m, de las cuatro cadenas anteriormente seleccionadas.

Tabla 5.4. VARIACIÓN DE LAS AUDIENCIAS DE TELEVISION SEGUN LA FRANJA HORARIA. EN MILES DE INDIVIDUOS. ESPAÑA, 1991.

HORARIO	T.V.E.1	T.V.E.2	ANTENA3	TELE5	CANAL +
MADRUGADA	0,1	0,0	0,1	0,1	0,0
MAÑANA	5,0	2,1	3,6	2,9	0,3
SOBREMESA	47,3	6,9	8,1	10,3	0,9
TARDE	16,6	5,3	3,9	8,1	0,4
NOCHE	47,7	14,2	13,0	25,2	1,7

Fuente: Anuario El País (1992).

En síntesis, se ha recogido la información de los medios de comunicación siguientes.

- Periódicos. Suplementos dominicales:

- *Blanco y Negro* del periódico ABC, *El País Semanal*, *Suplemento Dominical*, *Dominical* del Grupo Z y *La Vanguardia*.

- Revistas:

- *Pronto*, *Hola*, *Semana*, *Lecturas* y *Diez Minutos*

- Televisión. Franja horaria entre 20,30 y 23,30 horas

- T.V.E. 1, Tele 5, T.V.E. 2, Antena 3

5.3. LOS PERIODOS DE RECOGIDA DE INFORMACION

En todos los medios de comunicación se han elegido períodos similares de recogida de la información con objeto de cubrir todo el año seleccionado, Abril de 1992- Marzo 1993.

Con objeto de recoger la información de forma aleatoria, se estableció un calendario que alternase los suplementos dominicales y las revistas. De manera que una semana se recogió la información de los suplementos y la semana siguiente la información de las revistas. Este sistema continuó a lo largo de las 52 semanas seleccionadas, empezando con los suplementos de periódicos la primera semana de Abril 1992 y acabando con las revistas la cuarta semana del mes de Marzo de 1993.

Tabla 5.5. CALENDARIO DE RECOGIDA DE INFORMACION DE PRENSA ESCRITA (REVISTAS Y SUPLEMENTOS DOMINICALES DE PERIODICOS)

Meses	Semanas del mes*				
	1ª	2ª	3ª	4ª	5ª
Abril 1992	☑	☒	☑	☒	
Mayo 1992	☑	☒	☑	☒	☑
Junio 1992	☒	☑	☒	☑	
Julio 1992	☒	☑	☒	☑	
Agosto 1992	☒	☑	☒	☑	☒
Septiembre 1992	☑	☒	☑	☒	
Octubre 1992	☑	☒	☑	☒	
Noviembre 1992	☑	☒	☑	☒	☑
Diciembre 1992	☒	☑	☒	☑	
Enero 1993	☒	☑	☒	☑	☒
Febrero 1993	☑	☒	☑	☒	
Marzo 1993	☑	☒	☑	☒	

☑ Suplementos Dominicales de periódicos

☒ Revistas

* Se considera primera semana del mes aquella cuyo primer domingo coincide con el mes de referencia

En la televisión, decididos los canales y los horarios, se establecieron una serie de momentos que, al igual que en los otros medios seleccionados, implicase una representación de todas las programaciones anuales. Por esta razón, se seleccionaron programas representativos de las cuatro estaciones del año, dado que en cada una la programación varía en horario y contenido.

Se optó por grabar en videos la programación de un mes en cada temporada televisiva, el mes elegido debería coincidir con el periodo central de la misma. La información se inicia en primavera que se considera comprende los meses de Abril, Mayo y Junio por lo que se elige Mayo, se respetó el mismo procedimiento en las estaciones sucesivas. De esta forma, se seleccionó un mes representativo de cada temporada. El siguiente paso fue decidir las semanas en las que se centraría la recogida de la información. En este sentido, se decidió escoger dos semanas de cada mes elegido. Se prefirió recoger las semanas alternas (pares o impares) con un sistema que fue rotando con las estaciones (tabla 5.6.).

Tabla 5.6. CALENDARIO DE SELECCION DE LAS EPOCAS DE RECOGIDA DE INFORMACION TELEVISIVA

Estación del Año	Mes	Semana del Mes*
Primavera	Mayo, 1992	Segunda y cuarta
Verano	Agosto, 1992	Primera y tercera
Otoño	Noviembre, 1992	Segunda y cuarta
Invierno	Febrero, 1993	Primera y tercera

* Se considera primera semana del mes aquella en que todos los días de la misma (lunes y domingo inclusive) concuerdan dentro del mes en curso

Por último, se determinó un procedimiento para conseguir que todos los días de la semana estuviesen representados en cada una de las estaciones. Con este objetivo, se estableció que una semana se analizase la programación correspondiente a los días pares y en la siguiente a los días impares. Con objeto de que la información fuese aleatoria, este sistema se alternaba cada mes. La distribución de la selección televisiva total recoge un total de 28 sesiones de tres horas cada una, repartidas a lo largo del año que conforman el calendario de la tabla 5.7.

Tabla 5.7. CALENDARIO DE GRABACION DE LA INFORMACIÓN TELEVISIVA.

	Días de la Semana						
	L	M	X	J	V	S	D
Mayo 1992		12		14		16	
	25		27		29		31
Agosto 1992	3		5		7		9
		18		20		22	
Noviembre 1992		10		12		14	
	23		25		27		29
Febrero 1993	1		3		5		7
		16		18		20	

El total del material recogido en todos los medios de comunicación comprende 26 ejemplares de cada una de las cinco revistas seleccionadas y de cada uno de los cinco suplementos dominicales de los periódicos escogidos. Además, se grabaron ochenta y cuatro horas de emisión de cada uno de los cuatro canales seleccionados. En conjunto, suponen el siguiente material recogido en el año que discurre entre Abril de 1992 y Marzo de 1993:

- 130 revistas.

- 130 suplementos dominicales de periódicos.
- 336 horas de grabaciones televisivas.

5.4. VENTAJAS DEL SISTEMA ELEGIDO

Las ventajas de la elección de estos criterios de selección del muestreo se pueden resumir en dos razones primordiales: es un procedimiento exhaustivo y aleatorio, en un alto grado.

La exhaustividad se debe tanto a su duración en el tiempo -abarca un año natural- como a la cantidad de material seleccionado ya que comprende información procedente de tres medios diferentes: la televisión, los suplementos dominicales de los periódicos y las revistas de más audiencia en el Estado Español. En cuanto a la duración temporal, un año natural, se puede decir que este sistema contempla una amplia visión de las noticias y sucesos acaecidos durante el año 92-93. Su temporalidad ha permitido reducir el sesgo provocado por los meses en los que ocurren ciertos acontecimientos que imprimen carácter y modifican la programación y las noticias habituales (Navidades, Semana Santa, las Olimpiadas que en Julio y Agosto de 1992 tuvieron lugar en Barcelona...).

De cada uno de los medios de comunicación escogidos (televisión, suplementos dominicales de periódicos y revistas) se recogió en las mismas fechas todo el material correspondiente al mismo medio, es decir, las revistas la misma semana, los canales de televisión el mismo día, etc. La información recogida simultáneamente de los mismos medios de comunicación permite obtener una visión general de los acontecimientos y de las diferentes maneras en que se trata un mismo tema. Parafraseando a Barthes, se puede decir que uno de los beneficios de este sistema es que *"aunque no se si las cosas repetidas gustan -como dice el proverbio- creo que, por lo menos, significan"* (Barthes, 1980:9).

Respecto a la selección aleatoria de la información, se prefirió este sistema para conocer los programas y los personajes que eran noticia, en lugar de seleccionar los personajes famosos o más populares, de manera que se pudiese conocer la incidencia real de las personas mayores en los medios de comunicación recogidos.

Además se estableció un sistema de análisis cualitativo del material recogido a través de unos protocolos que permiten homogeneizar los criterios para examinar los distintos medios y cuyo mecanismo de elaboración se explica en el apartado correspondiente.

5.5. EL METODO DE ANALISIS

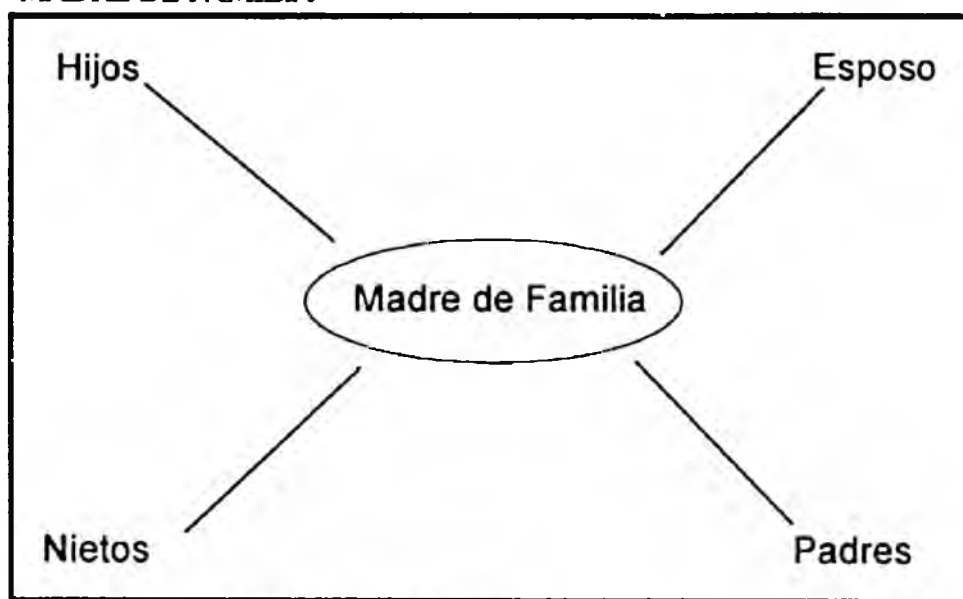
Con objeto de conocer los modelos de representación de las personas mayores, se elaboraron unos protocolos de análisis de contenido que permitiesen conocer los roles que los mayores desempeñan en los medios de comunicación, concretamente en las revistas, suplementos dominicales de periódicos y la televisión. El análisis de contenido es un método cualitativo que asume que los modelos de conducta, valores y actitudes encontradas en el material analizado reflejan y, a la vez, afectan a las conductas, actitudes y valores de la gente (Asa Berger, 1991b:25). Es decir, se trata de un método coherente con el marco teórico de esta tesis que parte de un modelo de interdependencia entre los medios de comunicación y la audiencia³². De esta forma, el análisis de contenido va más allá de la representación de frecuencias de aparición, permitiendo comprender los modelos de referencia transmitidos. Este método se convierte en una manera indirecta de hacer inferencias sobre la gente, en lugar de hacer preguntas, se examinan sus lecturas y programas televisivos como reflejo de sus actitudes y valores. No obstante, no se puede olvidar que el público interpreta los mensajes ofrecidos en función de sus historias personales y su educación (Asa Berger, 1991b:26).

En este caso, el análisis llevado a cabo supone una tarea de investigación de los marcos de referencia propuestos por los mediadores, a través del estudio de la mediación cognitiva (Martín Serrano, 1986). Si bien toda mediación social se propone proporcionar modelos de referencia que sirvan para preservar la cohesión del grupo, en este caso, la mediación cognitiva resulta especialmente interesante puesto que, al elaborar el relato, proporciona la versión de los acontecimientos. El propio Martín Serrano (1986:131) explica este fenómeno "*la mediación cognitiva opera sobre los relatos de los medios de comunicación ofreciendo a las audiencias modelos de representación del mundo*".

³² Véase el capítulo 3, *Los modelos sociales y los medios de comunicación*.

Como se ha planteado en los capítulos anteriores, se considera que las personas mayores se encuentran en un proceso de formación de una identidad adaptada a sus potencialidades que les diferencie de los estereotipos de vejez y se plasme en un conjunto de roles o "segmentos subjetivos del yo social" (Berger y Luckmann (1986:103). Los protocolos elaborados tienen como finalidad principal inferir los modelos de referencia, a partir de los roles que desempeñan los personajes mayores puesto que, en palabras de Berger y Luckmann (1986:103) "los roles revelan las mediaciones entre los universos macroscópicos de significado, que están objetivados en una sociedad, y las maneras como estos universos cobran realidad subjetiva para los individuos".

Gráfico 5.1. MODELO DE INTERACCION DE ROLES DE UNA MADRE DE FAMILIA



Fuente: Asa Berger (1991b: 52). Adaptación de la autora.

En los medios de comunicación, la información menciona sujetos, a los que concierne de una manera u otra en el acontecer, que asumen la función de personajes del relato. Cada personaje desempeña uno o varios roles según su relación con los otros y con el entorno. Para facilitar su identificación, los personajes están descritos con determinados atributos (físicos, sociales y morales). Por otra parte, tanto en las noticias como en la ficción, los protagonistas persiguen un repertorio de objetivos de todo tipo (personales, grupales, materiales, inmateriales). Con el fin de alcanzar dichos objetivos, tienen que establecer relaciones con otros personajes que se expresan como interacciones y se traducen en actos, para realizar los cuales recurren a determinados instrumentos (Asa Berger, 1991a).

A la hora de desempeñar los roles sociales se requiere el contacto interpersonal para poder establecer una comunicación. Es decir, dado que los roles conllevan una participación en la sociedad, los actores necesitan otras personas con las cuales interaccionar (gráfico 5.1). En los medios de comunicación, esta relación se establece con los compañeros que actúan en la misma escena (televisión) o por aquellos individuos que aparecen en la misma noticia (prensa).

Asimismo, la conducta puede estar sancionada con aprobaciones o desaprobaciones explícitas en el relato. Las evaluaciones del personaje indican la existencia de controles y normas establecidas para dar la pauta, a la audiencia, sobre la manera en que el personaje desempeña el rol. Estos elementos se recogen en los protocolos elaborados.

Debido a la gran variedad de la información que, además, engloba distintos medios de comunicación, y dentro de ellos, como en el caso de la televisión con programaciones muy diversas (telediaros, series, cine..). En primer lugar, se buscó una homogeneización del material que permitiese obtener resultados comparables. Con esta finalidad se organizaron sistemas. En un primer momento, se estableció un sistema de selección de las unidades de análisis en cada uno de los medios y en segundo lugar, se elaboraron los protocolos para el análisis de la información.

5.5.1. La organización de las unidades de análisis

Esta fase conlleva la selección de unidades de análisis para cada medio de comunicación, con el fin de determinar quién o qué debería ser analizado en cada ocasión.

En el caso de la televisión, debido a la variedad de la programación grabada, el sistema de organización de las unidades de análisis fue más complicado que en los otros medios y requiere una explicación más detallada. El primer paso de la clasificación fue un examen de la totalidad de las emisiones utilizando una tipología que agrupa la totalidad de los programas retransmitidos en los nueve grupos siguientes:

- **Telediaros e Informativos.** Reúne aquellos programas dedicados a dar información sobre noticias o temas de actualidad.

- **Cine y Teatro.** Este apartado incluye tanto los telefilms proyectados como las películas comerciales y las transmisiones de obras de teatro.
- **Series Televisivas.** Comprende un conjunto de programas emitidos en episodios, de periodicidad regular en los que aparecen unos personajes fijos -protagonistas o coprotagonistas- y otros actores invitados.
- **Retransmisiones Deportivas,** tanto en directo como en diferido.
- **Magazines o Programas de Entretenimiento.** Programas variados que pueden incluir actuaciones musicales, números cómicos, invitados e incluso pequeños juegos o concursos con los telespectadores.
- **Documentales y Programas de Información Especializada.** Se incluyen aquí aquellos programas dedicados a temas específicos como el mundo animal, la cartelera cinematográfica, el deporte o la realización de películas.
- **Concursos.** Programas que requieren la colaboración de un público invitado, en el estudio o en su propio domicilio, al que se le premia según su pericia para superar ciertas pruebas.
- **Programas de Debate y Coloquios.** Se diferencian de los magazines porque en este apartado los programas tienen como finalidad entrevistar a los invitados o proponer un debate sobre un tema concreto, aunque se complete con actuaciones musicales. Su nivel de análisis es más profundo y permite conocer las opiniones de los invitados, mientras que en los magazines se suele mantener un contacto superficial de los tertulios.
- **Reality Shows.** Dedicados a representar o comentar algunos aspectos de la vida cotidiana con personajes reales que se prestan a difundir su vida privada en televisión.

En los cuatro canales de televisión analizados (tabla 5.8.) se comprueba que los programas de ficción -películas, telefilms, teatro y series- resultan los más transmitidos en la temporada Abril 1992- Marzo 1993. Solamente la programación de cine y teatro supera el

30% de la programación total, porcentaje es similar en todas las cadenas televisivas, excepto en T.V.E.1 donde se mantiene en niveles cercanos al 20%. En la tabla 5.8. se puede apreciar como la mayor parte de los canales el grupo más proyectado ha sido el de películas (31%), seguido por un grupo de series (17%), magazines (13%), noticias (13%) y concursos (11%), que preceden a las retransmisiones deportivas (8%). Por otro lado, resulta menos frecuente la emisión de documentales, coloquios y reality shows, ninguno de los cuales alcanza el 5 % del tiempo total de emisión. La distribución de los tipos de programación difiere en las distintas cadenas. El primer canal de Televisión Española y Antena 3 se distinguen por la importancia que conceden a los informativos, mientras que los programas de este tipo son escasos en el Segundo Canal de Televisión Española (8%) y nulos en Tele 5 durante el periodo y horario analizado. El Segundo Canal ofrece una programación más variada que el resto de las cadenas. Aunque el cine y las retransmisiones deportivas ocupan la mayor porcentaje de tiempo de emisión, aparecen programas que se relacionan con su imagen de cadena enfocada a difundir temas culturales o espacios para *minorías selectas*. En este sentido se puede señalar que fue el único canal que, en el tiempo de grabación, incluyó programas de información especializada (15%), además es reseñable la inclusión de emisiones diferentes como informativos, debates, concursos y reality shows. El alto porcentaje de tiempo dedicado a retransmisiones deportivas se debe a que era el canal oficial encargado de hacer un seguimiento diario de los Juegos Olímpicos de Barcelona que se celebraron en el verano de 1992.

Los contenidos de las restantes cadenas agrupan el grueso de su programación en un número limitado de tipos de programas. Aunque se pueden señalar algunas diferencias, Tele 5 no emitió ningún espacio informativo en las fechas seleccionadas, sin embargo, programaba casi diariamente concursos que ocupan el 20% del tiempo analizado. En Antena 3 el grueso de la programación está ocupado por cuatro tipos de programas: el cine (37%), las series (20%), los informativos (19%) y los magazines (16%). La situación es parecida en TVE 1 donde el 93% del tiempo de emisión se ocupa con cinco tipos de programas: cine (23%), noticias (22%), concursos (19%), magazines (17%) y series (13

El criterio determinado para establecer la unidad de análisis de televisión se ha determinado por la selección de los personajes mayores que se han destacado por su

continuidad en pantalla. Por esta razón se han escogido las series, y los programas que requieren un conductor o presentador ya sean informativos, magazines, concursos, charlas/coloquios y reality shows. En las series se han tomado como protagonistas los personajes de las mismas, fuesen principales o secundarios y siempre que estuviesen representado al grupo de personas mayores. En el resto de los programas se ha considerado protagonistas a los presentadores de los mismos, cuya edad estuviese dentro del grupo elegido. No se han analizado las personas invitadas o los protagonistas de las noticias ya que su presencia depende directamente de la temática tratada o de la información de actualidad temporal.

7. PROGRAMACIÓN DE LOS CANALES DE T.V. NACIONALES GRATUITOS DURANTE EL AÑO NATURAL ABRIL 1992 Y 1993 ENTRE LAS 20,30 Y 23,30 HORAS POR TIPO DE PROGRAMA EN LAS FECHAS SELECCIONADAS. EN MINUTOS MONTALES

Canal de T.V.	Informativos	Cine y Teatro	Serie	Magazines	Retransmisiones Deportivas	Documentales	Concursos	Debates y Coloquios	Reality Shows	T
E. 1										
1992)	290	315	115	375	-	-	165	-	-	
1992)	270	240	209	135	191	-	215	-	-	
1992)	270	350	120	205	-	-	315	-	-	
1993)	270	270	210	165	-	-	270	-	75	
1993)	1100	1175	654	880	191	-	965	-	75	
6	21,8%	23,3%	12,9%	17,5%	4%	-	19,1%	-	1,4%	
E. 2										
1992)	145	465	55	85	210	155	55	60	30	
1992)	30	535	-	80	465	150	-	-	-	
1992)	45	300	120	90	290	325	60	30	-	
1993)	165	280	160	120	330	145	-	60	-	
1993)	385	1580	335	375	1295	775	115	150	30	
6	7,6%	31,4%	6,6%	7,4%	25,7%	15,4%	2,3%	3%	0,6%	
na 3										
1992)	331	491	205	50	-	-	95	88	-	
1992)	220	352	540	118	-	-	30	-	-	
1992)	210	570	150	255	-	-	-	65	-	
1993)	210	450	90	405	-	-	-	105	-	
1993)	971	1863	985	828	-	-	125	268	-	
6	19,3%	37%	19,5%	16,4%	-	-	2,5%	5,3%	-	
e 5										
1992)	-	320	460	215	-	-	265	-	-	
1992)	-	660	335	165	-	-	100	-	-	
1992)	-	295	385	135	165	-	280	-	-	
1993)	-	345	255	90	5	-	480	-	85	
1993)	-	1620	1435	605	170	-	1125	-	85	
6	-	32,1%	28,5%	12%	3,4%	-	22,3%	-	1,7%	
al	2456	6238	3409	2688	1656	775	2330	418	190	
en %	12,2%	30,9%	16,9%	13,3%	8,2%	3,9%	11,6%	2,1%	0,9%	

En el caso de las revistas, el sumario de cada publicación orientaba sobre el contenido de las mismas, por este motivo se decidió tomar como unidad de análisis todas aquellas noticias cuyos protagonistas fuesen citados en el índice por su nombre u apodo. ya estuviesen sólo o acompañados por otro/s personajes. Se desecharon las noticias colectivas que permiten la aparición de grupos de edades diversas, y todas aquellas protagonizadas por gentes de otras edades.

En cuanto a los suplementos dominicales de los periódicos se comprobó que las entrevistas a personajes constituían una sección habitual. Este tipo de reportaje periodístico se basa en la fama, popularidad o noticia de los personajes y, por su profundidad permite un mejor conocimiento de los entrevistados al tener las personas la oportunidad de expresar sus propias vivencias y opiniones. Se tomó por tanto, como unidad de análisis, las entrevistas a personajes y dentro de ellas, las correspondientes al grupo de edad de personas mayores.

Tabla 5.9. DOCUMENTACION RECOGIDA Y SELECCIONADA PARA EL ANALISIS. ABRIL 1992/MARZO 1993

Tipo de medio de comunicación	Títulos/canales	Ejemplares recogidos/tiempo de programación	Documentos seleccionados	Documentos con presencia de mayores
Revistas	5	130	2732 noticias	446 noticias
Suplementos dominicales de periódicos	5	130	153 entrevistas	57 entrevistas
Televisión	4 canales	20.160'	11.491'	3279'

En resumen, se han analizado cinco revistas, cinco suplementos dominicales y cuatro canales de televisión que, en su conjunto, conforman 2732 noticias, 153 entrevistas y 336 horas de programación televisiva (20.160 minutos). Tras un primer análisis, se ha seleccionado el material relacionado directamente con las personas mayores, es decir un total de 446 noticias de revistas, 57 entrevistas en suplementos dominicales, y 3.279 minutos de programación televisiva.

Tabla 5.10. COMPUTO DE MATERIAL SELECCIONADO DONDE APARECEN PERSONAS MAYORES SEGUN MEDIOS DE COMUNICACION Y GENERO.

Tipo de medio de comunicación	Hombres mayores	Mujeres mayores	Registros totales
Revistas	265 78,8%	181 87,4%	446 82,1%
Suplementos dominicales de periódicos	47 1,4%	10 4,9%	57 10,5%
Series y presentadores de televisión	24 7,2%	16 7,7%	40 7,4%
Total	336 100%	207 100%	543 100%

En relación a la frecuencia de aparición de personas mayores, la tabla 5.10. representa el conjunto de personas mayores analizados en los distintos medios de comunicación. Se han recogido 543 apariciones de personajes mayores, la mayor parte de las cuales proceden de las revistas (82%), seguidos de los suplementos dominicales (10%) y de los personajes que han aparecido en series o presentando programas de televisión (8%). En todos los medios, se da una constante: de la totalidad de los personajes recogidos, la mayor parte de la información corresponde a varones (62%) mientras que las mujeres mayores sólo representan el 38% de la presencia total.

5.5.2. Los criterios de análisis

Con objeto de recoger unos datos comunes comparables en cuanto a las variables (sociológicas, motivos de aparición, roles desempeñados, etc.) de los protagonistas, se ha elaborado un sistema de análisis que permite varios niveles de profundización, en función de las posibilidades que ofrece la unidad de análisis. Para ello se han elaborado tres tipos de protocolos o modos de sistematizar el análisis³³. Cada uno de ellos tiene un objetivo diferente, y en conjunto, permiten acceder a los tres niveles de análisis descritos por Krippendorff (1980:40): la frecuencia, la evaluación y la intensidad de una idea.

- El protocolo de primer nivel busca conocer la frecuencia de aparición de los

³³ Véase Anexo I

personajes, los motivos de aparición y los atributos que les corresponden.

- El protocolo de segundo nivel recoge los comentarios de los otros personajes y/o de los periodistas acerca del personaje, agrupados en distintos temas.
- El protocolo de tercer nivel recoge la opinión personal de los protagonistas sobre los mismos aspectos que se tratan en el segundo nivel.

Los protocolos de análisis se han pasado a todos los personajes seleccionados en cada uno de los medios de comunicación. No se ha podido recoger toda la información de los protocolos segundo y tercero en todos los personajes analizados. Especialmente, en la prensa sólo se tiene acceso a las opiniones de los protagonistas si son entrevistados. Sin embargo, todos los personajes han cumplido, íntegramente, el primer protocolo.

La información recogida agrupa tanto los textos escritos como los visuales que suponen las fotografías de prensa y, por supuesto, las imágenes televisivas.

5.5.2.1. Primer protocolo

Recoge un conjunto de indicadores de frecuencias sobre la presencia de los mayores en los distintos medios. Además, incluye elementos relacionados con las características físicas del personaje y distintos aspectos sociales que permiten inferir el índice de éxito, los signos de su experiencia laboral y profesional, y los roles que desempeñan:

- Apariencia de clase social
- Apariencia económica
- Apariencia personal
- Aspecto externo, relacionado con la imagen juvenil, madura o envejecida de los personajes
- Imagen de nivel cultural

- Protagonismo
- Ámbito en que se desenvuelve, bien sea laboral, familiar o social
- Espacio en que se desenvuelve. Proporciona información complementaria al ámbito de actuación ya que reconoce los lugares donde tiene lugar la misma.
- Personas con las que interaccionan, bien sean familiares, amigos, colegas profesionales o contactos ocasionales. Todos los tipos de interacción se catalogan como relaciones intergeneracionales o intrageneracionales.
- Motivo de aparición. Recoge 14 razones diferentes de la presencia de los mayores, personales, profesionales, sociales o en función de su propia popularidad.

5.5.2.2. El protocolo de segundo nivel

El segundo protocolo permite acceder a un segundo nivel de complejidad en el análisis, puesto que proporciona información de los comentarios de los periodistas y/o sus compañeros. En otras palabras, se ofrece una valoración de los protagonistas, tanto de su aspecto físico como de sus opiniones y de sus conductas. La información recabada se ha estructurado en torno a los siguientes temas:

- Aspecto físico
- Envejecimiento
- Personalidad
- Relaciones familiares
- Relaciones sociales y de amistad
- Vida profesional
- Expectativas de futuro

5.5.2.3. El protocolo de tercer nivel

El tercer protocolo recoge las opiniones de los protagonistas sobre los mismos temas que aparecen en el protocolo segundo. De esta forma, proporcionan información

directa sobre la vivencia que las personas mayores tienen de su propio proceso de envejecimiento y las consecuencias que tiene en su forma de vivir y de plantearse su realidad.

Este nivel de análisis completa la información anterior y proporciona un testimonio sobre las valoraciones expresadas por los propios protagonistas acerca de la etapa del ciclo de vida en que se encuentran, por esta razón se podrían interpretar como medidas de la intensidad de sus opiniones (Krippendorff, 1980:40).

***CAPITULO 6. LA
REPRESENTACION SOCIAL DE
LOS MAYORES***

Este capítulo analiza la presencia y los roles que los personajes mayores tienen en los medios de comunicación de masas. Se analiza la presencia en los tres medios seleccionados en secciones diferentes para, posteriormente, llevar a cabo un análisis global de las tendencias que se comentan en el capítulo séptimo, *El modelo de las personas mayores en los medios de comunicación*. En primer lugar se presentan los resultados de las revistas, a continuación los suplementos dominicales de los periódicos y en último lugar los datos referentes a las grabaciones de la televisión.

6.1. REVISTAS

En el caso de las revistas, se ha pasado una ficha de registro a todos aquellos personajes mayores que fuesen protagonistas de una noticia, y como tal, quedasen reflejados en el índice o sumario de las publicaciones. No se ha considerado las noticias colectivas que favorecen la presencia de grupos de edades diversas, sino que se han recontado exactamente las noticias en las que los personajes principales apareciesen en los titulares, bien estuviesen solos o acompañados por otros individuos. En este último caso se contabilizaba como pareja, en caso de que uno de los componentes del dúo pertenecía al grupo de edad, se registraba en este colectivo.

Tabla 6.1. NOTICIAS DE LAS REVISTAS SEGUN EDAD Y GENERO (% VERTICALES)

Grupos de edad	Total	Hombres	Mujeres
Más jóvenes	2286 83,7%	893 77,1%	1393 88,5%
Mayores	446 16,3%	265 22,9%	181 11,5%
Total	2732 100%	1158 100%	1574 100%

En total, se han contabilizado 2.732 noticias cuyos protagonistas han sido citados personalmente, ya sea con nombre y apellido, por la denominación artística o de cargo por el que son conocidos. Se aprecia una gran mayoría de protagonistas con edades inferiores a

sesenta años (84%), mientras que los mayores aparecen reflejados en el 17% de los casos. Las mujeres son las principales protagonistas del conjunto de todas las noticias de las revistas. No obstante, se puede comprobar que mientras las mujeres jóvenes son el grupo más representado, aparecen en el 50% del total, su presencia disminuye con la edad. Así, se puede observar que los porcentajes de mujeres mayores disminuyen considerablemente en proporción a los de hombres de su grupo de edad (11% de las mujeres pertenecen al grupo de edad superior a sesenta años y el 23% de hombres corresponde a mayores de sesenta años).

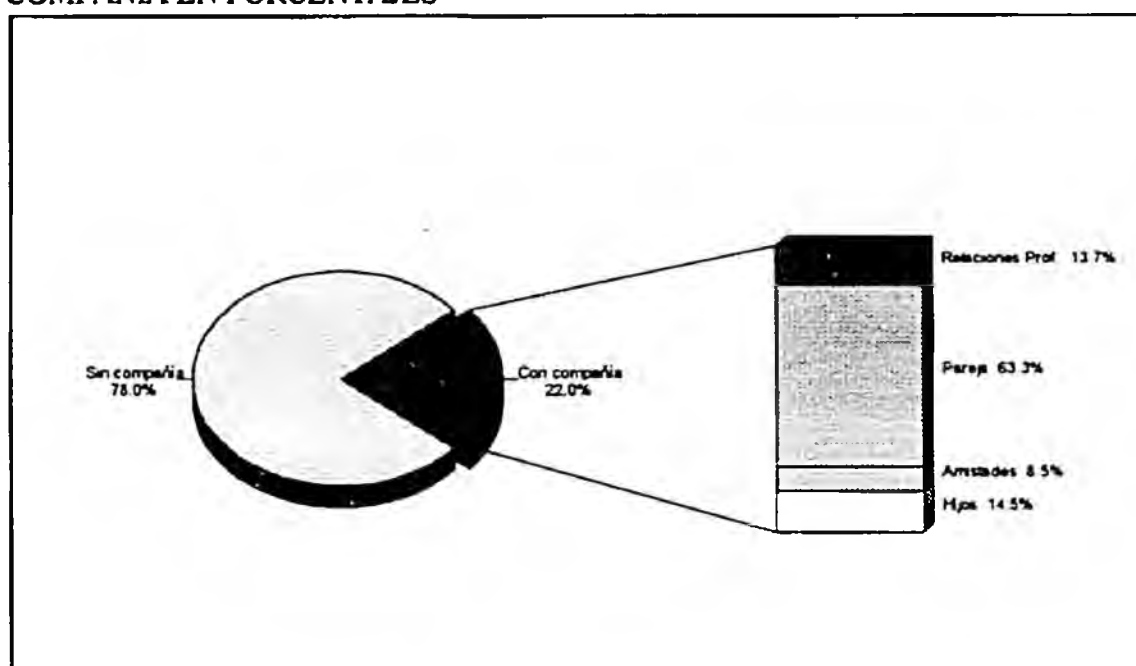
Tabla 6.2. NOTICIAS APARECIDAS EN LAS REVISTAS DE MAYOR AUDIENCIA POR EDAD Y GÉNERO (% horizontales)

	Total	Otras Edades		Grupo de Edad	
		Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Hola	620 100%	156 25.2%	347 56%	61 9.8%	56 9%
Lecturas	678 100%	177 26.1%	391 57.7%	55 8.1%	55 8.1%
Pronto	535 100%	223 41.7%	223 41.7%	55 10.2%	34 6.4%
Semana	334 100%	128 33.3%	204 53.2%	32 8.3%	20 5.2%
Diez Minutos	515 100%	152 29.5%	285 55.4%	43 8.3%	35 6.8%
Total	2732 100%	799 29.3%	1487 54.4%	265 9.7%	181 6.6%

En relación a las diferentes publicaciones analizadas (tabla 6.2.), se comprueba que estas tendencias son comunes en todas las publicaciones analizadas puesto que en todas ellas el porcentaje de personas mayores se sitúa alrededor del veinte por ciento de las noticias. Otra tendencia común es la diferencia de aparición de mujeres y hombres, las mujeres jóvenes (55,4%) constituyen el grupo con porcentaje superior de noticias mientras que los hombres jóvenes quedan en segundo lugar (29%). Sin embargo, si se analiza separadamente el grupo de personas mayores de sesenta años se puede constatar como esta tendencia desaparece e incluso se invierte (8% de las noticias aparecen hombres mayores mientras que en el 7% aparecen mujeres mayores), encontrándose datos similares en todas las publicaciones. Las diferencias son ligeramente superiores en beneficio de los hombres mayores en las revistas *Pronto* y *Semana*, la revista *Lecturas* da el mismo tratamiento a hombres y mujeres mayores que aparecen igualmente representados.

Respecto a los mayores, en el 78% de las noticias aparecían solos en el enunciado de la noticia. En el caso de que su popularidad fuese compartida por otro personaje, en el título que aparece en el índice de la publicación, en la mayoría de los casos se presentaba con su pareja (63%). En segundo lugar, el protagonismo compartido en el enunciado de los titulares recaía en los hijos (15%), seguido de las relaciones profesionales (14%) o los amigos (8%), todos ellos en porcentajes inferiores al quince por ciento (Gráfico 6.1).

Gráfico 6.1: PERSONAJES MAYORES QUE COMPARTEN SU PROTAGONISMO EN EL ENUNCIADO DE LAS NOTICIAS DE LAS REVISTAS. SEGUN TIPO DE COMPAÑIA EN PORCENTAJES



En cuanto al análisis de las noticias, las relaciones pueden ser múltiples y aparecen con diferentes acompañantes en una misma ocasión. Se puede apreciar que la pareja es la persona con la que aparecen en la mayor parte de las ocasiones (31%), seguidos de sus familias (22%), las relaciones laborales (17%) y las amistades (10%), aunque un grupo numeroso aparece sin compañía (20%). En todos los ámbitos -profesional, social y familiar- los varones aparecen en más ocasiones acompañados de su pareja (35% frente al 21% de las mujeres), mientras que el colectivo de personas solas está integrado principalmente por mujeres (26% frente a 17% de hombres). El porcentaje de hombres (37%) que aparecen con su pareja es superior al de mujeres (21%), incluso cuando aparecen en el ámbito laboral en un 25% de los hombres, están acompañados de su pareja o su familia.

Tabla 6.3. INTERACCIONES DE LAS PERSONAS MAYORES QUE APARECEN EN LAS REVISTAS SEGÚN GÉNERO Y ÁMBITO DE ACTUACIÓN (% VERTICALES)

Tipos de Interacción	Ámbito Profesional		Ámbito Social		Ámbito Familiar	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Pareja Intrageneracional	10 10,3%	6 8,8%	8 20%	8 17,4%	35 16,4%	28 22,6%
Pareja Intergeneracional	4 4,1%	1 1,5%	6 15%	0 0%	68 31,9%	6 4,8%
Familiares Intrageneracional	0 0%	2 2,9%	1 2,5%	0 0%	1 0,5%	3 2,4%
Familiares Intergeneracional	10 10,3%	9 13,2%	2 5%	6 13%	57 26,8%	36 29%
Amistades Intrageneracional	2 2,1%	1 1,5%	9 22,5%	12 26,1%	8 3,8%	3 2,4%
Amistades Intergeneracional	0 0%	0 0%	10 25%	11 23,9%	2 0,9%	1 0,8%
Laborales Intrageneracional	18 18,6%	16 23,5%	1 2,5%	2 4,3%	4 1,9%	0 0%
Laborales Intergeneracional	29 29,9%	16 23,5%	1 2,5%	5 10,9%	4 1,9%	2 1,6%
Ocasionales Intrageneracionales	0 0%	0 0%	1 2,5%	0 0%	0 0%	0 0%
Ocasionales Intergeneracionales	0 0%	0 0%	1 2,5%	1 2,2%	0 0%	1 0,8%
Nadie	24 24,7%	17 25%	0 0%	1 2,2%	34 16%	44 35,5%
Total	97 100%	68 100%	40 100%	46 100%	213 100%	124 100%

El modelo de persona mayor propuesto en la prensa femenina es una persona que se mantiene en su puesto de trabajo y, que en general, ha alcanzado niveles elevados en la pirámide jerárquica. Aparecen personas sanas que, en su gran mayoría (94 %), no presentan problemas de incapacidad ni tienen problemas de salud que les impida continuar su trayectoria profesional. En cuanto al grupo profesional de los protagonistas de las noticias, son destacables tres rasgos generales. El primero se refiere a la escasa presencia de personas jubiladas (7%), con una distribución superior entre los hombres (8%) que en el grupo de mujeres (4%). La realidad, sin embargo nos dice que España tiene una población jubilada de este grupo de edad asciende. En segundo lugar, es relevante la desigualdad entre varones y mujeres en algunos grupos. El elevado número de representantes de las artes escénicas (48%), resulta especialmente significativo entre las mujeres (59%), sin embargo la presencia de mujeres dedicadas a la política o conocidas por desempeñar una profesión liberal es prácticamente nulo frente al 14 % de los hombres en profesiones liberales y los representantes

del mundo político (9 %) e intelectual. En tercer lugar, la tabla 6.4. permite conocer la elevada presencia de las personas de la aristocracia (18%), representantes de un mundo de glamour y sofisticación que deslumbran la fantasía de los lectores.

Tabla 6.4. GRUPO PROFESIONAL DE LAS PERSONAS MAYORES QUE APARECEN EN LAS REVISTAS SEGÚN GRUPO DE EDAD Y GÉNERO (% VERTICALES)

Profesión	Totales	Grupo de Edad			Género	
		Muy Cercano	Grupo de Edad	Más Mayores	Varones	Mujeres
Aristocracia	78 17,5%	5 8,6%	42 15,1%	31 28,4%	45 17%	33 18,2%
Mundo Intelectual	15 3,4%	0 0%	13 4,7%	2 1,8%	14 5,3%	1 0,6%
Comunidad Científica	1 0,2%	0 0%	1 0,4%	0 0%	1 0,4%	0 0%
Profesión Liberal	37 8,3%	9 15,5%	28 10%	0 0%	36 13,6%	1 0,6%
Mundo Deportivo	3 0,7%	1 1,7%	2 0,7%	0 0%	3 1,1%	0 0%
Artes Plásticas	2 0,4%	0 0%	2 0,7%	0 0%	0 0%	2 1,1%
Artes Escénicas	215 48,2%	39 67,2%	136 48,7%	40 36,7%	109 41,1%	106 58,6%
Mundo Político	25 5,6%	0 0%	22 7,9%	3 2,8%	25 9,4%	0 0%
Amas de Casa	27 6,1%	2 3,4%	16 5,7%	9 8,3%	0 0%	27 14,9%
Jubilado	30 6,7%	2 3,4%	8 2,9%	20 18,3%	22 8,3%	8 4,4%
Otros	13 2,9%	0 0%	9 3,2%	4 3,7%	10 3,8%	3 1,7%
Total	446 100%	58 100%	279 100%	109 24,4%	265 100%	181 100%

Cómo aparece la representación de la nueva identidad en las revistas: ¿Qué personajes se representan? ¿Qué estereotipos se proponen?. Se suele decir que, generalmente, la prensa rosa presenta personajes populares, de apariencia juvenil y atractiva que gozan de una vida de ensueño, dinero y poder. En este caso, el estereotipo se confirma puesto que durante el periodo analizado, el 60 por ciento de los protagonistas mayores fueron de clase muy alta, representantes de la llamada *jet-society*, frente al 32 por ciento de clase media alta y un 8 por ciento de clase media. La forma de vestir, la apariencia personal es cuidada y juvenil aunque su físico no pueda ocultar, totalmente, los efectos de la edad. Puesto que la mayoría de los personajes analizados dependen de su imagen, se aprecia el interés por cuidar su aspecto y ofrecer una presencia impecable. La buena apariencia y el cuidado personal ayudan

a conseguir un mejor aspecto y éstas personas deben prestar atención a su imagen ya que viven expuestos al público. Del análisis de la tabla 6.4 se desprende que casi todos ellos, especialmente las mujeres, presentaban una apariencia correcta (56%) o incluso esmerada (38%). Incluso en los momentos más difíciles, cuando se encuentran abatidos siguen guardando las formas y se presentan con un aspecto impecable como Sara Montiel en el funeral de su esposo o Alberto de Hohenhole tras su operación. Además, algunas de las protagonistas femeninas son conocidas por su elegancia y estilo personal como Bibi Samarach, Aime Griffith o Píuta Ridruejo que aparecen habitualmente en las listas de las mujeres más elegantes de España.

Tabla 6.5. APARIENCIA DE LAS PERSONAS MAYORES QUE APARECEN EN LAS REVISTAS. SEGUN GENERO.

<i>Mujeres</i>	<i>n</i>	<i>%</i>
Descuidada	6	3,3%
Correcta	75	41,4%
Esmerada	100	55,2%
Total	181	100,0%

<i>Varones</i>	<i>n</i>	<i>%</i>
Descuidada	13	4,9%
Correcta	70	26,4%
Esmerada	182	68,7%
Total	265	100,0%

Respecto a su aspecto y forma física, en general, es excelente y se podría decir que, aparentemente, no envejecen. Con este objetivo han cuidado mucho su forma física y continúan haciéndolo, se cita especialmente el cuidado de la alimentación y el ejercicio físico regular. En recompensa se benefician de aparentar menos años de los correspondientes a su edad biológica y mantener su atractivo ya que no han perdido la seducción de su juventud. Se mantienen esbeltas, elegantes y con el mismo encanto natural que les proporcionó la fama como Gima Llobrigida, Sofia Loren, Lucia Bose o Cid Charisse. De forma que, a pesar de los años, la mayoría lucen el donaire y el atractivo de antaño (Cid Charisse), mantienen su imagen de sex symbol (Robert Redford) o incluso en opinión de los periodistas salen muy bien parados en la comparación con otras bellezas más jóvenes como Sofia Loren en un encuentro

con la presentadora brasileña Xuxa, los titulares anunciaban: "*Sofía Loren se muestra ante las cámaras con tanto atractivo y belleza como Xuxa que es treinta años más joven*". Conscientes de su triunfo para controlar los efectos del tiempo, no les importa reconocer el esfuerzo constante invertido en el cuidado de su cuerpo. Las noticias cuentan como algunos acuden a clínicas para someterse a tratamientos de belleza (Zsa Zsa Gabor y su esposo, Rainiero, Carmen Sevilla y Vicente Patuel) porque como declara Carmen Sevilla : "*a los sesenta años hay que cuidar el peso*". Otros se declaran partidarios del ejercicio físico, "*no me siento viejo. Voy al gimnasio cuatro o cinco veces a la semana*" (Clint Eastwood). Incluso muchos como Joaquín Prat, Laura Valenzuela, Sara Montiel o Liz Taylor no rechazan someterse a tratamientos quirúrgicos que pudieran disimular de alguna forma el efecto de la edad y no esconden su paso por el quirófano para mejorar su imagen. Tal ha sido su fama que los periodistas les piden consejos para sus lectores. En este sentido, algunos personajes han incrementado su popularidad por iniciar una serie de negocios dedicados a la venta de productos antiejejecimiento (Jane Fonda, doctor Barnard). De edad cercana al grupo de estudio, Jane Fonda es un ejemplo de la femineidad actual, su buena forma física y su aspecto inmejorable le sirvieron de ejemplo a la hora de comercializar sus videos de aerobic.

En la muestra se observa que el proceso de envejecimiento se considera un factor que aporta serenidad en un periodo de la vida donde, si se sabe mantener adecuadamente, permite disfrutar de las prerrogativas de una imagen saludable y atractiva. En una etapa en la que prevalecen los valores juveniles, los protagonistas de las noticias de las revistas realizan un esfuerzo considerable por adaptarse a las circunstancias y presentar los aspectos positivos del grupo de edad al que pertenecen, principalmente la experiencia. Profesionalmente han sacado provecho del paso del tiempo, han sabido ganar un "saber estar" que revaloriza su trabajo como reconoce Joaquín Prat "*soy un gran profesional, con muchos años de experiencia a mis espaldas*". En esta línea, el humorista Gila comenta que el envejecimiento no es sólo cosa de los años sino que la edad marca la diferencia o Audrey Hepburn afirma que "*no me preocupa envejecer, porque es un tributo que pagar a la vida*". Es decir, reivindican los beneficios del paso del tiempo.

Los índices de audiencia de este tipo de prensa dicen que son las mujeres en un

índice elevado las que leen estas noticias. El retrato de la lectora-modelo de revistas es una mujer, ama de casa, casada, con un poder adquisitivo medio o medio alto y habitante de ciudades medianas (Gallego, 1992: 112) que encuentra un modo de conocer el mundo de lujo y ensueño. Estas revistas incluyen noticias relativas, la mayor parte de las veces, a la vida privada de los personajes públicos, alcanzando el 60 por ciento de las ocasiones aparecen en el ámbito doméstico. A veces hablan de la actividad pública de los personajes, ya sea el profesional (29%) o el social (10%), pero casi siempre ponen de relieve el detalle privado, el *aspecto de interés humano*. En ocasiones, no cuentan historias sino que muestran alguna actividad cotidiana que el personaje está realizando, ya sea pasear, salir de compras o disfrutar de su tiempo libre (Tabla 6.6).

Tabla 6.6 AMBITO DE ACTUACIÓN DE LAS PERSONAS MAYORES QUE APARECEN EN LAS REVISTAS (% VERTICALES)

Revistas		
Profesional	131	29,4%
Social	46	10,3%
Familiar	269	60,3%
Total	446	100%

Aunque las revistas presentan personas mayores con mayor conciencia de sí mismas, inquietudes culturales, tiempo para ellas mismas, han dejado atrás el modelo habitual de personas mayores tradicionales preocupadas únicamente por su familia. Aunque todavía, el modelo propuesto exalta hasta la saciedad las virtudes del hogar, principal ámbito de actuación de los mayores (60%). En la representación de la vida doméstica reina la paz y la armonía, los problemas conyugales y familiares no existen o siempre tienen una solución que depende de la buena voluntad. En definitiva, la familia se convierte en el baluarte y soporte de la persona mayor.

Los amigos aparecen en contadas ocasiones (10%), suelen aparecer en la vida social o como apoyo en circunstancias adversas, Sara Montiel explica su experiencia ante la muerte de su esposo: *"no se que habria hecho sin mis amigos. Tengo amigos que no me dejan ni a sol ni a sombra"*. Cuando el motivo de aparición es de tipo social, la presencia en fiestas suele acompañarse de actividades benéficas, lugares de lucimiento personal que permiten recolectar fondos por alguna buena causa. Si bien no es muy frecuente la aparición por este motivos de

solidaridad, en bastantes ocasiones se comenta el compromiso de los personajes con diversas causas. En la época del análisis Liz Taylor fue noticia cuando recibió el premio Príncipe de Asturias por su lucha contra el SIDA. Robert Redford también se destacó por sus inquietudes sociales, se mostraba inteligente y luchador interesado en temas de medioambiente e implicado en ayudar a nuevos realizadores cinematográficos. Comprometido personalmente con ambas causas ha fundado el Instituto Sundance donde organiza anualmente un festival de cine para nuevos creadores. Brigitte Bardot y los animales, el Cordobés con el club de fútbol de Córdoba o Charles Bronson con la lucha contra el cáncer, son otros ejemplos que componen la muestra.

Los individuos implicados en este tipo de proyectos suelen ser un grupo de personas agradecidas a las circunstancias y a las ventajas que han disfrutado. En consecuencia, quieren contribuir activamente en temas sociales. Generalmente se deciden por una causa concreta a la que apoyan, económica y personalmente. Otros ejemplos reflejados en la muestra, no dudan en ceder gratuitamente su imagen o su trabajo como cuando Montserrat Caballé participa en festivales benéficos. La UNICEF es una de las instituciones que ha aprovechado la fama y la buena voluntad de los actores y personajes conocidos para ayudar a la infancia desfavorecida. Un grupo de famosos solidarios y preocupados por los problemas de la niñez dedican su tiempo libre a la promoción de este organismo (Sofía Loren, Audrey Hepburn, Fernando Rey). Su trabajo solidario les ha hecho ser más comprensivos, serenos y valorar la vida con más intensidad por lo que no dudan en prestar su imagen, como razona Sofía Loren "*si mi nombre y mi notoriedad pueden lograr que un niño se salve...*".

En función a las características anteriormente citadas y según su capacidad de interacción, se ha establecido la siguiente tipología de los personajes de la prensa rosa:

- a) Personajes que aparecen por encontrarse en una fase de renacimiento personal centrado en su vida personal
- b) Personajes que aparecen por encontrarse en una fase de renacimiento personal centrado en su vida profesional
- c) Personajes que aparecen como ejemplo de valor personal

- d) Personajes que mantienen su estatus de famosos ya sea en su familia o en su mundo laboral
- e) Personajes que aparecen por su propia popularidad

Los personajes de los tres primeros apartados suelen ser personajes de actualidad a los que un acontecimiento o un hecho casual ocurrido en sus vidas, les hace volver a las primeras páginas de las revistas. Aunque es probable que, difícilmente, mantengan una continuidad en la prensa. En las otras secciones, suelen encontrarse personajes fijos de las revistas que aunque no aparezcan semanalmente siempre son bien recibidos por la redacción, a pesar de que no siempre protagonicen noticias de portada. El grupo de habituales o aquellos cuyo quehacer se sigue regularmente, como Sofía Loren, Lola Flores o Manolo Escobar suelen presentarse por motivos de estabilidad familiar o profesional. En cuanto al último grupo, aquellos que aparecen en función de su propia popularidad, lo constituyen los personajes principales que según la clasificación establecida por Pizarroso y Rivera (1994:232) son aquellos que *"hagan lo que hagan y digan lo que digan, e incluso, sin hacer ni decir nada, son noticia. Su actividad rutinaria, ya sea privada o social, es recogida en las revistas de corazón todas las semanas"*, como por ejemplo la Reina Isabel de Inglaterra, el Rey Hussein o Rainiero de Mónaco.

6.1.2. Personajes que aparecen por encontrarse en una fase de renacimiento personal centrado en su vida personal

Estos personajes se encuentran atravesando una etapa de felicidad derivada de un cambio personal, especialmente familiar. Muestran su momento alegre y optimista en el que se abren nuevas puertas y perspectivas que les hacen mostrarse esperanzados y llenos de energía ante el futuro. El principal motivo que proporciona renovadas esperanzas es, en primer lugar la creación de una nueva familia que, en ocasiones, se acompaña del nacimiento de un hijo. En este caso, la dicha es completa. De las declaraciones se desprende que los hijos a edades maduras aportan un sentido de futuro, vivencias nuevas, ilusión e incluso rejuvenece a los padres. Como afirma Jerry Lewis *"desde la llegada de Danielle (su hija), las cosas no importan en absoluto. Estoy tan tranquilo que apenas me reconozco. Toda mi vida he soñado con tener una hija y ahora mi tiempo está reservado para ella"*.

Su nueva situación sentimental les abre las puertas de vida distinta que aguardan con ilusión, como reconoce Ted Kennedy sobre su segundo matrimonio: *"mi boda ha sido un día maravillosos para Vicky y para mí"*. La mayor parte se sienten optimistas por su éxito familiar puesto que consideran que la afinidad de gustos y caracteres da solidez a una nueva unión, fuente de felicidad y energía. En este sentido, Alfonso de Hohenhole comenta *"mi esposa y yo tenemos la misma sensación. Nos llevamos muy bien, estamos muy compenetrados, compartimos las mismas aficiones y gustos y muchas horas y muchos silencios"*.

Los personajes se esmeran en disfrutar de su nueva situación, se encuentran con ánimos renovados que incluso les pueden ayudar a salir de etapas anteriores marcadas por la depresión y el alejamiento de la vida social. Charles Bronson afirma que ha salido de la depresión causada por la muerte de su esposa gracias al romance que mantiene con una joven actriz, cuarenta años menor que él. En un caso parecido se encuentra Brigitte Bardot cuando reconoce *"esta boda no se parece nada a las precedentes. El puede comprender mi carácter, mis angustias, mis exigencias también. Tiene una cierta experiencia de la vida y la humanidad, diferente de la mía, pero con la misma sed de verdad. Bernard quiere apoyarme, es una suerte porque tengo de nuevo confianza en mí, gracias a él"*.

Como muestra la Tabla 6.7, los hombres no sólo aparecen con su pareja sino que en un alto porcentaje se presentan con parejas de edades más jóvenes (40%), en muchas ocasiones de reciente formación. La nueva situación les supone una gran alegría y una reafirmación de sus posibilidades que les permite enfrentarse a los problemas derivados de la diferencia de edad, en palabras de José Guardiola *"a los sesenta y siete años he conocido el amor más grande de mi vida. Entre nosotros no hay diferencias mentales"*. En similares términos, su amigo Rudy Ventura comenta su segunda boda con una mujer muchos años más joven que el músico: *"creo que soy afortunado. No todo el mundo puede tener a su lado a una chica de veintidós años"*. Entre las escasas mujeres de este grupo (7%) destaca Joan Collins, mujer liberal que, según la prensa, prefiere preservar su independencia y mantiene numerosos romances con hombres más jóvenes que ella. En la vida real, la actriz encarna una figura con muchas similitudes a Alexis Carrington, su personaje en la serie *Dinastía*. Ambas son personas independientes que cuidan con detalle su imagen de mujeres fatales y no se

dejan impresionar por las apariencias sociales.

Tabla 6.7. TIPOS DE RELACIÓN DE PAREJA DE LAS PERSONAS MAYORES QUE APARECEN EN LAS REVISTAS. SEGÚN GÉNERO (% EN VERTICAL)

	Total	Hombres	Mujeres
Pareja Intrageneracional	95 52,77%	53 40,46%	42 85,71%
Pareja Intergeneracional	85 47,22%	78 59,54%	7 14,29%
Total	180 100%	131 100%	49 100%

Estas personas ofrecen la imagen de seres vitales con ganas de vivir y no les preocupa la diferencia de edad al reiniciar su vida amorosa con una persona más joven porque se sienten seguros de su espíritu juvenil. Su optimismo les proporciona esperanzas en su futuro personal. Ya se presenten en buena forma física, con apariencia cuidada y vestuario juvenil, como Tony Curtis o por lo contrario representen su edad cronológica como José Luis López Vázquez; en ambos casos la felicidad les proporciona fortaleza suficiente para afrontar con valentía el "qué dirán" o a las críticas de otras personas. La alegría y la esperanza es tan grande que no dudan en enfrentarse a todos los posibles problemas derivados de su nueva situación *"me daba miedo dar este paso. Me frenaba la gran diferencia de edad que hay entre nosotros, hasta que un día me di cuenta de que no podía vivir sin ella. Entonces comprendí que valen más tres minutos de felicidad que treinta años de aburrimiento"* (José Guardiola)

En ocasiones, la reanudación de la vida de pareja les obliga a replantearse su vida profesional y familiar. El nuevo matrimonio puede replantear la dedicación a la familia y moverse hacia un espacio de lo privado que les aleje del mundo público, un caso de este tipo es Jane Fonda que voluntariamente ha dejado el mundo del cine para ayudar a su esposo, Ted Turner, en sus negocios. La actriz, que se hizo famosa como activista política y feminista, en su madurez otorga tanta importancia a su vida sentimental que ha supeditado su vida laboral a su vida privada. Su nuevo discurso, más tradicional, es el siguiente *"mi deseo es transmitirles a las mujeres americanas que lo más importante de todo en este mundo es poder disfrutar del amor de un hombre y del cariño de una familia. Soy una mujer nueva. Tras los años de activismo político no me arrepiento de nada. Nunca he dejado de valorar la importancia*

que tienen el amor y la familia. Lo único que ha sucedido es que, afortunadamente, junto a Ted Turner he encontrado esa seguridad y esa felicidad que siempre busqué en un marido. Quiero darles un consejo a todas las madres y mujeres del mundo: que comprendan que en sus maridos y sus hijos tienen lo más importante de esta vida, y que todo lo demás es superfluo". Jane Fonda y Ted Turner ofrecen la imagen de una pareja madura, inteligente y dichosa, y muestran que en la madurez se puede ser feliz, además de lucir una imagen bella y deseable.

En ocasiones, la felicidad se ve colmada con el nacimiento de hijos pequeños que proporcionan una fuente de estabilidad al nuevo hogar. Los niños les iluminan, proporcionan un motivo de alegría que tiene el poder de revitalizar y rejuvenecer a sus maduros padres, el actor Cliff Barnes describe así su experiencia: "es maravilloso, increíble, parece que sea la primera vez que voy a ser padre". Por otra parte los protagonistas de estos sucesos (Jerry Lewis, el marqués de Mariño, Cliff Barnes, Pastor Serrador, Robert Redford, Burt Reynolds, Kashoggi, Clint Eastwood, Nicolas Coster, etc.) coinciden en afirmar que, a pesar de la diferencia de edad, se entienden de maravilla con sus hijos pequeños "nunca pensé que pudiera querer a nadie como quiero a mi hijo" (Burt Reynolds). La experiencia de la paternidad tardía tiene sus ventajas pues reconocen poder disfrutarla en todo su sentido, mejor que cuando se experimenta en edades tempranas puesto que se es más consciente de su significado. El Marqués de Mariño analiza y compara los distintos sentimientos que ha experimentado en su paternidad tardía con los recuerdos de sus hijos mayores: "el nacimiento de mi hija era para los dos algo muy importante porque ha sido algo deseado. En mi caso ya existe la experiencia de tener hijos pero esta nueva hija significa el renovar nuevas ilusiones y sentir de nuevo la paternidad después de veinticuatro años. Esta nueva hija es un regalo de Dios que me hace vivir con más alegría. Hoy es uno de los días más felices de mi vida".

Las antiguas familias de los nuevos maridos no aceptan siempre de buena gana la situación creada y ponen reparos a la separación. En varias ocasiones se detectan problemas con su anterior pareja, especialmente por la división de bienes gananciales. También la situación social y las apariencias pueden causar momentos de dificultad a las parejas rotas. Se aprecia que se suelen producir situaciones socialmente comprometidas, especialmente cuando

tienen que asistir a acontecimientos familiares o de la vida social donde acuden ambas esposas. En estas circunstancias, las mujeres abandonadas llevan la peor parte puesto que ven cómo su exmarido rehace la vida con otra persona más joven y ellas suelen quedar relegadas a un segundo plano. Esperanza Guardiola explica el nuevo matrimonio de su exmarido con las siguientes palabras: *"no acepta hacerse mayor. Esto le ha entrado desde hace siete años"*. Sin embargo, al analizar la situación creada, se percibe en la prensa una cierta crítica a los hombres a los que se considera inmaduros y faltos de recursos para asumir los compromisos derivados de su edad y situación.

6.1.3. Personajes que aparecen por encontrarse en una fase de renacimiento personal centrado en su vida profesional

Otros de los motivos de renacimiento personal son los derivados de la reaparición profesional o el reconocimiento laboral tardío. En el primer caso se encuentran aquellos personajes conocidos que nunca han llegado a retirarse completamente pero que tan sólo aceptan trabajos que consideran interesantes como el actor Gregory Peck. En el segundo caso, ya se hallan retirados pero vuelven a reaparecer o, en otras ocasiones, nunca han llegado a abandonar su profesión, pero tienen en común el haber alcanzado un renombre profesional en esta etapa del ciclo de vida que, incluso, supera el éxito que alcanzaron en sus mejores épocas. Tal es el caso de Carmen Sevilla que se retiró al campo con su esposo y abandonó el mundo profesional y social. Sin embargo, durante la época del análisis, la actriz alcanzó grandes cuotas de popularidad presentando un concurso de televisión. Peret protagonizó un caso similar puesto que, tras el paréntesis producido por su dedicación a la Iglesia Evangélica de la que fue pastor, triunfó en espectáculos diversos como las ceremonias de clausura de los Juegos Olímpicos. Personaje muy querido por el público por su sencillez y humanidad, inició una nueva etapa profesional completada con una serie de programas de radio y televisión. A todos estos personajes, la reaparición profesional les produce una gran satisfacción y gozo por las posibilidades que les presenta el futuro. La actriz se refiere al éxito conseguido y a la alegría de su situación de la siguiente manera *"el trabajo me ha dado una vitalidad y unas energías que a fuerza de no hacer nada estaba perdiendo"*.

Las mujeres han solido abandonar el mundo laboral por las obligaciones familiares

como Frances Bergen, madre de la famosa actriz Candice Berger y viuda de un famoso ventrílocuo, quien hizo un paréntesis en su carrera como actriz para dedicarse a su hogar y ahora, como un triunfo tardío se siente feliz por ser famosa por sí misma y no por su familia, situación que le provoca un estado de ánimo renovado: *"es como si hubiese renacido. Siempre he querido que la gente supiera que yo también sabía hacer cosas, que no estaba ahí para cuidar de mi familia, para llevar la casa y entretener a los célebres amigos de mi marido. Por fin he encontrado que vulgo por mis propios méritos. La gente ha descubierto que hay un tercer Bergen en esta familia de artistas. Han descubierto que existo"*.

La familia tiene un papel importante en estos cambios. En la vida profesional algunas familias apoyan esta nueva andadura y se sienten orgullosas por su éxito como las familias Peret y Berger pero otras no son tan comprensivas. Una de las noticias más populares durante el periodo analizado fue la tormentosa relación de Carmen Sevilla con su marido y las desavenencias matrimoniales causadas por el trabajo de Carmen. La reanudación de su carrera profesional le ha causado graves trastornos conyugales puesto que su esposo prefiere que se dedique en cuerpo y alma a su hogar. En su caso la distancia física de sus respectivos lugares de trabajo acentúa los problemas derivados de su actividad profesional. Vicente Patuel reconoce que está preocupado por el trabajo de Carmen *"necesito su contacto diario, su cotidianidad tenerla cerca y poder compartir en el momento las pequeñas alegrías y los pequeños disgustos como hemos hecho siempre. La infidelidad no es un peligro para nosotros, pero si hay otro: que tanto Carmen como yo nos habituemos a vivir tan independientes que lleguemos a volvernos intransigentes con las pequeñas incomodidades que siempre tiene la vida en pareja"*. De esta forma, la actriz y presentadora vive una situación muy problemática ya que ella es una mujer tradicional a la que le cuesta mucho esfuerzo crear tensiones domésticas, como ella misma explica: *"nuestro balance es tan positivo que no consentiría que nuestro matrimonio se rompiera por un trabajo"*. No obstante, no está dispuesta a abandonar fácilmente una profesión que le ha proporcionado múltiples beneficios: una vida social renovada, ilusión y confianza personal.

En ocasiones, la reaparición no es tan popular pero siempre supone una ilusión y una alegría para sus protagonistas. Un triunfo, un éxito tardío les proporciona un momento de estabilidad que apuntala sus carreras. Gima Llobregida, Joaquín Prat y Jesús Puente

representan personajes que aunque nunca han abandonado el mundo profesional, en su madurez tardía consiguen el reconocimiento profesional de su labor anterior o se disponen a emprender un nuevo rumbo que les satisface plenamente. Gina se ha hecho famosa con sus exposiciones de fotografía y sus esculturas, una de las cuales representó a Italia en el pabellón nacional de la Exposición Universal de Sevilla. La actriz reconoce el valor de este nuevo triunfo ajeno al cine: *"lo importante es hacer bien lo que tengas entre manos y ahora estoy volcada en la fotografía y la escultura. Es como volver a mis orígenes ya que yo estudié en la Academia de Bellas Artes antes de dedicarme al cine"*.

Un tercer motivo de aparición profesional es el de aquellos personajes que inician una nueva faceta de su carrera y desean abrir caminos diferentes y explorar realidades desconocidas como cuando Gila rueda su primera serie televisiva junto a Chus Lampreave, Liz Taylor se convierte en promotora de perfumes o Fernando Rey fue elegido presidente de la Academia Española de Cine. Son personas a las que no les da miedo acometer nuevas empresas e inician estas facetas con entusiasmo y coraje. En estos casos, se observa como las iniciativas tardías pueden llegar a alcanzar o superar el éxito de sus anteriores trabajos profesionales como en el caso de los actores Robert Redford y Clint Eastwood. Ambos han completado su labor artística con las facetas de directores y productores de cine que consolidan sus carreras profesionales.

Para otros personajes, las actividades de ocio constituyen una fuente de satisfacción e identidad que les renueva la ilusión y la capacidad de enfrentarse al futuro. Este es el caso del doctor Barnard que, retirado de la medicina debido a limitaciones físicas derivadas de un proceso de artritis, se entrega a la pintura acompañado por su joven esposa y su hijo pequeño. Barnard comenta su retirada profesional: *"nunca dejé de ser yo mismo, ni tampoco decreció mi pasión por la medicina en general y la investigación en particular. Sin embargo, ahora mi vida es mucho más sedentaria de lo que nunca fue"*. Más adelante explica el importante papel que desempeña su familia en su felicidad actual: *"soy feliz al ver como progresan mis hijos"*. En situaciones semejantes aparecen los actores Lola Gaos y Tony Leblanc jubilados a causa de una enfermedad que les impide trabajar, *"el teatro es algo muy esclavo en lo que hace falta mucha actividad y no creo que sea fácil el ritmo de trabajo para una persona mayor"* (Lola Gaos). Sin embargo, no permanecen inactivos sino que han encontrado nuevas

ocupaciones para su tiempo libre, en este caso ambos se dedican a la escritura. A pesar de que no se encuentran en condiciones físicas aptas para mantener los compromisos laborales, han sabido aprovechar su situación y son noticia por sus nuevas aficiones. Su carácter independiente, luchador no les deja abatirse ante la jubilación y procuran desarrollar aquellos aspectos de su personalidad y aptitudes que les mantienen ocupados y que por falta de tiempo, anteriormente, habían dejado en segundo plano. En estos casos, el envejecimiento no les da miedo porque han encontrado motivos de interés que les distraen y les enriquece su vida interior: *"me dedico fundamentalmente a leer, ver la televisión y escribir, de cuando en cuando. Ahora estoy terminando un libro de versos que me gustaría que me publicaran pronto porque soy un gran amante de la poesía"* (Tony Leblanc). En raras ocasiones, aparecen noticias de retiros voluntarios como el de José Luis Barcelona que ha preferido dejar su trabajo y dedicarse a satisfacer otras aficiones como la pintura o la literatura.

Los jubilados viven tranquilos y felices como Luis Miguel Domínguez. En la madurez el torero ha cambiado sus hábitos sociales y se ha alejado de la vida social, de modo que ha cambiado el bullicio por la vida del campo. Así mismo, Antonio Garrigues y Díaz Curiabate, retirado del mundo de la política y la abogacía donde triunfó durante muchos años, se siente feliz con su familia con quien comparte sus horas de ocio y reflexión. Otro ejemplo similar lo proporciona la actriz Bárbara Bel Geddes. La protagonista de la serie Dallas, se ha recuperado de una grave enfermedad y ha recobrado su vitalidad, pero ha preferido llevar una vida apacible fuera de Hollywood. Sus gustos naturales le permiten encontrar satisfacción en las cosas sencillas, ella misma describe su nueva situación: *"soy muy feliz. Llevo una existencia tranquila haciendo cosas simples: leer, disfrutar del sol y contemplar la naturaleza"*.

En ocasiones excepcionales, prescindiendo de valores familiares y de austeridad se lanzan a disfrutar una vida hedonista similar a la de los adolescentes. Se rodean de gente joven, para mantener su mente abierta y juvenil, resistiéndose a envejecer, como el Dr. Iglesias que tras divorciarse de su esposa, presume de su espíritu joven y disfruta de una vida de lujo, viajes y romances sin preocuparse de las posibles responsabilidades derivadas de la misma: *"sigo manteniendo un espíritu joven, abierto y aventurero. Estoy dispuesto a recibir todo lo que la juventud quiera darme en los distintos campos de la vida"*. Además se

enorgullece de que su espíritu juvenil le ayuda a mantener su buena condición física, aunque no olvida los cuidados y el esfuerzo que le requiere mantenerse en buena forma: *"Me gusta la música, la moda, la nueva estética y todo cuanto los jóvenes pueden aportar. Pero además soy un deportista que no perdona sus sesenta minutos diarios de gimnasia"*.

6.1.4. Personajes que aparecen como ejemplo de valor personal

El cuarto grupo está compuesto por aquellos personajes que destacan especialmente por su coraje para sobreponerse en situaciones difíciles, la prensa destaca la entereza y el valor que mantienen cuando las condiciones son adversas. Los motivos de aparición de este colectivo son problemas de salud, enfermedades y fallecimientos. También comprende problemas familiares como la reina de Inglaterra que aparece en varios reportajes preocupada debido a los malos momentos familiares que atraviesan sus hijos. En el caso de pérdidas irreparables, las noticias acentúan el espíritu de superación y sus ganas de luchar, su determinación de superar las circunstancias adversas. No ceden al abatimiento y consiguen sacar fortaleza del dolor como Sara Montiel e Imperio Argentina en la enfermedad y fallecimiento de su esposo Pepe Tous y de su única hija, respectivamente. Cuando el personaje ha fallecido, se recuerdan sobre todo sus cualidades personales y profesionales, su valor y generosidad en bien de la comunidad.

La enfermedad es otro de los motivos de pertenencia a este grupo, el 30 por ciento de los motivos personales de aparición se relaciona con los problemas físicos de los protagonistas, como los actores Audrey Hepburn o Anthony Perkins durante sus largas agonías. La imagen que transmiten las revistas son la de una gran serenidad y fuerza interior, bien se encuentren en momentos en que aparentemente pueden vencer su enfermedad (Lola Flores, Liz Taylor) o bien los reportajes presentan a los personajes en etapas avanzadas de la enfermedad que les ha provocado un gran deterioro físico y les impide valerse por sí mismos (Nureyev, Audrey Hepburn). En cualquier caso, su carácter fuerte les hace enfrentarse a sus dolencias con determinación y espíritu de superación.

Tabla 6.8: MOTIVOS DE APARICIÓN DE LAS PERSONAS MAYORES QUE APARECEN EN LAS REVISTAS SEGÚN GÉNERO (% VERTICALES)

<i>Varones</i>	<i>n</i>	<i>%</i>
Laborales	65	24,5%
Culturales	6	2,3%
Sociales	22	8,3%
Deportivas	6	2,3%
Domésticas	34	12,8%
Personales	98	37,0%
Su propia popularidad	31	11,7%
Otras	3	0,6%
Total	265	100,0%

<i>Mujeres</i>	<i>n</i>	<i>%</i>
Laborales	47	26,0%
Culturales	3	1,7%
Sociales	27	14,9%
Deportivas	1	0,6%
Domésticas	19	10,5%
Personales	49	27,0%
Su propia popularidad	27	14,9%
Otras	8	4,4%
Total	181	100,0%

Este grupo se suele presentar como ejemplo ante la adversidad. Su vitalidad y su coraje les hace presentarse serenos y tranquilos con optimismo ante el futuro y con proyectos que les ayuden a superar el mal momento en que se encuentran. Afrontan los problemas con la entereza suficiente como para aprender de la experiencia y seguir adelante con ilusión aunque se hayan sufrido profundas frustraciones. Robert Redford entiende de esta forma su divorcio *"mi fracaso con Lola no me ha desengañado del matrimonio. Sigo creyendo en el compromiso y en la vida en pareja, lo que ocurre es que, a veces, no todo sale como uno desearía. No descarto la idea de volver a casarme algún día, aunque, eso sí, después de mi experiencia anterior voy a pensármelo muy bien antes de dar dicho paso"*.

En estas ocasiones difíciles, la familia también es uno de los puntos de apoyo más importante que aparece junto a los personajes. A veces, los protagonistas se mantienen como punto de apoyo y consuelo para sus personas allegadas como cuando el Duque de Suarez muestra el valor de la protección familiar ante la enfermedad de su hija. En otros momentos, se refleja la cara complementaria, la familia de los protagonistas sirve de amparo y estímulo para seguir adelante, como en el caso de Sara Montiel, uno de los casos más comentado de la época analizada. Ante la pérdida de su esposo sus hijos pequeños le obligaron a ser fuerte y

por tanto, le dieron la energía necesaria para luchar y recomponer su vida: *"Yo a partir de ahora sólo viviré para mis hijos, seguiré adelante por ellos y lucharé por ellos, como sería el deseo de Pepe"* o *"mis hijos con los cuales tengo una grata y enorme obligación. Sin ellos me sentiría mucho más desgraciada de lo que me siento ante la pérdida del amor. (...) Estoy haciendo de padre y madre de mis hijos"*.

El trabajo también supone un escape, una fórmula de concentrarse para recuperar fuerzas y olvidarse de las dificultades personales. Elvira Quintilla intenta no dejarse doblegar por la pérdida de José María Rodero y encuentra consuelo en su reincorporación a la vida profesional: *"la vuelta al trabajo ha hecho que me evada un poco de mi depresión. De esta manera mantengo mi tiempo y mi cabeza ocupados, intentando hacer mi trabajo bien. José María era toda mi vida, ahora sigo haciendo todo por él"*. Aunque todos ellos coinciden en no recuperarse de la pena sufrida, se esmeran en demostrar valentía y serenidad ante la opinión pública. En estos casos la comunicación entre las regiones anteriores y posteriores (Goffman, 1993) serviría de fundamento a la estabilidad en el sentido contrario al comentado en el apartado anterior. Aquí la necesidad de mantener la imagen social supone una base para que la persona no se desequilibre a consecuencia de los graves conflictos de su región posterior.

También la religión y las creencias personales aparecen como refugio ante el dolor. En circunstancias difíciles, la fe da la fuerza necesaria para afrontar con gran entereza sus problemas y confiar en los resultados positivos ya sea de los tratamientos médicos o del trabajo de sus abogados, si tienen problemas legales como Kashoggi. Resultan ejemplares los casos de Juan Pablo II y el Conde de Barcelona, a los que todos los médicos recuerdan como un buenos enfermos. Pero también otros personajes que descubren en la religión facetas desconocidas como Kashoggi *"rezo cinco veces al día cuando estoy en casa. Aunque detesto el fanatismo, creo que la religión debe ser entre Dios y uno"*, o revelan los cimientos de su firmeza personal como cuando el Rey Hussein de Jordania explica las causas de su entereza para afrontar un proceso cancerígeno: *"he comprobado mi propia paciencia cuando el todopoderoso me ha ayudado en los difíciles momentos personales"*.

6.1.5. Mantienen su estatus de personajes famosos ya sea en su familia o en su mundo laboral

Un grupo complementario al de los personajes anteriores es la de aquellos personajes populares que aparecen en la prensa del corazón debido a que han sabido mantener con el paso del tiempo su estatus profesional o conservar una vida familiar sólida y duradera. Este grupo también aparece esperanzado y feliz, pero la causa principal se encuentra en su propia estabilidad personal o laboral que han mantenido en el transcurso del tiempo. Vitales y llenos de energía, viven dedicados a su familia y su trabajo como Clint Eastwood o Lola Flores que a sus setenta años se mantiene guapa y con una fuerza arrolladora. Si bien su alegría parece menos contagiosa, o al menos más personal, también es cierto que presentan unas profundas raíces de las que carecen la mayor parte de los personajes del primer grupo que se han caracterizado por tener altibajos profesionales y laborales.

En el campo profesional, la prensa destaca la capacidad de trabajo y la calidad profesional de unos personas luchadoras que saben sobreponerse a las modas cambiantes y perseverar en su vida laboral. Mantienen su ilusión por el trabajo, se esmeran en su cometido y responden con energía y espíritu de lucha propios de la juventud. En esta línea, Lola Flores comentaba su nuevo proyecto televisivo de la siguiente manera: *"voy a poner mi alma y mi energía en este programa con el que vamos a ganar el tirón a las demás cadenas"*. Sin embargo, no olvidan los sacrificios que han tenido que sufrir a lo largo de sus carreras (Manolo Escobar, Joaquín Prat, Jack Lemon...) para mantenerse en la cima.

En general, se trata de personas ambiciosas y con carácter que han luchado duramente en su vida para lograr una buena posición con esfuerzo y sacrificio. Por esta razón son admirados y se pueden convertir en celebridades nacionales e internacionales como Frank Sinatra cuya vida ha sido llevada a las pantallas de cine. Sólo un caso, Alfonso del Real, reconoce continuar trabajando por motivos económicos. El resto de los personajes asocian su éxito y su amor al trabajo como las causas que les impiden retirarse de su profesión. De forma que continúan cumpliendo años en plena actividad aunque muchos superan plenamente la edad del grupo de estudio, y por lo tanto la edad legal de jubilación, como Rafaela Aparicio, Aurora Redondo o María Isbert. Este grupo se siente especialmente orgulloso de que su

trabajo sea solicitado. Su visión de futuro está asociado con proyectos de trabajo como afirma Arturo Fernández *"ahora tengo que pensar en las próximas ofertas. Por ejemplo, me han hecho ofertas de televisión con propuestas de contratarme para tres años"*.

Su logro es reconocido socialmente por medio de premios profesionales como Carmen Martín Gaité cuando ganó el premio al conjunto de su obra, otorgado por los lectores de una popular revista o la medalla al mérito en el trabajo que Mary Santpere recibió emocionada. Este tipo de incentivos no suponen una jubilación, sino el reconocimiento social que ayuda a mantener su imagen y su identidad como profesionales de éxito, Mary Santpere describe así su experiencia: *"esto es para mí el broche final de mi carrera. Aunque todavía no pienso retirarme. Ha sido una cosa muy bonita"*.

Aquellos que son noticia debido a su estabilidad familiar, se suelen presentar como personas honestas, sencillas, con gran sentido de la responsabilidad y la lealtad, que encuentran en su familia el soporte de su trabajo además de la ayuda y colaboración desinteresada en cualquier circunstancia. Puesto que el mundo representado principalmente en las revistas del corazón, el espectáculo y la vida bohemia, se suele caracterizar por la inestabilidad sentimental; las noticias de estabilidad y felicidad conyugal se muestran como ejemplos a seguir. La reina Fabiola es uno de los personajes que se presenta como modelo de ternura y devoción en su matrimonio al igual que su esposo que continuamente aparecía pendiente de su mujer. Se resalta la constancia y el esfuerzo que estos personajes han invertido en sacar adelante su matrimonio, así Cid Charisse explica su larga experiencia matrimonial: *"la felicidad de mi matrimonio creo que es un fenómeno que no tiene nada de milagroso sino de amor, comprensión y pasión. Sentimientos que con el paso del tiempo no han decaído"*.

Los personajes de este grupo se presentan como personas con profundos vínculos familiares que enriquecen su vida personal. No se puede olvidar que la familia ofrece un apoyo desinteresado y proporciona compañía en las situaciones más difíciles y personales, por lo tanto se consideran como uno de los principales valores: *"mi mayor deseo es que mi familia se mantenga tan unida como siempre y que nos cuidemos tan bien como venimos haciéndolo"* (Peret). Garriges reflexiona sobre el significado de esta relación: *"en el fondo la familia tiene unos vínculos de sangre y de relación profunda, una comunidad de*

sentimientos. *Y mi propia familia supone muchísimo para mí, forma parte de la personalidad de cada uno de nosotros y yo necesito estar en contacto con ella en todo momento*". Incluso en casos reconocidos de inestabilidad personal y familiar, como Anthony Perkins, los protagonistas admiten la importancia de la familia: *"llevamos ya casados diecisiete años y no podíamos ser más felices. Fuera del trabajo lo que más me interesa es la familia, aunque para eso se necesite además de energía tiempo. Tratamos de vivir al límite la mayor parte del tiempo que pasamos con nuestros hijos estando en casa juntos"*. Son varios los casos en los que se manifiesta el malestar derivado de la excesiva dedicación al trabajo que impide disfrutar de la familia tanto tiempo como desearían.

Un número elevado de las mujeres de este grupo son amas de casa que se muestran felices y orgullosas de la familia que han formado y disfrutan de la presencia de sus hijos y nietos. Dos grupo de mujeres conforman este apartado. En primer lugar aquellas mujeres que se han centrado en la vida familiar y han dejado a su esposo la fama, incluso la vida social asociada a su mundo laboral como Asunción Balaguer o Naina Yeltsin que comenta *"sigo siendo ante todo un ama de casa con muchas responsabilidades domésticas: un marido del que cuidarme, dos hijas y tres nietos. Esa es la labor más importante de mi vida desde que me jubilé. El escenario político es para mi marido"*. El segundo grupo está compuesto por las mujeres que se han volcado en la vida social de su esposo y han llegado a ser embajadoras de los intereses del mismo (señora Samaranch, Marta Ferrusola, Pírita Ridruejo). En este apartado, se destaca el papel de las esposas como mujeres comprensivas que han subordinado su carrera a la de sus esposos y les han ayudado a mantenerse en primera línea profesional, incluso a superar graves problemas personales como el alcoholismo (caso de Jack Lemmon). En ambas ocasiones, tanto las mujeres que permanecen en la esfera privada o que apoyan la vida pública de sus esposos, se detecta un modelo basado en los roles de esposa y madre. Es decir, la familia se articula como el eje fundamental de sus vidas. Marta Ferrusola explica esta elección de la siguiente manera: *"la familia es lo más importante y si se desvertebra pierdes tu punto de referencia. Creo que criar a mis hijos ha sido una de las mejores cosas que he hecho nunca. Es algo muy gratificante"*.

Son varios los casos en los que se detecta un rol tradicional de esposa basado no sólo en la diferenciación de papeles y esferas de actuación, sino también en la capacidad de

renuncia y en la entereza necesaria para el perdón. El sacrificio personal se asume como el medio necesario para mantener unida la familia, objetivo último que justifica todos los malos momentos anteriores. Asunción Balaguer es un ejemplo típico de una mujer tradicional y comprensiva que abandonó su carrera como actriz para centrarse en su vida de familia. La esposa de Paco Rabal ha mantenido su matrimonio gracias a su capacidad para perdonar las aventuras de su marido. Ella expresa sus ideas de esta forma: *"el secreto para que un matrimonio dure muchos años, como pasa con el nuestro, es quererse. El amor a veces puede resultar algo duro, pero con él se defiende la pareja. Nunca le retive, le pedi que si dejaba de quererme se marchara.. el éxito más grande de mi vida ha sido casarme con Paco y tener mis hijos"*.

Por otra parte, los maridos se muestran agradecidos al sacrificio y a la capacidad de tolerancia de sus esposas que les han ofrecido la seguridad y estabilidad necesarias para desarrollar sus carreras profesionales: *"es la perfecta media naranja que cualquier hombre podría desear. Es una mujer a la que yo puedo contar mis proyectos, mis ilusiones y penas, que nunca ha dejado de acompañarme. Licia siempre ha estado a mi lado tanto en los tiempos de gozo, como en los tiempos difíciles"* (Jesús Puente). Expresan gran admiración hacia sus cónyuges, ya que consideran que la felicidad matrimonial es la base de la felicidad personal: *"ella me relaja y me da todo lo que necesito para ser feliz"* (Jack Lemon). Incluso el buen aspecto físico de los protagonistas se atribuye a su estabilidad familiar, en este sentido Joaquín Prat considera que *"tengo una mujer que es comprensiva, inteligente, fenomenal y desde que estoy con ella, hace veinte años he mejorado en todos los aspectos, incluso en el físico"*.

El ambiente relajado que ofrece la vida privada es imprescindible para unas personas que tienen que pasar gran parte de su tiempo en el ojo del huracán de la opinión pública. Por este motivo, el hogar se convierte en el refugio, el general Norman Schwarzkop reconoce esta situación cuando afirma: *"pasar el tiempo con mi familia es sencillamente una de las alegrías de mi vida. Ellos me ayudan a mantener el equilibrio"*. Puede observarse como la esfera privada es el lugar elegido para desempeñar aquellos roles que en la terminología acuñada por Goffman (1993) se adjudicarían a su región posterior o trasfondo escénico. Aquí el personaje puede quitarse la máscara de la vida pública pues se siente seguro y confía en las

personas con las que comparte su intimidad. El valor de las relaciones familiares, en cuanto a la verdad que suponen, se ve incrementado por el peso específico que para las personas famosas tiene su vida pública- región anterior- donde se ven forzados a representar un rol determinado por los convencionalismos sociales. Montserrat Caballé analiza y matiza su sensación de sosiego cuando comenta los papeles que desempeña en su tiempo y espacio más privados: *"cuando estoy en casa estoy segura de que no soy la Caballé. En casa sólo soy una esposa, una madre y una mujer que adora su hogar. Cocino y cuido de las flores y de los perros"*. La relación entre ambas regiones permite que la solidez familiar contribuya a la estabilidad personal necesaria para mantener el equilibrio en la vida profesional: *"mis energías las saco de tener una mujer estupenda, unos hijos sanos y que soy feliz en mi vida privada, y sumándole todo ello que me gusta mi profesión, que es imprescindible"* (Joaquín Prat).

Así mismo, algunos protagonistas reconocen la ayuda de sus esposas como las personas de confianza que aconsejan, sincera y prudentemente, en su vida profesional como Carrascal que reconoce *"mi mujer es mi mejor crítico"*.

Por otro lado, los casos de inestabilidad matrimonial refuerzan las relaciones filiales, sobre todo entre las madres y los hijos. Si bien el matrimonio no ha perdurado, el carácter recio y fuerte de los personajes les ha permitido mantener su familia unida, puesto que esta entidad continua constituyendo uno de sus valores más importantes: *"yo siempre he dado mi vida y seguiré dándola por mis hijos, sin tragedias, sin sacrificios: los defiendo con uñas y dientes, pero como cualquier madre lo haría"* (Lucía Bosé) o Jean Marie Rossi señala en relación a sus aficiones: *"no hay nada que más me guste que estar junto a mi familia"*. respecto a su hija ofrece una respuesta similar: *"aprovechamos nuestros días libres para hacer juntos todo aquello que nos gusta"*. Ocasionalmente aparecen los momentos de dificultad o los problemas derivados de la separación. En estas circunstancias, generalmente, se enfocan las noticias desde el punto de vista del personaje al que se atribuye una imagen de personas enteras, sinceras y honestas que reconocen sus fracasos pero que lucha por mantener la vida familiar con sus hijos *"mis hijos son tal vez mi mayor logro, aunque sólo soy responsable del cincuenta por ciento"* (Robert Redford).

La compañía de sus hijos y nietos es una fuente de satisfacción de la que disfrutan en su tiempo libre (Robert Wagner, Kiko Ledgard, Jackie Kennedy, Duquesa de Alba, Jesús

Gil; Jean Marie Rossi). Los personajes no escatiman los halagos hacia sus descendientes: *"mis hijas me lo pusieron muy fácil, porque siempre han sido maravillosas"* (Robert Wagner), incluso aquellos famosos que ofrecen una imagen de duros como Jean Paul Belmondo no puede disimular la ternura que siente junto a su nieto, del que está pendiente en todo momento. Es evidente que la interacción familiar les proporciona momentos de felicidad e ilusión, con sus descendientes se relacionan especialmente en el ámbito doméstico, aunque también aparecen en el ámbito laboral (tabla 6.6.).

Aunque estén divorciados de sus anteriores matrimonios, los personajes mayores afirman que mantienen el contacto familiar y siguen de cerca la vida de sus hijos independientes del domicilio de los mismos. Se muestran como padres respetuosos que apoyan a sus hijos y tratan de ser comprensivos con las opciones que éstos han tomado, procurando ayudarles a salir adelante cuando se encuentran en situaciones difíciles como cuando caen en el mundo de las drogas (Jane Fonda). Joaquín Prat explica su posición: *"lo que hay que hacer es escucharles y darles consejos sin achucharles. Pienso que no hay que estar encima de los hijos, pinchando y azuzando en nombre del amor. A los hijos hay que ayudarles sin que se sientan presionados"*. A pesar de la diferencia de edad no dudan en considerarse amigos de sus hijos, disfrutan a su lado como Sofia Loren o Gina Llobrigida *"siempre me he sentido muy cerca de Miko, incluso he sido una madraza. Ha vivido mucho tiempo a mi lado antes de dejar la casa y casarse. Tengo una relación muy fuerte con él"*, pasan juntos sus vacaciones (el Cordobés) o su tiempo libre *"una de las cosas que más me gusta es hablar con mi hija. tenemos una gran confianza el uno con el otro"* (Gila). En resumen, se presentan como padres liberales que saben dar confianza e información a sus hijos para que sean ellos mismos los que tomen sus propias decisiones como comenta Dominguín *"tengo unos chicos estupendos y mantengo con ellos una gran relación. Nunca he sido un padre dominante, siempre les dejé hacer lo que querían"*.

La tendencia creciente hacia la independencia residencial de las generaciones adyacentes común a toda la población (Alherdi, 1995) se refleja en la prensa, aunque como en la vida cotidiana se ve compensada por un tipo de relación más fluida basada en el respeto y el mutuo afecto en lugar de la obligación: *"paso mucho tiempo con mis hijos. Somos amigos. Ellos viven en la zona de Los Angeles y podemos cenar juntos un par de veces por semana"*

(Charles Bronson). El proceso de socialización ha variado notablemente entre mayores y adolescentes. Al darse una menor relación de poder, la comunicación se basa en tramas sólidas como la comprensión y los intereses comunes. Además de la frecuencia de las visitas, el grado de compromiso que implica la relación se muestra fuerte. En este sentido, Sofia Loren reconoce el importante papel que desempeñan sus hijos en su vida: *"mis hijos son la principal razón de mi existencia. Por otra parte son mis mejores amigos, me divierto muchísimo con ellos"*.

En el caso de compartir la profesión, cuando los hijos continúan la tradición familiar, se señala la dedicación de los padres por ayudarles a abrirse camino (Lola Herrera, Lola Flores, etc.); aunque no busquen desesperadamente su presencia puesto que su fama puede eclipsar a sus hijos, que deben crecer y hacerse un nombre por sí mismos. Si acaso luchan por ayudar y protegerles como cuando Ramiro impone unas condiciones al prometido de su hija Carolina para que se respete la tradición y los deberes derivados de su cargo.

La mayor pervivencia de las personas mayores otorga más posibilidades a la relaciones intergeneracionales. Especialmente a las relaciones entre abuelos y nietos. Los nietos son los nuevos miembros de la familia que aportan alegría y nuevas esperanzas. Aparecen en momentos en que los protagonistas tienen más tiempo libre y dado que la responsabilidad educativa recae, sobre todo, en los padres su presencia se entiende como un disfrute y un gozo. Tony Leblanc se refiere a esta situación: *"disfruto con mis nietos casi más de lo que disfruté con mis propios hijos. Ya sabes, entonces tenías más preocupaciones, había que luchar y sacar la familia adelante"*.

Tabla 6.9. INTERACCIONES FAMILIARES DE LAS PERSONAS MAYORES QUE APARECEN EN LAS REVISTAS POR GENERO Y AMBITO DE ACTUACION (% verticales)

Interacciones	Ambito Profesional		Ambito Social		Ambito Familiar	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Familiares Intrageneracional	0 0%	2 2,9%	1 2,5%	0 0%	1 0,5%	3 2,4%
Familiares Intergeneracional	10 10,3%	9 13,2%	2 5%	6 15%	57 26,8%	36 20%

La familia extensa, las relaciones con hermanos y familiares de edades cercanas a los protagonistas están presentes en escasas ocasiones (5%), cuando la familia aparece es para

mostrar las relaciones con los hijos y nietos. Además de la relación de pareja, que como se señalaba anteriormente es la principal interacción de los protagonistas. La diferencia estriba en que la pareja acompaña a los personajes en todos los ámbitos y la familia queda relegada, principalmente, al ámbito del hogar.

6.1.6. Personajes que aparecen por su propia popularidad

Este grupo está constituido por dos tipos de personajes: los famosos en función de su cargo (Reina de Inglaterra, Presidente de Estados Unidos) y los personajes dotados de una personalidad humana y cordial que inspira confianza y afecto permanente de la audiencia. Aunque no sean siempre titulares de portada, Mary Santpere, Arturo Fernández son ejemplos de personas que aparecen en las revistas sin necesidad de tener una causa específica. Su propia presencia es motivo de noticia ya que siempre resultan gratos e interesantes.

Algunas personas de este grupo venden habitualmente reportajes sobre sus vida privada. Esta actividad se puede convertir en una de sus principales fuentes de financiación. Sin embargo, otros se mantienen alejados y sólo aparecen debido a su propia popularidad: como la duquesa de Alba o el actor Richard Wagner que se aleja de la vida social y prefieren la vida de campo, donde se dedica a la práctica deportiva. Los protagonistas de este grupo suelen presentarse solos sin interaccionar con otras personas puesto que son ellos la noticia en si mismos.

6.2. ENTREVISTAS EN SUPLEMENTOS DOMINICALES DE PERIODICOS

Tras analizar los suplementos dominicales correspondientes a la muestra, se ha comprobado que un alto porcentaje del total de las entrevistas tienen como protagonista un personaje de edad superior a los sesenta años (38%). Si se toma en cuenta la variable sexo se puede apreciar que las diferencias entre los grupos de edad se acentúan. El número total de entrevistas realizadas a mujeres (47) no alcanza la mitad de las entrevistas realizadas a los hombres (106), pero además en el grupo de edad de los mayores la diferencia se incrementa considerablemente. Solamente el 21 por ciento de las mujeres entrevistadas pertenecen al grupo de edad, mientras que las entrevistas a hombres mayores alcanza el 44 por ciento del total de varones. Parece que en el caso de los hombres, la edad no supone un impedimento

para su aparición en dichos suplementos sino que, por el contrario, su presencia aumenta proporcionalmente. La causa de esta variación puede encontrarse en que la mayoría de los entrevistados se eligen en función de su éxito profesional y si es escaso el porcentaje de mujeres que acceden a cargos de alta responsabilidad, aún es menor el número de las mujeres mayores que han destacado por sus triunfos profesionales ya que muchas de ellas no accedieron al mercado laboral durante su juventud.

Tabla 6.10. ENTREVISTAS APARECIDAS EN LOS SUPLEMENTOS DOMINICALES DE LOS PERIÓDICOS SEGÚN GRUPOS DE EDAD Y GÉNERO (% EN VERTICAL)

	Total	Mujeres	Hombres
Más Jóvenes	96 62,7%	37 78,7%	59 55,7%
Grupo de Edad	57 37,3%	10 21,3%	47 44,3%
Total	153 100%	47 100%	106 100%

En la tabla 6.11. se puede observar la distribución de las entrevistas en los suplementos que constituyen la muestra. En todos los periódicos se da un porcentaje inferior al cincuenta por ciento de entrevistas a personas mayores pero las diferencias entre ellos son bastante considerables. En el *Dominical del Periódico* el porcentaje de hombres mayores supone el principal colectivo (46%), superando ligeramente a los hombres jóvenes *El Dominical* y *Blanco y Negro* presentan los porcentajes más altos de entrevistas con personas mayores, mientras que el *Pais Semanal* y la *Vanguardia* la presencia de mayores no alcanza el 30%. El *Suplemento Semanal* se sitúa en una zona intermedia con porcentajes cercanos al 40%, este suplemento tiene un aspecto diferencial: hay una carencia absoluta de representantes de las mujeres mayores. Las mujeres alcanzan en todas las publicaciones porcentajes bastante inferiores a los hombres, además de la ausencia en el *Suplemento Dominical*, se observa que en el *Dominical del Periódico* (4%) y el *Pais Semanal* (5%) su presencia es muy tímida. En los demás suplementos las mujeres mayores aparecen en porcentajes cercanos al 10 por ciento del total de las entrevistas. Sin embargo, los hombres mayores alcanzan porcentajes superiores al veinte por ciento en *La Vanguardia*, *El Pais Semanal* y *Blanco y Negro*. En el *Suplemento Semanal* (37%) los porcentajes son bastante superiores.

Tabla 6.11. ENTREVISTAS DE LOS SUPLEMENTOS DOMINICALES DE LOS PERIODICOS SEGUN SUPLEMENTOS, GRUPOS DE EDAD Y GENERO (%HORIZONTALES)

	Totales		Más Jóvenes				Grupo de Edad			
			Hombres		Mujeres		Hombres		Mujeres	
Blanco y Negro	33	100%	9	27,2%	10	30,3%	9	27,3%	5	15,2%
El País Semanal	22	100%	12	54,5%	4	18,2%	5	22,7%	1	4,6%
La Vanguardia	37	100%	15	40,5%	11	29,7%	8	21,6%	3	8,2%
Suplemento Semanal	36	100%	12	33,3%	10	27,8%	14	38,9%	-	-
El Dominical	25	100%	11	44%	2	8%	11	44%	1	4%
Totales	153	100%	59	38,6%	37	24,2%	47	30,7%	10	6,5%

Los datos que proporciona la tabla 6.12., permiten conocer que el principal motivo de aparición tiene relación fundamentalmente con el ámbito laboral, en consecuencia, respecto los temas tratados se constata que en la mayor parte de los casos se centran en cuestiones relacionadas con la profesión de los entrevistados. Se puede observar como en este tipo de periodismo, los entrevistados no interaccionan con otros personajes sino que ellos son los únicos protagonistas a los que se convoca, bien sea por motivos laborales de actualidad -adjudicación de un premio, la presentación de un nuevo libro, una gira artística o una actuación- bien sea en razón de la propia popularidad del personaje. No obstante, en casi todas las entrevistas aparecen detalles que dejan entrever la personalidad de los protagonistas.

Tabla 6.12. MOTIVOS DE APARICIÓN DE LAS PERSONAS MAYORES EN LAS ENTREVISTAS DE LOS SUPLEMENTOS DOMINICALES SEGUN GENERO (% VERTICALES)

Mujeres	n	%
Laborales	7	70,00%
Propia Popularidad	3	30,00%
Total	10	100,0%

Varones	n	%
Laborales	31	66%
Culturales	1	2,1%
Propia Popularidad	15	31,9%
Total	47	100,0%

Los personajes entrevistados en los suplementos semanales se caracterizan por haber alcanzado las cotas más altas de perfección y de éxito profesional, su alto nivel de cualificación les ha hecho llegar al número uno de su profesión en la que se mantienen como maestros indiscutibles. Triunfadores por la calidad de su trabajo pero también por la capacidad de innovación y la visión de nuevas técnicas o maneras de hacer que hasta ellos

eran desconocidas. Esta característica es común a todos los entrevistados independientemente del estilo artístico o la profesión de los protagonistas, ya se trate de representantes de la cultura clásica como el director de orquesta Georges Solti o de artistas populares como Peret que empezó cantando en lugares turísticos, para más tarde insertar el ritmo cubano al catalán y llegó al número uno de la popularidad en las listas musicales en los años setenta.

En relación a las profesiones representadas, se aprecia que la mayor porcentage de las entrevistados, en todos los grupos de edad, pertenecen al mundo de las artes escénicas (37%), seguido de los representantes del mundo intelectual (21%), las artes plásticas (14%) y las profesiones liberales (7%). La variable género ejerce una influencia considerable. La escasa presencia femenina se centra principalmente en las artes escénicas, más de la mitad de la muestra (60%), con escasa presencia del mundo intelectual y nula el mundo científico, las artes plásticas o el mundo deportivo. A pesar de que el colectivo masculino tiene una tendencia similar a concentrarse en los representantes de las artes escénicas, hay una mayor dispersión en otro tipo de grupos profesionales (tabla 6.13.).

Si bien el principal tema de las entrevistas es el trabajo profesional, generalmente, la manera en la que se refieren las opiniones difieren del estereotipo negativo de los mayores como personas amoldadas a sus circunstancias, con dificultades de aprendizaje, sin relaciones familiares, pasivos y carentes de capacidad de iniciativa. En estas publicaciones se suelen tocar varios temas referentes al mundo laboral, el amor al trabajo, la capacidad técnica, la constancia y el valor, la exigencia consigo mismo, el gusto por la innovación, el agradecimiento a sus maestros y compañeros, la comunicación humana en el proceso de creación. Esta visión del mundo laboral se completa con la información sobre el carácter vitalista de los protagonistas y el papel de la familia como apoyo y refugio de la vida pública.

Tabla 6.13. GRUPO PROFESIONAL DE LAS PERSONAS MAYORES ENTREVISTADAS EN LOS SUPLEMENTOS DOMINICALES DE LOS PERIODICOS SEGÚN GRUPO DE EDAD Y GÉNERO (% VERTICALES)

	Totales	Grupos de Edad			Género	
		Muy Cercano	Grupo de Edad	Más Mayores	Varones	Mujeres
Aristocracia	2 3,5%	0 0%	2 5,6%	0 0	1 2,1%	1 10%
Mundo Intelectual	12 21,1%	2 20%	6 16,7%	4 36,4%	10 21,3%	2 20%
Comunidad Científica	1 1,8%	0 0%	1 2,8%	0 0%	1 2,1%	0 0%
Profesión Liberal	4 7%	1 10%	2 5,6%	1 9,1%	4 8,5%	0 0%
Mundo Deportivo	1 1,8%	0 0%	1 2,8%	0 0%	1 2,1%	0 0%
Artes Plásticas	8 14%	1 10%	5 13,9%	2 18,2%	8 17%	0 0%
Artes Escénicas	21 36,8%	5 50%	14 38,9%	2 18,2%	15 31,9%	6 60%
Mundo Político	4 7%	0 0%	4 11,1%	0 0%	4 8,5%	0 0%
Amas de Casa	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%
Jubilado	1 1,8%	0 0%	0 0%	1 9,1%	1 2,1%	0 0%
Otros	3 5,3%	1 10%	1 2,8%	1 9,1%	2 4,3%	1 10%
Total	57 100%	10 100%	36 100%	11 100%	47 100%	10 100%

6.2.1. El trabajo como fuente de satisfacción personal

Como se ha comentado en el apartado anterior, la presencia de jubilados y amas de casa es casi simbólica puesto que la mayor parte de los personajes continúan entregados con agrado a su trabajo. Una de las razones de esta dedicación es la gran motivación intrínseca que les mantiene, el entusiasmo por sus obligaciones laborales. Aunque no se puede olvidar el componente económico derivado de la actividad, las entrevistas reflejan cómo para estas personas, el trabajo supone además una fuente de prestigio y de satisfacción personal, incluso una diversión. Marcello Mastroianni describe su experiencia de esta forma: *"Yo me divierto como un loco. Sobre todo cuando hago cine. Los actores son gente aparte, animales singulares, criaturas asombrosas, pero un poco vacías interiormente. Necesitan el equipo del plató, el guión, el personaje que interpretan, el vestuario y los decorados. Es toda una vida de película, y cada vez es una vida diferente. Es maravilloso. Llegas por la mañana al plató. '¡Marcello! ¿Quieres un cafetito?' ... Claro que quiero tu cafetito. Aunque no sea*

muy bueno. Quiero dos, quiero diez. Yo me divierto cuando trabajo. Y además, soy como todo el mundo... Necesito dinero". Incluso personajes de apariencia más displicente como el barón Thyssen³⁴ reconoce que su imagen frívola y distante es una pose ya que su colección de pintura le apasiona y le produce una gran emoción: *"siempre he disfrutado mucho como coleccionista. Los años que me dediqué a poner en marcha las empresas de mi padre fueron un tiempo interesante, pero eso no me emocionaba. La pintura en cambio, sí me ha producido emoción"*.

El recuerdo del reconocimiento internacional y los premios obtenidos son una constante en las entrevistas. Se observa un modelo de identidad social elaborado a partir de una carrera profesional de perfil internacional que, en la mayoría de los casos proporciona un fuerte sentimiento de identidad personal, de orgullo y satisfacción. Por estos motivos su retirada se hace esperar. Además, la mayoría ejercen profesiones liberales que no tienen una edad de jubilación obligatoria. El músico Stephane Grappelli explica las razones de su continuidad en los escenarios: *"¿Hay que hablar de ello? Sería mejor no hacerlo. Yo no tengo edad. Me gusta la juventud, pero conozco a gente de mi edad que son más jóvenes que la gente joven. Pero no me gusta ver mal las cosas, estoy bien con mi vida. Verá, si Dios quiere, dentro de muy poco saldré ahí, tocaré y me olvidaré de todo durante dos horas. Soy feliz así, acompañado de grandes artistas a los que Dios ha dado el sentido de la armonía y el oído"*. Algunos reconocen su situación privilegiada como Samarach cuando afirma *"no sólo estoy contento con mi cargo sino que además no lo cambiaría por ningún otro del mundo. Es una experiencia única que he tenido la suerte de vivir"*.

Aunque se encuentren jubilados o separados de la actividad que les hizo famosos como Antonio el bailarín o el expresidente Giscard d'Estaing el renombre alcanzado les ayuda a sentirse seguros de sí mismos y orgullosos de los logros obtenidos.

³⁴ Se incluye el caso del barón Thyssen porque aunque su colección de pintura no ha sido su principal actividad laboral, ha tenido una gran importancia en su vida personal. En este sentido se podría considerar como una actividad de ocio serio puesto que aunque son realizadas de manera voluntaria y por satisfacción personal requieren de una fuerte implicación de la persona (Stebbins, 1992).

Sin embargo, su orgullo del pasado y su necesidad de afirmarse en la memoria de su contribución a la sociedad les permite sentirse satisfechos del pasado pero no les hace vivir en otra época puesto que se aprecia un deseo de mantener su imagen de personas innovadoras y triunfadoras en las nuevas facetas que han emprendido. De tal forma que, aunque se encuentren retirados de su principal actividad laboral, se suelen mantener cercanos a la esfera profesional que les dio fama y en la que consideran que su aportación puede ser valiosa. Así, Valery Giscard d'Estaing se enfrenta actualmente a la vida política desde la presidencia del partido Unión para la Democracia Francesa o Helmut Smitch que, tras abandonar la actividad política, continua su vida profesional como editor del semanario de información política *Die Zeit*, uno de los más prestigiosos en Alemania.

El bailarín Antonio es el único individuo de la muestra que ha abandonado totalmente la actividad profesional tras no cuajar sus intentos de dirigir el Ballet Nacional. Su caso es especial porque el recuerdo del pasado va acompañado de la nostalgia y del orgullo por sus logros tanto de la esfera profesional como personal. Su éxito le sirvió para saber dirigir su vida privada y familiar por caminos distintos a los que parecía le estaban destinados. De manera que se muestra ufano de su capacidad para adaptarse a una vida social y cultural para la que no había sido preparado y en la que, por lo tanto, tuvo que ser su propio mentor. Cuando sus triunfos profesionales le abrieron las puertas de la alta sociedad de la época, el bailarín hizo un gran esfuerzo para adaptarse y superar su escasa preparación intelectual. A pesar de las dificultades, su afán de superación y sus ganas de triunfar le impulsaron al estudio como él mismo reconoce: *"yo sólo por mi cuenta me puse profesores cuando vi que estaba conociendo gente famosísima y que no sabía nada. Me puse profesores de inglés y de cultura general: lo poco que se lo he aprendido de esta manera hablo inglés, francés e italiano. Y le"*. Además, su triunfo le sirvió para apoyar a su familia que sufría una desfavorable situación económica: *"yo tenía que poner a mi gente en su sitio, ayudarles a todos"*. En el caso de Antonio, se desprende un orgullo por sus capacidades personales y agradecimiento a las posibilidades de realización que hasta ese momento le habían estado vedadas.

Como se ha comentado anteriormente, los personajes representados suelen haber alcanzado la fama más allá de los círculos de su profesión. Su triunfo se debe a su alta

capacidad técnica pero se acompaña siempre de un gran compromiso con el trabajo al que dedican todo su tiempo e interés. Por otra parte, su entusiasmo laboral se corresponde con una personalidad apasionada y vital que conlleva una fuerte implicación en todas las actividades que desempeña. El trabajo, a su vez, les proporciona renovadas energías y entusiasmo y por esta razón no suelen pensar en la jubilación a pesar de que, a su edad, la mayor parte de la población se encuentre fuera del mercado laboral. Roy Disney, director actual de la compañía familiar, expresa el sentimiento de bienestar que procede del trabajo "no se cuando me retiraré. Tengo mucha energía, me siento vivo y me estoy divirtiendo".

6.2.2. La constancia

En general, su trayectoria profesional está llena de éxitos, a pesar de que, en algunas ocasiones, han tenido que esperar mucho tiempo para ser reconocidos profesionalmente o han sido ellos mismos los que han tenido la paciencia suficiente de esperar el momento adecuado para llevar a cabo aquellos proyectos que les resultaban especialmente interesantes puesto que daban otra medida de sus capacidades profesionales. En el periodo analizado, Clint Eastwood apareció repetidamente en los suplementos puesto que se encontraba de gira por Europa presentando su película "Sin perdón". Aunque disponía del guión desde hace varios años, el actor y director americano esperó el momento en que se sintió física y moralmente preparado para interpretar el papel de Bill Munny, con el que consiguió su consagración. Su paciencia fue recompensada puesto que su interpretación del viejo pistolero ha sido considerada una de las más reflexivas y profundas de su carrera. En las entrevistas, Eastwood se muestra contento de haber esperado el tiempo adecuado para rodarla correctamente: "Si la gente piensa que el actor tiene en la vida normal el carácter del personaje que interpreta, eso es muy halagador. Es que has vendido muy bien tu papel, que has hecho bien tu trabajo. Y eso es halagador".

A pesar de su edad, la mayor parte se encuentran en buenas condiciones que les permiten mantener un alto nivel de calidad en su vida profesional. Los motivos de aparición son profesionales en más del 90 por ciento de los casos ya sea por ser protagonistas de nuevas experiencias o por mantenerse en primera línea como el cantante de ópera Alfredo Krauss. A los sesenta y cuatro años, Krauss se encuentra en plenitud de facultades aunque

continúa trabajando para mantener su calidad artística puesto que como el artista afirma *"hay que pararse y buscar soluciones que siempre se encuentran, porque yo estoy convencido de que con trabajo todo se solución"*. Del análisis se desprende la necesidad de facultades personales y sentido de la oportunidad para lograr altas cotas de perfección. Pero además, se reconoce que el trabajo diario es el principal instrumento requerido para la continuidad profesional. Críticos consigo mismos, se muestran como grandes luchadores que no cesan en su empeño de mejorar, a pesar del esfuerzo que requiere y de las altas cuotas de popularidad ganadas. Se observa cómo trabajan duramente para mantener sus facultades y superar las pruebas de estar en primera línea. José Luis Borau expresa gráficamente este sentido de autocrítica y superación que les caracteriza *"me azoto mucho, es mi manera de ser"*.

Aquellos que tuvieron un comienzo difícil, con ingenio y constancia han acabado imponiéndose al escepticismo de sus colegas. Luchadores, no les asustan los problemas y han asumido las críticas o la falta de comprensión, en ciertos momentos, por lo que, en ocasiones, el reconocimiento a su labor ha sido tardío. La honestidad con su propio pensamiento les ha dado la fuerza y la valentía a la hora de reafirmar sus posiciones y no les ha dejado llevarse por las opiniones mayoritarias. La coherencia de sus ideas, les ayuda a mantener una línea de rigor y meticulosidad. La cantante Anna Ricci asegura *"a mí me ha ocurrido a veces que la oferta se ha anticipado a la demanda. La demanda ha llegado mucho más tarde y se ha demostrado que yo llevaba razón. Claro, que tener razón fuera de tiempo no sirve, pero yo actué como debía y el hecho de que ahora se demuestre mi razón me permite recomponer mis efectivos y repetir la misma oferta en mejores condiciones de receptividad"*. En general, continúan dedicados plenamente a su trabajo aunque, por su edad, algunos se centren en una actividad más concreta como el japonés Shinkichi Nakajima, director del concurso Madame Butterfly para jóvenes intérpretes de ópera, que ha sacado adelante su iniciativa luchando contra la dificultad que supone el poco desarrollado mercado operístico japonés.

6.2.3. Comunicación y compromiso personal con el trabajo

La mayor parte de los trabajos están relacionados con la creatividad y permiten no sólo la expresión sino que la comunicación personal también conforma una parte fundamental de su labor. En el caso de los políticos, intelectuales y los creadores artísticos, ya se dediquen

al mundo del espectáculo o de las artes plásticas, aparece repetidamente el tema del compromiso con la sociedad. Se advierte cómo estas personas consideran que desde su situación privilegiada pueden desempeñar un papel de relevancia en el desarrollo social. Nelson Mandela recuerda así su paso por la universidad: *"esa educación fue absolutamente importante. Hace que uno sea capaz de servir mejor a la comunidad"*.

El mundo del arte con su lenguaje universal se considera una plataforma privilegiada de comunicación a la que alcanzan personas de distintas procedencias. Los artistas pretenden la relación a través de la creación y se sienten felices de ser comprendidos por el público, ya que sin este objetivo su obra carece de sentido. Robert Redford comenta respecto a su película *"El río de la vida"*: *"me atrajo el trasfondo del argumento: como ayudar a una persona a la que amas y con la que eres incapaz de comunicarte. Esto es algo que no sólo pasa en Montana, sino en todo el mundo"*.

Son varios los creadores que expresan su intención de usar sus obras para transmitir sus preocupaciones y hacer reflexionar a la audiencia. Tras su éxito como escritor de ficción, Dominique Lapierre sustituyó sus temas de interés y decidió dedicar su trabajo profesional a los temas que les han marcado personalmente como el caso de los héroes anónimos que luchan contra la desesperación y la adversidad o superan difíciles situaciones como el SIDA o la pobreza. Resulta especialmente llamativo el caso de Clint Eastwood por la paradoja que se aprecia entre su imagen popular y su declaración de intenciones. Eastwood afirma que elige sus películas como director en función de su capacidad de transmisión de mensajes que den una lectura distinta sobre temas humanos: *"en estos filmes trato de explicar que no es posible usar la violencia sin que esa acción traiga sus consecuencias. Y consecuencias en tu alma"*. Es decir, intenta transmitir unos valores basados en el esfuerzo y la dignidad como en el western *"Sin perdón"* sobre el que comenta: *"creo que la moral era el factor importante del guión. La violencia no es romántica, no es bella, no es motivo de alegría, tiene sus consecuencias. Eso es un mensaje importante"*. El resultado es que todas las películas dirigidas por el actor (*Bird*, *Sin perdón*, *Corazón blanco*) están muy lejanas a los filmes de aventuras que le dieron su fama de actor especializado en cine de acción.

Son escasos los personajes que se refieren a temas políticos. Zubin Mehta representa un caso de compromiso con una causa que considera justa, a pesar de su origen indio se ha

hecho judío de adopción y durante la Guerra del Golfo quiso pasar aquellos días en Tel Aviv. Por otra parte, y desde su osición de identificación con el pueblo judío ha tratado de restituir la música de Wagner, separando la obra de su relación con el entorno nazi, a pesar de que no ha logrado que la orquesta de Israel la interprete en los conciertos de abono. El director de orquesta Georges Solti, que vivió el mismo las consecuencias del racismo en Hungría durante la Segunda Guerra Mundial, no llega tan lejos en su implicación personal. No obstante, se muestra preocupado por el renacer del racismo en Europa *"estoy horrorizado, creo que el gobierno alemán debería acabar con el fascismo y el nazismo antes de que sea demasiado tarde. Sino lo hace podríamos asistir a un nuevo fascismo universal, ya que emerge en Francia e Italia de forma todavía pequeña pero preocupante. No hay ninguna razón para entrar en el siglo XXI en estas condiciones"*.

El papel del intelectual y el personaje de éxito en la sociedad es objeto de debate en varias ocasiones. Respecto a este tema el pintor Ibarrola expresa sus opiniones *"en mi condición de intelectual me he pronunciado públicamente contra la violencia y a favor de la paz y de la democracia"*. Caballero Bonald matiza la implicación del escritor puesto que considera que *" el escritor en determinadas circunstancias históricas está obligado a hacer una denuncia social, a comprometerse. Cuando se puede escribir con libertad , como hago yo ahora, no es tan necesario. El escritor es un crítico de la sociedad en que vive. Pero esto se da por añadidura, no hace falta que se lo proponga previamente y que escriba a partir de una consigna. Es algo que se traspasa a todo lo que escribes, aunque no lo quieras"*.

En estos casos se hace hincapié en el valor de la cultura para defender el respeto y la solidaridad entre distintas razas, sexos o cualquier tipo de diferencias. En varias ocasiones se detecta la preocupación por la sociedad desde la aportación personal de los entrevistados. Se señala el compromiso de estas personas con los demás y su faceta de buen samaritano como el caso de Dominique Lapiere cuando afectado por el descubrimiento de la difícil lección que le enseñaban los pobres de la India se vio en la necesidad de cambiar su forma de vida: *"es un ejemplo que me han dado los héroes de la ciudad de la alegría. Ser optimista porque allí la gente a pesar de su situación puede sonreír, puede compartir. Yo he aprendido que la vida es más fuerte que todo, que el deseo de sobrevivir, de triunfar está por encima. La felicidad auténtica se encuentra más en dar que recibir"*. A partir de ese momento, junto a su mujer,

ha dedicado todas sus energías en montar una importante red de asistencia benéfica que absorbe buena parte del dinero procedente de sus derechos de autor: *"doy la mitad de mis derechos de autor para fomentar una red humanitaria en Calcuta. Porque me parece que después de recibir tanto de esta gente, ayudarnos de una forma modesta a cambiar sus condiciones de vida es hacer un poco de justicia. En nuestro occidente vivimos tan aislados que no podemos compartir. Pero en la India aprendí un proverbio: todo lo que no das, lo pierdes"*.

Después de haber llegado a los niveles más altos en su profesión, los personajes entrevistados se sienten libres para poder ayudar a otras personas. Algunas veces las causas elegidas están relacionadas con su propio mundo profesional como Robert Redford que ha fundado el Instituto de Cine Sundance en Utah con objeto de impulsar la cinematografía independiente y promover seminarios sobre temas diversos. El actor comenta sus nuevas iniciativas: *"me gasto el dinero en causas que me parecen valiosas. Hay que mantenerse dentro de la vida y evitar quedarse aislado, rodeado de guardaespaldas"*.

Es una constatación general en el interés por la realidad política y sociocultural que les circunda, así como por la divulgación del conocimiento de la misma. En el caso de escritores, intelectuales o periodistas (Collins, Lapierre, Schultz, Marias, Schmidt) se señala especialmente la importancia de las pautas que la lectura ofrece para facilitar la reflexión y el conocimiento del entorno. Algunos protagonistas acentúan la necesidad de formación para el ejercicio de la responsabilidad puesto que la moralidad y la solidaridad son responsabilidades colectivas que afectan tanto a los políticos como al resto de los ciudadanos: *"hay que decir la verdad a la gente. Es un deber moral contribuir al bienestar de todos. Estoy convencido de que hay que presentar a la gente la clase de peligros que nos acechan pasado mañana, las esperanzas que podemos tener y lo que podemos hacer para realizar estas esperanzas"* (Helmut Schmidt). Esta necesidad requiere una educación previa y, por tanto un esfuerzo de aprendizaje que se detecta está siendo relegado tanto en el hogar como en la escuela. En la opinión de Julián Marias la actual manera de vida genera *"actitudes ensimismadas, personas encerradas en sí mismas a las que cada día les cuesta más descubrir sus afectos o articular un pensamiento"*, de esta forma se aumenta el número de personas susceptibles de manipulación por ignorancia y rutina. Aunque el filósofo mantiene una esperanza en la

educación de la población: *"si se pudieran arrancar a si mismas lo que llevan dentro, se sorprenderían de su capacidad de disfrute"*.

Los mayores entrevistados se presentan como personajes independientes comprometidos con su obra, *"en mi caso la vida y la escritura no tienen unas fronteras separadas"* (Carmen Martín Gaité). En otro ámbito el pintor Hockney que ha manifestado gran fidelidad a si mismo y a su obra, evidenciando una estrecha unión entre ambas. Su soledad, acentuada por su sordera, es una soledad complaciente, asumida que acepta sin amargura mostrada en su pintura que representa la alegría de vivir un mundo hedonista, aunque solitario y egocéntrico, representado principalmente en cuadros de piscinas vacías y jardines deshabitados. El pintor Maties Palau Ferrer es un caso extremo de identificación con la obra y apasionada locura por la libertad de creación. Tras caer en una trampa legal que le obligaba a pintar con el consentimiento de un propietario rural, decidió no hipotecar su obra y como el mismo comenta: *"hasta tal extremo llegó mi angustia que intenté suicidarme. Los tribunales a los que acudí no me dieron la razón y acabaron por condenarme a pintar todavía cuarenta y dos metros cuadrados en telas para cancelar el compromiso. Así que, como protesta íntima, decidí que a partir de entonces quemaría todas las obras que fuera terminando en mi estudio (...) sentía una gran satisfacción. Pintaba y quemaba cuadros como protesta. Al menos ello sirvió para que un senador norteamericano de Harrisburg, que era coleccionista mío, me invitara a su casa y me pidiera cenizas para exponerlas en un museo estadounidense como testimonio de la importancia de la libertad en el arte"*.

Cuando se hace hincapié en la capacidad de compromiso, ya sea con una idea profesional o compromiso sociopolítico, aparece repetidamente el tema del esfuerzo y sacrificio necesarios para llevarlo a la práctica. Alfredo Krauss no elude denunciar aquellos comportamientos que considera afectan negativamente a su mundo profesional, a pesar de que le dificulten su carrera. De esta forma asume su papel de crítico permanente puesto que prefiere esta imagen a la falta de honestidad y la aceptación sumisa de las leyes del mercado. En términos parecidos Guillermo Cabrera Infante recuerda los problemas derivados de su exilio y las dificultades profesionales y personales derivadas de su compromiso político: *"He perdido mucho, mucho. Julio Cortázar que era amigo mío se convirtió en mi peor enemigo. Hablaba de mí como un gusano. Hizo cosas horribles. Había gente que creyó que yo*

inventaba lo que decía, cosas que la realidad de hoy ha convertido en ruinedades. Amigos míos dejaron de serlo. Perdí a todos mis amigos de Cuba que me denunciaron como a un traidor, públicamente. Pero claro que merece la pena. Por supuesto que volvería a hacerlo. No es que me hayan hecho daño esas cosas sino que me han sorprendido”.

6.2.4. Curiosidad y deseos de innovación

La curiosidad y el deseo de conocimiento son otras de las características de estos personajes, que no les gusta permanecer en su ámbito de acción más conocido sino que consideran atrayente iniciar un abanico de actividades complementarias como Julio Caro Baroja con su dedicación al dibujo o Chillida cuando expresa su necesidad de evolución profesional. Personas curiosas e imaginativas a las que les gusta iniciar nuevos proyectos e idear nuevos planes que les permitan acceder a nuevos estadios de creación o a dimensiones distintas de su trabajo. Lina Morgan representa un ejemplo de este tipo. Empresaria y propietaria de *La Latina*, uno de los escasos teatros privados, no escatima esfuerzos para sacar adelante su compañía. Compagina su sentido de la responsabilidad y el respeto del público y, a pesar de las dificultades, no se desanima porque es consciente de que sesenta familias dependen de ella.

Los periodistas subrayan la innovación y la importancia de las aportaciones profesionales de los entrevistados. Les presentan como personas de grandes inquietudes cuya participación o el punto de vista bajo el que desarrollan su vida profesional supone una originalidad y un cambio cualitativo, como George Solti al redescubrir la música de algunos autores olvidados como Bruckner o Mahler. Arriesgados e imaginativos, en ocasiones, su contribución supone un avance en su campo profesional como el pintor Maties Palau Ferré que inventó una técnica pictórica a base de tintas chinas, o la cantante lírica Ana Ricci, Premi Nacional de Música y pionera en la interpretación de autores como Cage o Joan Brossa. Unas palabras de Chillida resumen esta actitud de búsqueda constante que parte del conocimiento y la experiencia para alcanzar caminos diferentes: *“empiezo de nuevo casi todos los días. Cada día al iniciar algo trato de salirme de lo que conozco, en la medida en que eso es posible, pero ésa es mi actitud. No se puede negar el valor de la experiencia, pero yo me quedo con la percepción. La percepción es más progresista, innovadora y bastante más arriesgada. La*

experiencia es conservadora. esto se puede razonar: desde hace un tiempo para leer y para trabajar necesito gafas de cerca, mis ojos son peores pero con estas gafas peores veo mejor que antes porque mis ojos saben lo que tienen que mirar. Esto es percepción".

Al igual que los personajes de las revistas, algunas de las personas entrevistadas en los suplementos de los periódicos deben su popularidad a una actividad laboral renovada con entusiasmo en los últimos tiempos, como es el caso de Carmen Sevilla o Peret que no tienen miedo a enfrentarse a nuevas formas de trabajo, ni a reciclar sus conocimientos pues son conscientes de que su experiencia se ha quedado anticuada ante los importantes cambios acontecidos. Carmen Sevilla comenta su experiencia de esta manera *"en el cine tengo mucha experiencia porque he hecho más de ochenta películas y no hay ninguna estrella española que halla llegado a ese número pero se trata de una experiencia que ahora mismo no me sirve de mucho porque esto es directo y yo jamás lo había hecho"*. En otras ocasiones, los protagonistas buscan los cambios porque consideran que deben abrir vías más adecuadas a sus capacidades e inquietudes como el biólogo inglés David Attenborough que, tras ejercer durante ocho años como uno de los principales directivos de la cadena de televisión inglesa BBC, renunció a su cargo para volver a producir series sobre el mundo animal.

En general, suelen ser personas independientes, trabajadoras y con sentido de la iniciativa que han sabido sacar adelante sus proyectos y su vida profesional a pesar de las dificultades que han encontrado en su camino. Su talento, esfuerzo y constancia han sido sus grandes armas para que su actividad laboral no transcurriese por caminos trillados sino que han preferido la evolución y el cambio en estilos e incluso tipo de producción. Gonzalo Suárez recuerda cómo emprendió su carrera profesional como escritor para posteriormente iniciarse como director cine. Cuando Suárez explica su evolución afirma que el principal motivo de atracción del mundo cinematográfico es, sobre todo, que lo considera un reto para llegar a dominar nuevas formas de expresión que todavía no conoce: *"no descarto que el cine me deje de apasionar, pero también es verdad que lo que más me apasiona es lo que no he llegado a dominar y en el cine veo tantas cosas que hacer todavía"*.

6.2.5. Vitalidad

Se presenta a los mayores como personas vitales, inquietas, optimistas con deseo de

vivir que saben disfrutar de la vida. Su capacidad de asombro de goce por la vida, es su tarjeta de presentación, *"a veces me parece increíble lo bien que me lo paso"* (David Attenborough). Se entregan y disfrutan con las distintas actividades que realizan, algunos se confiesan vitales como la Duquesa de Alba, *"yo soy vital, todo lo hago con mucha pasión e interés"*. Otros, como el escritor Dominique Lapierre no dudan en reconocer su vitalidad como la fuente de su éxito tanto profesional como personal y admite que para él no existen temas secundarios *"me interesa sobre todo la vida"*. En esta línea, su compañero Larry Collins confiesa públicamente su curiosidad insaciable, *"siempre estoy pendiente de todo lo que me rodea"*.

Independientes, sin miedo a la soledad, incluso los personajes que, aparentemente, reflejan una imagen melancólica y tranquila como Carmen Martín Gaité se revelan fuertes. La escritora presume de su capacidad para vivir cada instante con intensidad: *"cuando las cosas suceden sólo puedes vivirlas, si son alegres procurando abrir los poros para que entren lo más posible, las tristes sacando la cabeza. La vida es la vida. Yo tengo una especie de sentido para absorber la intensidad del momento"*. La escritora se clasifica como una superviviente cuya capacidad de disfrutar le ha permitido salir de los baches personales, como la muerte de sus dos hijos, y afirma estar contenta de la vida a pesar del fuerte precio que ha tenido que pagar, *"sólo se vive una vez y el mejor homenaje que podemos hacer a los que nos van faltando es tener ese hilo de memoria perenne. No quiero olvidar nada ni convertir ese recuerdo en antorcha de dolor perpetuo"*.

Hablan con firmeza, incluso en los discursos más marcados por el escepticismo y la ironía se trasluce la pasión que sienten por su oficio, así como la sabiduría y experiencia acumuladas en sus años de práctica profesional. Exigentes consigo mismos, no dan tiempo al descanso, su vitalidad y ganas de trabajar les permite tener compromisos para el futuro. En las ocasiones que han debido dejar alguna de sus anteriores actividades ya sea por razones de condición física (Antonio, el bailarín), por motivos políticos (Giscard d'Estaing, Schmidt) o por razones económicas (Borau) han reemplazado sus antiguas labores por otras actividades más relacionadas con su nueva situación.

Reconocen que el secreto de su éxito está unido a la pasión vital que transmiten a su obra, como dice Lina Morgan *"hay que luchar, dar todo tu amor y tener buena estrella para*

lograr ese afecto palpable del público que, al final, ese es el premio que consigues” o Pedro Masó “en la serie he puesto el alma, mi vida y mi patrimonio económico totalmente y eso es irrecuperable. Lo asumo como culpa mía”. Aunque en algunos casos, la crítica les ha aceptado no han llegado a los niveles de popularidad o reconocimiento que ciertos sectores desearían. En estas ocasiones, se oculta una cierta desilusión tras el sentimiento de incompreensión que no les han perdonado el triunfo como a Pedro Masó o Lina Morgan. Sin embargo, su sentido de la responsabilidad les obliga a asumir las consecuencias sus acciones.

Los entrevistadores suelen dar a conocer la faceta de sencillez personal propia de las personas que se encuentran sometidas al juicio del público. Clint Eastwood reconoce: “me es difícil hablar sobre mi mismo o sobre mis asuntos. Cuando terminas una película el filme ya no es nyo es de la gente”. En algunos casos son risueños, ingeniosos y divertidos (Larry Collins, Mastroianni, Mandela, Solti o Lapierre). Su honestidad y sencillez se suele resaltar, incluso su timidez e inseguridad que resultan entrañables en personas de fama internacional (Curro Romero, Carmen Martín Gayte, David Attenborough, José Luis Balbín) que podrían mostrarse menos modestos y, sin embargo, han aprendido a no darse importancia a sí mismos. Tras su salida de prisión Nelson Mandela quita relevancia a sus años de encierro: “La gente ha estado en prisión en todas partes del mundo, que alguien esté en prisión por sus ideas no es algo nuevo. Nosotros tuvimos esa experiencia por luchar por la libertad y otra mucha gente la ha tenido. Pero ahora estoy fuera de prisión y he olvidado esa experiencia”. Con la edad se acentúa la ironía, cualidad que permite atravesar la vida con una aceptación de la realidad desde un cierto distanciamiento (Barón Thyssen, Balbín, Carmen Martín Gayte, José Luis Borau). En relación a este fenómeno de la aceptación descreída, Carmen Martín Gayte define de la siguiente manera el proceso de madurez: “lo que tu le llamas crecer yo le llamo madurar. Y es esto, para mi, es que cuando abres el saco encuentras que sólo hay pipas, pues a vender pipas y a sacarle a eso un poquito de gusto”.

En las ocasiones en que aparece el tema del envejecimiento, éste se suele abordar desde el mismo ámbito profesional. Así, la edad aporta aprendizaje y favorece la comprensión de las auténticas dimensiones de sus actividades, superando las pretensiones ambiciosas de juventud. Las entrevistas del pintor David Hockney y la del cineasta Gonzalo Suárez abordan este aspecto ligado a una mejor aceptación de las posibilidades personales: “en los principios

tenía la desfachatez que se tiene cuando no sólo se es joven sino idiota. Entonces piensas que puedes cambiar el mundo, que puedes hacerlo todo. El entusiasmo es bueno porque te abre las puertas al fracaso que es de lo que más se aprende" (Gonzalo Suárez). Larry Collins añade un aspecto complementario cuando adjudica al envejecimiento una fuente de distanciamiento que le permite analizar los acontecimientos desde una perspectiva más amplia: "Lo mejor desde que me voy haciendo mayor es que he tenido suerte de vivir como he vivido y después de todo lo que he visto las crisis dejan de ser una novedad. Empiezo a comprender que las situaciones son pasajeras y que las soluciones irán apareciendo".

Aunque tampoco se olvidan de que la edad puede suponer un esfuerzo extra que influye negativamente en la actitud que adoptan ante el mundo en general y el mundo laboral, en particular, "pienso que a partir de una determinada edad, el hombre pierde el contacto con la realidad" (Barón Thyssen). Estas limitaciones pueden afectar a las posibilidades de acción y dificultar su trabajo como reconocen Alfredo Krauss y los hermanos Richard y David Attenborough, "envejecer es terriblemente aburrido. Quizás sea más difícil envejecer siendo vitalista, aunque por otra parte, como sabes que ocupas un lugar en el universo admities mejor todo el proceso natural" (David Attenborough). Aunque el trabajo y el perfeccionamiento puedan ayudar a superar el difícil reto que se les presenta.

En general, se aprecia una aceptación del paso del tiempo puesto que no queda más remedio como dice Curro Romero "mi forma física no es la misma que hace veinte años. Tengo que cuidarme más y hacerlo en todos los sentidos". En el caso de Alain Delon, el actor va más lejos, aunque comprende la imposibilidad de escapar del envejecimiento, rechaza de manera radical la posibilidad de ofrecer la imagen de una persona mayor. Durante años, ha vivido de su imagen de galán de cine y se niega a perder este papel, el actor explica que se encuentra en buena forma física y continua con su fama de seductor hasta que pueda llevarlo.

6.2.6. Vida familiar

En las entrevistas de los suplementos se menciona en escasas ocasiones la vida personal y familiar de los personajes. Es decir, se respeta la intimidad de las personas a las que se ha entrevistado principalmente por motivos laborales. Si aparece algún comentario sobre la familia, en ocasiones extraordinarias, es para reconocer su influencia, sobre todo, en los

valores relacionados con la capacidad de trabajo y sacrificio. Robert Redford recuerda su infancia de esta forma: *“nuestros padres eran gente dura y nos enseñaron valores de comportamientos muy básicos. Por ejemplo que hay que mantener la dignidad incluso cuando las cosas no nos van muy bien”*.

La ternura y la felicidad que les proporciona la familia no se puede comparar con el mundo del trabajo, aunque ambas facetas sean muy importantes para todos ellos. Georges Schultz afirma que *“el colmo de la felicidad es estar en casa con ropa deportiva rodeado de mi mujer, de nuestros siete hijos y de nuestros doce nietos”*. Pedro Masó cita una vivencia similar cuando comenta *“en mi vida, por encima de todos los éxitos, he tenido sobre todo siete alegrías: los siete nacimientos de mis hijos, porque verlos al nacer, sonrosaditos y que te miran con esa inocencia del que acaba de venir a la vida, eso no se puede pagar con nada”*.

6.3. TELEVISION

Respecto a televisión, tal y como se explicó en el apartado anterior, se han analizado los personajes de continuidad que protagonizan las series y los presentadores de los programas de noticias, concursos, charlas/coloquios y reality shows.

Tabla 6.14. SERIES Y PROGRAMAS DE TELEVISION CON PRESENTADOR SEGUN PRESENCIA DE GRUPOS DE EDAD. EN MINUTOS Y % HORIZONTALES DE TIEMPO

Grupos de edad	Total	Series	Programas con presentador
Jóvenes	8212' 71,5%	1834' 53,8%	6378' 78,9%
Mayores	3279' 28,5%	1575' 46,2%	1704' 21,1%
Total	11491' 100%	3409' 100%	8082' 100%

Debido a que la presencia en televisión es distinta a la aparición de las noticias en prensa, se han estimado los tiempos de aparición de las personas mayores en la televisión según su presencia en series o presentando distintos tipos de programas, magazines,

concursos, debates, etc. De esta manera se puede comprobar que, en general, la frecuencia de tiempo de este colectivo supera su peso demográfico ya que su tiempo de aparición ocupa el 28% del material grabado en series y programas con presentadores. En el 46% del tiempo de emisión de series, alguno de los personajes de continuidad representaba a una persona del grupo de edad estudiado. En otras palabras, casi en la mitad del tiempo dedicado a proyectar series de televisión aparecen personajes mayores de 60 años, si bien muchos de estos actores encarnan personajes secundarios. Por otra parte, los presentadores de apariencia de edad mayor ocupan el 21% del tiempo de emisión recogido. En total se han completado 40 fichas de registro, la mayor parte corresponden a personajes mayores que aparecen en las series (30), mientras que el resto son presentadores de concursos (3), magazines (5), programas informativos (1) y debates televisivos (1).

6.3.1. Series de Televisión

El fenómeno de la cultura global difundida a través de los medios, se hace especialmente manifiesta en el caso de la televisión, denominada por López-Pumarejo (1987:177) "*oráculo/ventana de lo que tienen en común muchos pueblos*". Las series transnacionales reciben una divulgación intensa, ya que se venden a países de culturas muy diversas con igual capacidad de éxito en todos ellos. Desde Dallas, una de las primeras, a las de éxito más reciente como *Beverly Hills 90210* o el *Príncipe de Bel Air*, sus actores han conseguido gran renombre internacional. A pesar de que las series norteamericanas suelen tener una popularidad mayor a nivel mundial gracias a su capacidad de implantación en el mercado, actualmente las series son productos de venta internacional cuya difusión se extiende en casi todos los mercados televisivos en función de la capacidad de producción de las distintas industrias nacionales. De hecho, entre las producciones analizadas hay cinco nacionales, dos sudamericanas, dos europeas, una australiana y nueve producidas en Estados Unidos.

Los personajes de las series suelen presentar estereotipos que sirven para identificar rápidamente sus principales características. Aunque sea la primera vez que se vea, su sencillez formal permite conocer los personajes principales y comprender el argumento sin necesidad de explicaciones complementarias. El número limitado de protagonistas fijos es un factor que

facilita la correcta interpretación. No obstante, quedan abiertas a la aparición de personajes invitados que, si logran una aceptación popular, se incorporan definitivamente.

En este grupo se han incluido dos telenovelas cuyo discurso tiene algunas características distintas. La principal diferencia estriba en la exposición argumental. En las series, cada episodio plantea una situación novedosa que se resuelve en el mismo capítulo con una estructura de narrativa tradicional (planteamiento, nudo y desenlace), mientras que el relato de las telenovelas es abierto y continuo, a través de desenlaces intercalados con secuelas de nuevos conflictos que evolucionan progresivamente. En consecuencia, los protagonistas de las telenovelas no son fijos sino que sus papeles varían en función del argumento. La frecuencia de aparición y la relevancia del papel cambia con el tiempo porque la importancia del relato recae en la propia narración. En este juego de suspense y con objeto de alargar la trama, estas producciones ocultan información sobre los personajes que, en cualquier momento, pueden cambiar de identidad. A mi entender, las semejanzas con las series son importantes, especialmente en el plano de la representación de los personajes ya que ambos productos televisivos se caracterizan por la importancia del plano sintagmático³⁵. Por otra parte, una de las particularidades de las series televisivas es que nunca evocan el final, de manera que sus historias se prolongan en el tiempo en función de los niveles de éxito alcanzados. Su apariencia de durabilidad proyectada a la vida cotidiana trasmite la simulación de la vida como eterna (Verdu, 1992:17) y se acerca al sistema abierto de las telenovelas. En resumen, tanto series como *telenovelas* o *soap operas* buscan mantener la atención del espectador a partir del suspense, la repetición y el discurso convencional que facilita la comprensión del argumento.

³⁵ Se parte de la siguiente definición de plano sintagmático aquel que "expresa la densidad de la historia y las peculiaridades de cada personaje, a través de la acentuación de lo denotativo, lo altamente convencionalizado" López-Pumarejo (1987:101)

Tabla 6.15. TIEMPO PROGRAMADO EN SERIES DE TELEVISIÓN SEGÚN APAREZCAN O NO PERSONAJES MAYORES EN PAPELES DE CONTINUIDAD (En minutos y % verticales)

	Aparecen personajes mayores en papeles de continuidad			
	SI	NO		
T.V.E. 1	La isla del Principe	60'	Mc Gyver	240'
	Menos Lobos	30'	Christine Cronwell	39'
	El hijo de la Isla	50'	Curro Jimenez	90'
	¿Quién es el jefe?	25'	Arsenio	30'
	Inspección Fiscal	30'		
	Tango	60'		
	Total	255'	Total	399'
	Total en %	16,2%	Total en %	21,8%
T.V.E. 2	La ley de los Angeles	60'	Aquellos maravillosos años	60'
	Diga 33	90'	Llamadas a media noche	55'
	Amor	40'		
	Los Simpson	30'		
	Total	220'	Total	115'
Total en %	14%	Total en %	6,3%	
Antena 3	Los vigilantes de la playa	180'	Luz de luna	120'
	El equipo A	120'	Nuevos policias	120'
	Ohara	60'	Las aventuras del joven Indy	60'
	Rescate	60'	Los casos de Rosie O'Neill	60'
	Farmacia de guardia	85'		
	El buscavidas	60'		
	Contacto en California	60'		
	Total	625'	Total	360'
Total en %	39,7%	Total en %	19,6%	
Tele 5	Manuela	370'	Melrose Place	100'
	Primer amor	105'	Beverly Hills	175'
			La loba henda	685'
	Total	475'	Total	960'
Total en %	30,1%	Total en %	52,3%	
Total	Total	1575'	Total	1834'
	Total en %	100%	Total en %	100%

La división establecida parte de la presencia o ausencia de personajes mayores en papeles de continuidad representados por personas mayores, ya sean protagonistas o personajes secundarios. En el tabla 6.15 se aprecia que de un total de treinta y una series trasmitidas durante el periodo de tiempo analizado, en diez y nueve de ellas aparecen regularmente personajes del grupo de edad sujeto de esta tesis. En tiempos totales, resulta muy similar el tiempo dedicado a series con personas mayores en personajes de continuidad y series donde no aparecen. Las series en las que aparecen personajes de este grupo se retransmitieron durante un total de 1575 minutos mientras que las emisiones que no aparecían

duraron 1834 minutos. Por otra parte, en las series analizadas la mayor parte de los sujetos del grupo de mayores encarnaba personajes secundarios y sólo en cuatro ocasiones son los protagonistas absolutos (*Ohara, Diga 33, Inspección Fiscal, Amori*).

En general, los personajes suelen encarnar los estereotipos positivos de la vejez sabia cuyos conocimientos, adquiridos a partir de la experiencia acumulada en el transcurrir del tiempo, les conceden la seguridad personal necesaria para actuar correctamente. El papel del consejero aparece en todo tipo de series, bien se desarrollen en el ámbito doméstico, profesional o social. En cuanto a su personalidad, suelen ser individuos cordiales que han adquirido una tranquilidad de espíritu que les permiten enfrentarse con dignidad a todo tipo de situaciones. Las mujeres suelen encarnar la lealtad, el amor incondicional a los hijos y el sentido del hogar. Sin embargo, los hombres aparecen, generalmente, en su ámbito laboral. Una constante en todos los grupos es la ausencia de personas mayores con minusvalías o problemas físicos derivados de su edad avanzada. Por otra parte, todos los personajes analizados encarnan a personas mayores que tienen un buen núcleo de relación tanto familiares como de amistades. En consecuencia, los problemas de soledad aparecen en escasas ocasiones. Es decir, algunos de los estereotipos más comunes atribuidos a este grupo de edad (Pinillos, 1992) como la soledad y la enfermedad no son corrientes en televisión, aunque aparezcan personajes tradicionales.

A partir de los papeles representados, se ha elaborado una tipología de dichos personajes mayores que se explica a continuación.

6.3.1.1. Figura del mayor caracterizado por su capacidad de adaptación

En este tipo de series, los mayores encarnan personas modernas con temática de la adaptación a pautas de conductas nuevas, ya sea porque la situación social lo requiere para todos los habitantes de su entorno (*El Hijo de la Isla*) o porque encarnan personas cercanas a la edad de jubilación que deben acomodarse a su nueva condición (*¿Quién es el Jefe?*, *Farmacia de Guardia, Amori, Menos Lobos*).

Cuando la serie se desenvuelve en ámbitos profesionales, estos personajes suelen poner un contrapunto de la vida privada respecto a la vida pública en torno a la que giran los

guiones. En este caso se encuentran algunos de los personajes secundarios como los padres adoptivos del Doctor Kulani protagonista de *El Hijo de la Isla*, serie de hospital ambientada en Hawaii. Los señores Kulanis son un matrimonio nativo depositario de la cultura tradicional de las islas. Nan, la abuela, es una persona paciente y acogedora que trasmite tranquilidad y sosiego. Gracias a sus cualidades humanas, principalmente su cordialidad y capacidad de comprensión, suele ayudar a los personajes con problemas personales a los que ofrece un refugio emocional. Por este motivo sus apariciones suelen estar unidas a temáticas de indole familiar o personal. Casada desde su juventud, su vida se centra en el cuidado de su familia. Es la encargada de transmitir el cariño y apoyar en todo momento la estabilidad familiar, máxime cuando en la familia no hay mujeres de la generación posterior y por tanto, debe hacer de abuela y madre de su nieto. Su esposo es un hombre mayor jubilado. La pareja no presenta problemas de movilidad ni ninguna enfermedad de importancia, su aspecto es sencillo pero cuidado. Además de su familia, ambos tienen un grupo social de referencia, constituido principalmente por otros nativos de su generación, con los que comparten sus diversiones y ratos de ocio.

Una de las funciones principales de esta pareja es mantener vivas las costumbres y tradiciones de Polinesia, que se están perdiendo debido a la influencia de la cultura americana. Ambos tienen las mejores condiciones para actuar como transmisores culturales: hablan el idioma original de las islas, son depositarios de una cultura tradicional de valores complementarios al mundo occidental y además, son queridos y respetados. Estas dos últimas condiciones resultan imprescindibles para la identificación de sus descendientes con ellos. Por otra parte, los Kulani se han adaptado perfectamente al estilo de vida occidental, su mentalidad es abierta y aprueban el estilo de vida americano adoptado por su hijo y su nieto. La serie hace especial hincapié en aquellos valores actualmente en boga, como la capacidad de vivir en armonía con el mundo natural, el altruismo y el respeto a las culturas diferentes.

El papel de su hijo, el doctor Kulani, está representado por Richard Chamberlain de edad cercana al grupo de estudio de la tesis. Encarna la simbiosis entre las mejores características de ambas culturas: la occidental y la polinésica. El doctor Kulani conoce la tecnología más moderna que aplica en el hospital, pero a su vez es un médico tradicional preocupado por los problemas personales de sus pacientes. Dado que la mayor parte de los

enfermos son nativos, los conocimientos de las tradiciones populares le resultan fundamentales para comprender mejor la psicología de los mismos y ganar su confianza. Estas características le contraponen al resto del reparto, particularmente la mayoría de los médicos americanos que representan la vida moderna basada en la competitividad y la lucha por el éxito. En este campo, el apoyo de sus padres revaloriza ambos papeles. De una parte el matrimonio es respetado por los otros protagonistas, aunque en ocasiones choquen con las maneras occidentales y surgen malentendidos. No obstante, se suele recurrir a ellos cuando el argumento requiere ciertas conductas basadas en la estabilidad, la sinceridad y/o la franqueza.

El mensaje de recuperación cultural implícito en la serie está directamente relacionado con la situación que vive la isla, donde desde los años 70 se ha establecido una dinámica de apropiación del pasado con el fin de reconstruir la identidad cultural del pueblo hawaiano (Friedman, 1994:125). En este sentido los valores defendidos por la familia Kulani se asemejan al discurso de la cultura tradicional que se asienta en los principios de solidaridad, la familia, convivencia en comunidad y respeto al medioambiente desde una relación sacralizada¹⁶.

Por otro lado, el doctor Kulani asume el papel de un hombre moderno, de apariencia juvenil con las capacidades necesarias para triunfar en su mundo profesional. Su humanidad y su integración en la cultura local suponen elementos diferenciales que le aportan un complemento distintivo respecto a los otros personajes. Además, su intensa vida interior, relacionada con un conjunto de valores basados principalmente en las tradiciones aprendidas de sus padres, le adoman con las características positivas que hacen de él no sólo un triunfador sino también una persona de gran humanidad con la que resulta fácil identificarse.

6.3.1.1.1. Mayores con un estilo de vida juvenil

En un contexto completamente diferente se desarrolla la serie de humor *¿Quién es*

¹⁶ Según Friedman (1994:126) estos elementos se entienden como aspectos instrumentales de la identidad hawaiana que se pueden describir como tendencias incorporadas por los nativos a modo de mecanismos de defensa frente a la sociedad colonial de los plantadores de caña de azúcar, en el siglo XIX.

el jefe?. El argumento se centra en los problemas derivados de la convivencia familiar entre Angela, una mujer adulta que trabaja como ejecutiva de una empresa y Tony su mayordomo. Divorciados de sus respectivos esposos, cada uno aporta un hijo de su anterior matrimonio y viven en el domicilio de Angela. A pesar de las similitudes en el estado civil y familiar, las diferencias de clase social y educación entre ambos personajes, así como sus distintas personalidades, suscitan un *sin fin* de malentendidos y anécdotas sobre los que giran los guiones. El personaje de Mona, la madre de Angela supone el lazo de unión entre ambos.

Mona es una mujer mayor de espíritu juvenil cuya alegría de vivir y optimismo chocan con el carácter responsable y un poco timorato de su hija. Su personalidad sencilla y sin complejos le hace entenderse, muchas veces, mejor con Tony, el mayordomo, que con Angela, situación que provoca pequeños conflictos en las relaciones madre-hija. Por un lado, Angela representa la dedicación al trabajo, la superación y la profesionalidad, por otro lado Mona representa una serie de valores complementarios a los de su hija a quien anima continuamente a divertirse y reconstruir su vida privada tras su divorcio. Por esta razón, Mona es un personaje fuerte, sin miedo a la vida, que supone un apoyo para su hija en la esfera extralaboral. Su simpatía y buen humor, así como su ironía, sirven de contrapunto de Angela, triunfadora en el mundo profesional pero con necesidades afectivas y de relación. Su inseguridad afectiva le lleva a refugiarse en el perfeccionamiento y los convencionalismos de los que sale gracias al apoyo de sus compañeros. De esta forma, la protagonista tiene a su madre y a su mayordomo como las dos personas que le proporcionan la capacidad de distanciarse de los acontecimientos y comprender el lado cómico de los mismos.

El abuelo de la serie *Farmacia de Guardia*, Enrique, representa un personaje de características similares a Mona. Se trata de un hombre jovial jubilado que ha traspasado su negocio de Farmacia a su hija. Enrique siente su jubilación como una liberación de su trabajo y una oportunidad de poder desempeñar un estilo de vida diferente. Su aspecto cuidado y su modo de vestir deportivo e informal, reflejan a una persona coqueta y presumida. Además, se encuentra en buenas condiciones físicas y disfruta realizando múltiples actividades (deportes, viajes, salidas con los amigos, etc.). También en esta producción nacional, la familia es el principal núcleo de relación. Tanto su exyerno como su hija, Lourdes, son sus dos referencias adultas más importantes que participan en sus planes y a los que, por su parte, sirve de apoyo.

Optimista, cariñoso y alegre, su relación con sus nietos es inmejorable. Les ayuda y les hace compañía, especialmente al nieto pequeño que, por su edad, tiene menos autonomía para salir con sus amigos.

En numerosas ocasiones, su carácter alegre y desenfadado contrasta con los otros personajes de edad similar que aparecen en la misma serie. La mayor parte de este grupo son mujeres, como doña Rosa cliente de la farmacia, centradas en su vida de amas de casa tradicionales y con una visión crítica de los cambios acaecidos en el vecindario.

Mona y Enrique representan a unos abuelos ideales, compañeros de unos nietos con los que comparten juegos y diversiones. Su buen humor y su vitalidad les facilitan una inmejorable relación con los niños. Se observa como en las relaciones familiares, los padres simbolizan la autoridad y la responsabilidad mientras que el trato con los abuelos se basa en el amor y la simpatía mutua.

La astróloga de la serie nacional *Menas Lobos* es un personaje similar a los anteriormente descritos. De aspecto cuidado y juvenil, trabaja leyendo el porvenir a sus clientes en un edificio de oficinas, donde se encuentran los despachos del resto de la plantilla de la serie. Su personalidad coqueta es una de las claves de este personaje que le procura distintas anécdotas en el transcurrir de los episodios. En este sentido se relaciona con los personajes anteriormente descritos puesto que todos ellos son viudos y ninguno deja pasar una oportunidad de relación con el sexo opuesto cuando se encuentran con la ocasión propicia. En los tres casos se observa que su buena forma física se acompaña de una estética juvenil y una apariencia cuidada. Este grupo disfruta del buen humor que les permite admirar la belleza de los actores más jóvenes a los que piropean con gracia y desenfado.

La serie italiana *Amori* supone la presentación de un tema similar pero en clave dramática. Protagonizada por Vima Lisi, la serie escenifica el rodaje de una película en la que los dos actores principales, un hombre y una mujer, se encuentran en un momento de adaptación a su edad madura. En la ficción Vima Lisa encarna a una mujer misteriosa y muy bella que atrae a hombres más jóvenes. Mientras el actor principal se niega a admitir los cambios mentales y físicos derivados de la edad, la mujer lucha por aceptarlos puesto que no quiere vivir en el pasado ni confundir el mundo de la fantasía con la realidad.

En conjunto, en estas series las posibilidades de establecer relaciones de pareja nuevas se perciben como algo positivo y se consideran como algo natural indistintamente de la edad de los personajes. Del análisis del conjunto, se desprende que en los programas dramáticos las mujeres aceptan mejor ciertas limitaciones, si no quieren convertirse en personajes patéticos. Entretanto, la sociedad es más benévola con los hombres que mantienen sus habilidades de conquistadores con personas de edades dispares. Por otro lado, las comedias permiten desarrollar esos aspectos de los personajes con humor pero sin caer en la sátira. Aunque el enfoque de la serie *Amor* destaque la búsqueda de pareja como remedio de la soledad.

6.3.1.2. Personajes Tradicionales

Este apartado agrupa aquellos personajes que representan a personas mayores de tipo tradicional. Es decir, jubiladas o en edades cercanas, en situaciones familiares o sociales pero siempre con una representación de estereotipos clásicos con sus características tanto positivas como negativas (sabiduría, experiencia, avaricia, malhumor, etc.).

Quizás, el personaje más interesante de este grupo lo representa Hetti de *La Isla del Príncipe Eduardo* puesto que desempeña un papel principal. La acción se sitúa en una pequeña población rural de una isla de Estados Unidos durante los primeros años del siglo XX. La tía Hetti encarna una mujer madura de la época, con aspecto cuidado pero sin lujos ni fantasía. Simboliza el estereotipo de persona mayor estricta, cuidadosa de la apariencia, gruñona, pero de buen corazón. La actriz principal es una niña que interpreta a Edna, la cosmopolita sobrina de Hetti. Procedente de una familia de clase muy alta, Edna debe abandonar la ciudad debido a un problema económico de su padre. Por este motivo, se refugia en casa de sus parientes maternos. La presencia de una niña acostumbrada a un mundo lujoso y liberal en una sociedad caracterizada por su aislamiento supone una fuente de conflictos que, poco a poco, se van solucionando a través de la progresiva adaptación de dos formas opuestas de vida, la alta burguesía urbana y el mundo rural.

Hetti representa el punto de vista de la tradición y la respetabilidad. Tanto desde su papel de maestra de escuela como desde su rol de hermana mayor, responsable de la familia que trata de inculcar los valores que considera correctos a sus sobrinos y alumnos, a saber la

austeridad, el sacrificio y el decoro. Soltera, su principal universo de relación está compuesto por sus hermanos y familiares sobre los que ejerce una fuerte influencia. En estas relaciones, se aprecia como en su papel de matriarca del clan se constituye en un punto de referencia obligado al que otros personajes piden opinión y consejo. Sin embargo, su excesivo sentido del deber y su escaso sentido del humor le distancian, afectivamente, del resto de sus compañeros de reparto que temen su influencia. Su respetabilidad procede, principalmente, de una posición de poder desde la que ejerce como juez de la honorabilidad local.

En esta comedia, Hetti interpreta una mujer arisca cuyas dificultades de relación con los otros personajes le provoca un cierto aislamiento afectivo. Está cercana a las representaciones de personas mayores administradoras del capital familiar, respetadas y temidas, propias de la sociedad preindustrial (Fisher, 1978). Sin embargo, al tratarse de una comedia aparecen otros elementos de su personalidad que relativizan el relato y le aportan una dimensión humorística. Por ejemplo, se puede citar su sentido de la justicia que le impide cometer acciones crueles. Lentamente, con el paso del tiempo se permite mostrar sus sentimientos de temura en las circunstancias en que se siente segura.

En este grupo de personajes tradicionales se puede incluir a Antonio Ferrandis cuando interpreta al personaje del abuelo en *El buscavidas*, comedia de producción nacional ambientada en una corrala de Madrid en la época actual. Los distintos episodios reflejan las aventuras de un hombre de edad media, el buscavidas, que se encuentra en paro mientras procura salir adelante y encontrar un medio de vida. La vida social es el principal escenario de la serie que se desarrolla, fundamentalmente, en el patio que comparten los vecinos. Ferrandis asume el papel de un personaje secundario, un filósofo de bar que disfruta en las tertulias con sus amigos donde reflexionan sobre los acontecimientos de actualidad, tanto a nivel nacional como a nivel del propio vecindario. Debido a su sentido común y a su gran humanidad, el abuelo es una persona querida y respetada que suele hacer de intermediario en los abundantes problemas diarios de relación. Hetti y el abuelo son dos personajes que actúan como puntos de referencia en sus comunidades pero, a diferencia del personaje anterior, el estatus del abuelo se apoya no sólo en su buen juicio sino también en su cordialidad y buen criterio para ayudar a sus vecinos.

En esta misma serie aparece Martirio que simboliza unas características complementarias, a las anteriormente descritas. En este caso representa a una ama de casa tradicional, de clase baja, buena y sencilla que durante su tiempo libre disfruta con la televisión, los cotilleos y los comentarios con sus vecinas. La figura de Martirio está encarnada por una actriz de aspecto mayor aunque en buenas condiciones que le permiten continuar llevando una vida activa. Ningún aspecto del vecindario se escapa a la capacidad de observación de Martirio, que mantiene ingeniosos diálogos plagados de frases hechas y refranes con sus amigas. Su edad superior al resto de los actores le hace diferir en ciertos juicios morales sobre la conducta de otros personajes y recordar, con nostalgia, modelos de actuación de su juventud. No obstante, a pesar de sus críticas, acepta situaciones actuales (divorcio, liberación de la mujer, la figura paterna menos autoritaria) como una consecuencia necesaria de la evolución social.

Los personajes tradicionales son típicos en las telenovelas o novelas rodadas en países de Sudamérica. Como se comentó anteriormente, estas series tienen como una de sus características principales la evolución de papeles de sus protagonistas que pueden acabar representando una persona distinta al final de la misma. Sin embargo, los cambios suelen tener más relación con el origen social, las relaciones de parentesco o la situación económica que con la personalidad de los individuos. Durante el periodo analizado, los mayores desempeñan personajes de continuidad en dos telenovelas venezolanas: *Mamiela* y *Primer Amor*. En ambas producciones, estas personas son actores secundarios que sirven para apoyar la trama principal organizada en torno a las aventuras de un grupo de actores jóvenes. Puede observarse cómo los mayores suelen ser personas que sirven de punto de referencia, bien sea porque intentan entrometerse en la vida de los protagonistas o porque les ayudan a superar los malos momentos como Bernarda, la criada de la familia Salinas de *Primer Amor*.

El tema de las diferencias económicas entre la pareja de protagonistas es uno de los tópicos más repetidos en las telenovelas analizadas. Las intervenciones de familiares y amigos para separar o ayudar a la pareja central, deriva en un discurso en que se alternan las uniones y desuniones amorosas que dan continuidad y misterio a las series. Debido a los cambios propios de las telenovelas, el papel de los mayores va alternándose según conviene a la acción, así los padres ficción del actor masculino de *Mamiela* apoyan las decisiones de sus

hijos cuando la situación lo requiere. En este caso, a pesar de los enfrentamientos con otros miembros de su clase social que puede repercutir en venganzas financieras, la familia del protagonista defiende públicamente la decisión de su hijo de romper el compromiso con una chica de su clase social para salir con Manuela, joven de clase humilde. Aunque en privado se oponen rotundamente a la ruptura del compromiso de su hijo con una joven de alta sociedad.

En las telenovelas, el aspecto de los personajes de esta edad cuando figuran como actores de clase alta, suele ser impecable y de apariencia juvenil. Sin embargo, cuando los personajes mayores son representantes de las clases populares suelen tener un físico envejecido debido a las malas condiciones de vida. En estas ocasiones suelen figurar como los abuelos de personajes principales que han asumido las responsabilidades de los padres ausentes y por tanto, han cuidado de sus nietos ya sea con un duro trabajo honrado o por medios poco legales como en el caso de Jacinta en *Primer Amor*.

El rol de los sirvientes de confianza también suele ser representado por personas del grupo de edad de estudio. En este caso se aprecian unas cualidades de fidelidad, generosidad y servicio abnegado. Por ejemplo, en la serie *Primer Amor*, la familia Salinas tiene en Bernarda un prototipo del sirviente fiel y leal que se desvive por sus señores, aunque en este caso desempeña un importante papel en la trama de intriga y misterio que se desenvuelve alrededor de la primera esposa del doctor Salinas. Desde este análisis, el principal punto de interés de Bernarda es la relación maternal basada en el cuidado y la lealtad que establece con Isabel. Mujer de edad madura, de imagen correcta, como corresponde a su cargo de ama de llaves, sus comentarios hacen suponer unos lazos más estrechos con la Sra. Salinas que no se darán a conocer hasta el momento que los guionistas consideren apropiado.

La serie de humor de dibujos animados, *Los Simpson*, completa este apartado. En este programa aparece una persona cercana a la edad de jubilación. Se trata del jefe del señor Simpson y dueño de la central atómica que da trabajo a la mayor parte de la población local. Representa el estereotipo del empresario anticuado que sólo ve el rendimiento económico de sus inversiones y no tiene en cuenta las repercusiones sociales o medioambientales derivadas de su actividad laboral. Además simboliza a un triunfador, "el rico del pueblo", que desprecia a los personajes habituales por su escasa inteligencia. Puesto que su personalidad egocéntrica le mantiene aislado del resto de la comunidad y sólo se rodea de aduladores, se trata de uno

de los escasos personajes de la muestra que tiene problemas de soledad. En la misma línea exagerada de la serie, supone una caricatura grotesca de otros personajes tradicionales de ficción, como Mr. Struggle del *Cuento de Navidad* de Dickens. Personajes ambiciosos y duros de corazón que en su incapacidad de compartir encuentran su propio castigo.

En todas estas series humorísticas con personajes denominados de tipo tradicional, se aprecia que cuando los mayores simbolizan estereotipos negativos suelen encarnar personajes cómicos que provocan una crítica de la situación. Por ejemplo, se puede citar al egoísta jefe de *los Simpson*, las mujeres mayores de *Farmacia de Guardia* o la atildada tía Hetti. Sin embargo, cuando los estereotipos son positivos, la parte satírica de la comedia no recae en estos personajes. En este caso actúan como personajes complementarios como el abuelo de *El Buscavidas*.

6.3.1.3. Personajes que destacan por su experiencia en el ámbito del trabajo

Este grupo está formado por series que suelen estar centradas en el ámbito profesional donde los personajes interaccionan, principalmente, con sus compañeros de trabajo (*El Equipo A*, *Ohara*, *Rescate*, *La Ley de los Angeles*, *Contacto en California*). De manera que los episodios desarrollan aspectos relacionados bien con temas profesionales o personales, pero se analizan desde el punto de vista de la influencia de los acontecimientos en la red de relaciones laborales. En este apartado, en el colectivo de personas mayores destaca la ausencia femenina puesto que los hombres son los principales actores, ya sean personajes secundarios o principales. Los mayores suelen presentar el aspecto de personas cercanas con la que es fácil mantener contacto. Además, se encuentran en buena forma física, especialmente en las series de acción, son valientes e intrépidos cuando la ocasión lo requiere.

Mathiew Danning, jefe de la serie de detectives *Contacto en California*, y Bill, el oficial de la serie policíaca australiana *Rescate*, son ejemplos de personajes secundarios que interpretan a los superiores de los protagonistas. Sus principales funciones consisten en estar al mando del grupo, dirigir las operaciones y mantenerse en contacto con sus responsables inmediatos. Estos individuos sirven de contrapunto a la juventud e impetuosidad de los protagonistas que, aunque bien preparados, tienden a implicarse demasiado personalmente en los casos y suelen olvidar las responsabilidades derivadas de sus trabajos. Principalmente se

percibe una tendencia de los jóvenes a utilizar métodos de trabajo poco ortodoxos pero eficaces. Al mismo tiempo, estas innovaciones proporcionan tensión y espectacularidad que constituyen dos elementos característicos de las series de acción.

Los mayores representan a profesionales serios, con la autoridad que impone los años de servicio y la experiencia acumulada. Sus virtudes ayudan a los demás a mantenerse en los cauces de la legalidad y de la profesionalidad sin dejarse llevar por sus sentimientos. Además, son personas justas que saben ser comprensivas con las debilidades de sus subordinados aunque mantengan su autoridad, especialmente a la hora de diseñar la acción general.

Otro personaje incluido en este apartado es el coronel Smith del *Equipo A*, formado por un grupo de excombatientes que debido a un malentendido son perseguidos por la ley. Como prófugos de la justicia se dedican a ayudar a personas que tienen problemas con grupos violentos, en los episodios se producen constantes enfrentamientos propios de las series de acción de los que suelen salir triunfantes gracias al ingenio de los planes trazados. La inteligencia y la capacidad de Smith para coordinar a los otros miembros del grupo constituyen las principales razones del éxito del grupo. Se trata de una persona tranquila que conserva la calma en los momentos de máxima tensión y que sabe hacerse respetar como corresponde al rango que ostenta. Los otros protagonistas confían en él y le admiran, tanto por su serenidad como por su capacidad de mostrarse valiente e intrépido como requiere su trabajo. En el contexto de unos personajes extravagantes, Aníbal establece el contrapunto de la persona equilibrada que no levanta sospechas. No obstante, es el cerebro de los proyectos más arriesgados ya que suele ser el encargado de establecer los planes de rescate y organiza el trabajo de los otros componentes del equipo, de los que sabe sacar las mejores cualidades. Sus capacidades de líder le permiten aceptar las sugerencias del grupo y aunar las disparidades de criterios, evitando los conflictos., el coronel Smith también se muestra como una persona sensible y generosa que no repara en arriesgar su seguridad por ayudar a la gente necesitada.

En cuanto a su apariencia, se trata de un hombre maduro con aspecto juvenil y trato cordial, mantiene una excelente relación con los otros protagonistas así como con los actores invitados en cada capítulo. Encarna a un personaje sencillo y afable que, a pesar de su rango y

edad no ha perdido el gusto por la aventura. Coqueto y galante se comporta como un conquistador con las escasas mujeres invitadas que, generalmente, se suelen encontrar en situaciones apuradas de las que salen gracias a la ayuda del equipo.

Este apartado incluye también al teniente Edwards de *Los vigilantes de la playa* que aporta unas características complementarias a las anteriormente descritas. Edwards, que fue uno de los primeros vigilantes de la playa de Venice, personifica la nostalgia de la época heroica de los pioneros practicantes de surf en California. Edwards es un hombre orgulloso que no quiere perder sus capacidades físicas, para ello practica deporte regularmente y cuida su físico con esmero aunque su cargo de coordinador de las distintas patrullas no requiere el mismo nivel de condiciones físicas que sus subalternos. Se trata de un personaje diferente en una serie cuya principal característica es representar cuerpos esbeltos y bronceados, además de escenas acuáticas de riesgo. La edad de Edward supone un contrapunto de madurez y veteranía, cualidades que ayudan a superar los problemas técnicos ya que el resto del equipo cuenta con excelente forma física pero carece de su experiencia. De manera que sus conocimientos técnicos le hacen valioso para sus subordinados. Además, su experiencia personal le permite ser comprensivo e indulgente con los errores de sus compañeros. Por otra parte, las buenas relaciones personales entre los miembros del equipo requieren que el teniente no sólo conceda consejos profesionales sino que, ocasionalmente, sea un apoyo en la vida privada de los jóvenes vigilantes.

En esta línea, el detective *Ohara* representa el máximo exponente del protagonista absoluto, modelo y jefe de los otros actores de la serie. A pesar de su apellido, *Ohara* es un hombre oriental oficial de policía y responsable de una patrulla multirracial compuesta por jóvenes inspectores. La serie tiene un componente social puesto que se suelen enfrentar con casos relacionados con distintos problemas (la droga en la escuela, la violencia familiar, el abandono, etc.). Aunque protagoniza una serie violenta, es un hombre tranquilo que intenta resolver los problemas por la vía del diálogo. Por otro lado, la práctica de las artes marciales y el conocimiento de las religiones orientales le proporcionan una rica vida interior que se plasma en un alto grado de autocontrol y una gran capacidad de concentración. Además, sus habilidades de observación le permiten apreciar pequeños detalles que le ayudan a comprender la situación global antes que el resto de los personajes. Es decir, desprende una

imagen de madurez y sabiduría.

En cuanto al terreno personal, es un hombre educado, respetuoso, formalista con los detalles y de gran sensibilidad. Su discurso acentúa el respeto a los demás y la comprensión, así como los valores de la autodisciplina y la responsabilidad de las que es un ejemplo constante.

En resumen, en conjunto se trata de series de acción ambientadas en la esfera profesional donde aparecen excepcionalmente situaciones familiares o relaciones extraprofesionales. Los mayores encarnan personas que, debido a su edad, no ejercen de héroes sino que representan el valor de la técnica y la experiencia frente al ejercicio de la violencia. Si bien en este tipo de programación el riesgo, las aventuras o los efectos especiales son un componente esencial del éxito de audiencia, los personajes analizados aportan un elemento complementario cuando anteponen la rigurosidad, el conocimiento y la legalidad como los medios apropiados de alzarse con el triunfo, junto a la experiencia, la justicia y la serenidad que son otros de los valores reflejados en las series. Los personajes mayores salen ganadores de la confrontación con los más jóvenes que suelen representar personajes impulsivos, inmaduros y sin capacidad de reflexión. Así por ejemplo, el saber estar y la sangre fría del detective Ohara suponen sus principales cualidades que le permiten resolver los casos de manera satisfactoria e incruenta.

6.3.1.4. Estereotipos clásicos de matrimonio en series de humor

Este apartado agrupa dos series de humor centradas en la caricatura de vida familiar de matrimonios maduros tradicionales: *Diga 33* e *Inspección Fiscal*. Se observa por un lado que las mujeres aparecen como la representación de la ambición y el carácter, por otro lado tanto el inspector como el señor Dobbesteem son personajes timoratos, de personalidad infantil que se sienten inseguros ante sus esposas y buscan el reconocimiento personal en otros ambientes ya sea el trabajo, *Inspección Fiscal*, o el grupo de amigos, *Diga 33*.

La serie de humor holandesa *Diga 33* tiene como protagonistas un matrimonio de edad avanzada, los señores Dobbesteem. La mujer trabaja como empleada de hogar en el domicilio de una pareja de doctores, personajes que sirven de contrapunto por su educación y

clase social a la pareja principal. La señora Dobbesteen es una mujer de aspecto arreglado, pero con una forma de vestir y de peinarse anticuada. Su aspecto es el de una mujer de clase baja, aseada y coqueta pero con una estética pasada de moda. En cuanto a su personalidad, se observa que es una mujer lista, con sentido del humor que le gustaría progresar socialmente aunque se da cuenta de las limitaciones de su esposo. En estas circunstancias aparece cómo una mujer realista que sabe poner los pies en la tierra e ironizar con las presuntas oportunidades e ingenuos planes iniciados por su marido.

Por otro lado, la Sra. Dobbesteen tiene una personalidad entrometida que unida al cariño y los años de confianza con sus patronos, a menudo, le hacen olvidar las obligaciones de su trabajo y tomar parte en las cuestiones personales. Su sentido práctico le ayuda a solucionar los problemas cotidianos que se plantean a lo largo de los capítulos, ya se trate de temas banales o serios. Por esta razón, suele dar consejos y controlar todos los asuntos relacionados con la vida doméstica de la Sra. van der Ploeg, donde ejerce el papel de asesora.

La serie de producción nacional *Inspección Fiscal* recrea el mismo estereotipo de matrimonio mayor. La mujer es un ama de casa ambiciosa que se siente defraudada ya que su esposo no tiene el coraje ni la capacidad suficiente como para ascender socialmente. Su máximo objetivo es alcanzar una clase social superior y se arregla en consecuencia, imitando los modales propios de la alta burguesía cuando se encuentra en ámbitos sociales adecuados. Sin embargo, en la intimidad de su hogar no repara en críticas ni violencia verbal, olvidando su saber estar y el respeto a los sentimientos de los demás. Al igual que la Sra. Dobbesteen, la esposa del inspector es más lista que él. Su carácter fuerte y ambicioso le hace manejar a su esposo y le impulsa constantemente a buscar nuevas fuentes de ingresos.

Ambas series reproducen el papel de la mujer más inteligente y capaz que se ve defraudada por las limitaciones de su cónyuge a quién trasmite su falta de admiración. Por otra parte su dedicación a las labores del hogar o a trabajos poco especializados les impide prosperar socialmente por sus propios medios y ponen todas sus expectativas en el éxito de sus esposos, esta situación provoca escenas satíricas derivadas del humor sarcástico con el que se tratan las escenas domésticas. Mujeres prácticas, se encargan de acercar a la realidad a sus esposos, personajes inmaduros e incapaces de comprender la falta de consistencia de sus proyectos. Con objeto de crear situaciones humorísticas, los guionistas caricaturizan las

diferencias conyugales mediante el uso de frases mordientes, como cuando la Sra. Dobbsteen desbarata los planes de su esposo de montar un negocio con su mejor amigo y le recuerda: "siempre te diré las cosas como son".

Se observa como los hombres presentan una personalidad inmadura. De hecho su falta de coraje es notoria en su matrimonio donde no saben hacerse respetar. En ambas series, el eje argumental es una sátira que se centra en la vida de una pareja madura, sin hijos, que establece una relación materno-filial. De manera que los hombres interpretan el papel del esposo-hijo que debe rendir cuentas y, al mismo tiempo, procura eludir sus obligaciones domésticas. Reproducen los estereotipos de pareja de la serie *Los Ropper* que alcanzó gran popularidad en los años 70. El humor de la serie española es más cáustico, mientras la esposa holar,desa no llega al nivel de comentarios despectivos de la española.

Los personajes secundarios pueden ser bien una contraposición modelo de éxito profesional y saber estar, como en *Diga 33*, o bien personajes en la misma línea que los protagonistas, *Inspección Fiscal*. Por ejemplo, Julieta Serrano interpreta a Concha la secretaria del inspector en el papel de una mujer madura pragmática que conoce bien los entresijos del trabajo y constata el lado grotesco de un jefe preocupado, únicamente, por mantener las apariencias. Sin embargo, ella misma procura eludir sus propias responsabilidades, su personaje es una sátira del burócrata que realiza su labores domésticas durante su jornada laboral. Por tanto, aunque censura y se burla de su superior, tampoco ella supone un modelo de secretaria eficiente.

El inspector, personaje representado por el actor José Sazatomil Saza, es un hombre cercano a la edad de jubilación que ve como su vida laboral llega a su fin sin haber alcanzado los puestos más altos del ministerio. Saza interpreta a una persona amante de las apariencias cuyo autoconcepto se derrumba ante los comentarios de su esposa. Ejerce una doble moral con un discurso que, por un lado predica el amor al trabajo, la responsabilidad y el servicio a la colectividad pero que, por otro lado, mantiene una conducta totalmente opuesta ya que conoce la estabilidad del puesto de trabajo y no se esmera en el cumplimiento de sus obligaciones. Su seguridad personal procede del cargo que desempeña como inspector fiscal que le coloca en una situación de superioridad respecto a sus subordinados y le permite escudarse en esta posición. Perezoso e irresponsable simboliza el estereotipo negativo del

funcionario con todos los defectos asociados cuya hipocresía es conocida por todos, de aquí que los demás no le respeten ni tengan en consideración sus opiniones. Los guionistas se apoyan, además, en una personalidad poco atractiva para conseguir una caricatura completa. En sus relaciones sociales se ampara en la frase "*soy inspector fiscal*", que pronuncia con aires de suficiencia, con objeto de producir asombro y una cierta inquietud en los personajes invitados.

6.3.2. Presentadores de televisión

Si bien la información sobre los presentadores televisivos parece más superficial que la de los apartados anteriores, puesto que sólo se pueden analizar aspectos relacionados con el aspecto físico y el estilo personal, considero que resulta interesante por dos motivos fundamentales. En primer lugar, para poder valorar la presencia o ausencia de los mayores entre el grupo de conductores de programas y, en segundo lugar, porque la mayoría de estas personas han adquirido una gran popularidad en estos trabajos debido a lo cual han sido protagonistas de numerosas noticias de las revistas analizadas en el apartado correspondiente. Todos ellos tienen una imagen cuidada adecuada a sus contextos, se han hecho famosos por su estilo personal (Carrascal, Prat, Carmen Sevilla, Hermida) o por su conocida profesionalidad en sus anteriores trabajos y que, en esta ocasión, ofrecen en sus trabajos televisivos (Sara Montiel, Jesús Puente, Lola Flores).

Tabla 6.16. TIEMPO DE APARICION EN MINUTOS DE LOS PRESENTADORES DE TELEVISION SEGUN GRUPOS DE EDAD. CADENAS DE TELEVISION Y PORCENTAJES DE TIEMPO (% VERTICAL)

	Total	Mayores	Jóvenes
T.V.E. 1	3020' 100%	340' 11,26%	2680' 88,74%
T.V.E. 2	1055' 100%	345' 32,70%	710' 67,30%
Antena 3	2192' 100%	189' 8,63%	2003' 91,37%
Tele 5	1815' 100%	830' 45,73%	985' 54,27%
Total	8082' 100%	1704' 21,08%	6378' 78,92%

Aunque el número de presentadores mayores no es demasiado alto, la tabla 6.16 muestra que en el 21% del tiempo de emisión de programas que necesitan un conductor, noticias, magazines, debates, concursos y reality shows, los presentadores corresponden al grupo de personas de apariencia mayor de sesenta años. Las diferencias se estrechan en algunas cadenas como Tele 5 donde la emisión diaria de concursos presentados por mayores (*La Media Naranja* con Jesús Puente y el *Cuponazo* con Carmen Sevilla) acerca los porcentajes (46%) al de presentadores jóvenes (54%). T.V.E. 2 también se caracteriza por una alta frecuencia de presentadores de aspecto mayor (33%), mientras que T.V.E. 1 y Antena 3 presentan porcentajes cercanos al 10% del tiempo de emisión de este tipo de programas.

En cuanto al tipo de programas y al número de presentadores, en la tabla 6.17 se puede apreciar cómo el porcentaje de hombres mayores es ligeramente superior al de mujeres de su edad (9% hombres mayores y 6% mujeres) mientras en grupos más jóvenes la presencia femenina es igual o superior a la masculina excepto en los programas de noticias. En este apartado la comparecencia superior de hombres adultos permite suponer una asociación con la imagen de credibilidad y eficacia que la sociedad otorga a este colectivo (Centro de Investigación de la Realidad Social, 1992b).

La mayor parte de los presentadores mayores aparecen en programas de entretenimiento, concursos y magazines, cuyo principal objetivo es proporcionar diversión a

los espectadores. En muy pocas ocasiones trabajan en informativos o programas de debate. En los últimos años, se ha buscado a actores o personajes famosos como presentadores de concursos y magazines que incluso prestan su nombre al programa (*Querida Concha, Esta noche por Norma*). Por esta razón, la mayoría de la muestra son profesionales con un nombre en el mundo del espectáculo que han reencontrado la popularidad en la pequeña pantalla.

Tabla 6.17. PRESENTADORES MAYORES DE TELEVISION SEGUN GENERO Y GRUPOS DE EDAD Y TIPOS DE PROGRAMAS (% VERTICALI)

	Total	Mayores		Jóvenes	
		Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Noticias	22 100%	1 4,6%	- 0%	12 54,5%	9 40,9%
Concursos	17 100%	2 11,7%	1 5,9%	7 41,2%	7 41,2%
Magazines	21 100%	2 9,5%	3 14,3%	3 14,3%	13 61,9%
Debates	7 100%	1 14,4%	---	3 42,8%	3 42,8%
Reality Shows	2 100%	---	---	---	2 100%
Total	69 100%	6 8,7%	4 5,8%	27 39,1%	32 46,4%

En cuanto a las mujeres (Lola Flores, Carmen Sevilla y Sara Montiel, Chari Gómez Miranda) se aprecian unas características comunes. Todas ellas presentaban un aspecto esmerado y daban muestras de una gran entrega y pasión en el desempeño de sus labores. Sus buenas condiciones físicas les permiten coquetear y bromear con su edad y la posible merma de sus facultades físicas como el oído o la vista puesto que son conscientes de su buen aspecto. Lola Flores presenta un programa de variedades con actuaciones musicales y pequeñas entrevistas, en sus apariciones hace gala del mismo entusiasmo, coraje y humanidad que le han hecho famosa. En cuanto a Carmen Sevilla, presentadora de un concurso, resulta significativo que su celebridad proceda de sus propios errores. De forma que su humanidad y su capacidad de transmitir simpatía superaban los despistes de la presentadora del que llegó a ser uno de los concursos más populares del momento.

En el mismo estilo, Chari Gómez Miranda aparece en un concurso dedicado al mundo animal titulado *Vaya Fauna*. A diferencia de sus compañeras que se representan a ellas mismas en cuanto a celebridades del espectáculo colaborando en televisión. En el caso

de Chari Gómez Miranda, la actriz interpreta un papel de presentadora humano, cercano, tratado en clave de humor. De hecho, se trata de una sátira de una suegra que junto a un joven locutor, su yerno en la ficción, introduce los reportajes dedicados a la fauna mientras son víctimas de bromas inocentes y situaciones absurdas. Su papel era el de mujer madura, arreglada, amante de los animales que mantiene una relación cordial con los jóvenes con los que interaccionaba. Conviene aclarar que la mayoría de los invitados del plató televisivo proceden de este último colectivo de edad.

En esta época, Sara Montiel presenta *En el Paralelo*, programa de variedades tipo revista. La artista parodia su propio papel de estrella del espectáculo que ha obtenido un reconocimiento internacional. En consecuencia, adopta el comportamiento propio de una diva (caprichosa, narcisista e insegura) y adecua su vestuario a este papel (elegante, sofisticada y femenina). Como presentadora resulta coqueta y divertida, manteniendo un trato cordial y amable con los invitados para los que no escatima elogios. Al mismo tiempo intercala algunos números musicales propios que le hicieron famosa.

Todas las mujeres de este grupo tienen una actuación con varias características comunes: espontáneas y expresivas, utilizan expresiones afectivas diminutivos y repiten continuamente las mismas palabras. En conjunto, especialmente Carmen Sevilla, ofrecen una conducta un poco infantil pero natural y entusiasta con sus trabajos. Son efusivas con los invitados y el público y, a la vez, se muestran humildes con su propio trabajo, reconociendo sus fallos y su falta de conocimientos en algunos temas. Por esta razón, se dejan aconsejar por los otros presentadores más jóvenes, y les agradecen públicamente su apoyo. En la vida real, las cuatro son personas que, desde su primera juventud, han tenido que labrarse su propio destino con sufrimiento y trabajo durante la dura época de la posguerra. Han conocido tiempos difíciles y han salido adelante gracias a su coraje, por tanto no están intelectualmente preparadas pero suplen con entusiasmo sus lagunas. Además, el trabajo anteriormente analizado ha supuesto un reto novedoso en la carrera profesional de todas ellas.

El colectivo de hombres mayores está formado por dos presentadores de concursos (Jesús Puente y Joaquín Prat), dos de magazines (Quique Camoiras y Juanito Navarro), uno de noticias (Carrascal) y uno de debates (Jesús Hermida). Respecto a los presentadores que se encarga de concursos televisivos se puede comprobar que si bien el aspecto personal de

ambos es cuidado y correcto, su manera de presentar era diferente. En la época de las grabaciones analizadas, Jesús Puente trabaja en el concurso *Su media naranja*, donde se premia la compenetración de los matrimonios participantes. En este tipo de programas aparecen los ciudadanos contando su vida amorosa, de forma que la esfera privada se hace pública. La difusión del plano personal consigue romper las barreras espaciales y personales habituales entre los habitantes de las ciudades, en palabras de Javier Echeverría (1995:99) se hace "doméstica la ciudad a distancia". A pesar de que los temas tratados son íntimos y pueden provocar cierto pudor en los concursantes, Puente interviene de manera activa en la creación de un ambiente distendido que da confianza a los invitados. Utiliza todos los recursos a su alcance para persuadir a los participantes a entrar en el juego, a veces modera su tono de voz haciéndolo propio de las confidencias y en otras ocasiones se hace cómplice de los personajes por medio de frases del tipo: "Ud. y yo sabemos...". Respetuoso con todas las contestaciones, ayuda a olvidarse de la presencia de las cámaras en el estudio. Además, se muestra afable, distendido, bromea con ellos y cuando la situación resulta un poco tirante ayuda a eliminar la tensión por medio de pequeñas bromas.

El Precio Justo sirvió para aumentar la notoriedad como presentador de Joaquín Prat, en esa época se popularizó la frase "A jugar..." con la que, acompañado de un expresivo gesto de brazo, los participantes eran llamados a concursar. El éxito del concurso se basa en dar a la gente la posibilidad de conseguir sus sueños, en este sentido incitaba al consumo de ciertos productos de lujo. En esta ocasión Prat ejerce de presentador dinámico que, a la vez, proporciona tensión al programa prolongando los espacios de tiempo antes de dar a conocer la respuesta acertada. Su imagen de trato fácil y cordial le permite hacer pequeñas bromas con los concursantes sobre su vida privada (edad, estado civil...) que rompen la dinámica propia del concurso y establecen un clima de simpatía entre los participantes y el presentador.

Quique Camoiras y Juanito Navarro tienen una característica especial en su labor de presentadores puesto que además de conducir un programa de variedades interpretan números cómicos, en ambas labores los humoristas representan dos caricaturas de aldeanos de poca cultura y escasa preparación que cometen numerosas incorrecciones de lenguaje. Además se comportan de manera grotesca; con objeto de provocar situaciones cómicas adoptan una imagen de personas que carecen de habilidades para enfrentarse a situaciones

sociales que les supongan un trato con ambientes más refinados. Muestran cualidades humanas como la confianza, el compañerismo y la bondad que junto a la ingenuidad de sus personajes provocan simpatía.

En cuanto a los conductores de programas informativos y de debates, solamente Carrascal y Hermida pertenecen al grupo de edad. Carrascal se ha hecho popular gracias a su estilo directo de ofrecer la actualidad en el telediario nocturno, así como por sus comentarios personales acerca de los temas del día que le diferencian de un presentador estándar de noticias caracterizado, generalmente, por su imagen distante y objetiva. Utiliza un lenguaje sencillo que le permite ser comprendido por la inmensa mayoría de los telespectadores a los que transmite su opinión acerca de los acontecimientos internacionales y nacionales. Además, su popularidad ha puesto de moda las llamativas corbatas que usa habitualmente.

El caso de Hermida es un poco diferente puesto que su estilo y manera de presentar se hicieron conocidos a los telespectadores cuando trabajó como corresponsal de Televisión Española en Estados Unidos. En aquella época, los años sesenta, Hermida aprendió los principales recursos de la televisión americana que adaptó a su estilo personal -pausado, repetitivo- que hace del presentador uno de los personajes más populares de la pequeña pantalla.

En resumen, la mayoría de los programas conducidos por personas mayores son de entretenimiento, excepto las Noticias de Antena3. En contraposición con el grupo de mujeres, los tres hombres analizados suponen un modelo diferente. Aunque ellos también dan una imagen de cordialidad y cortesía, su estilo es más elaborado. Procuran evitar los fallos que mermen su profesionalidad y, en conjunto, no resultan tan espontáneos ni naturales. La tradición profesional de los varones junto con una identidad personal formada, principalmente, a partir de su mundo laboral pueden ser las causas de esta marcada diferencia.

***CAPITULO 7. DISCUSION: EL
MODELO DE LOS MAYORES EN
LOS MEDIOS DE
COMUNICACION***

Mediante el proceso de identificación social, las personas alcanzan un conocimiento cognitivo y emocional que les hace percibir las semejanzas y las diferencias con un grupo de referencia. El sentimiento de identificación no es sólo una emoción, sino más bien una disposición que conlleva el interés por las acciones y vicisitudes de las personas con las que nos identificamos (Swaan de, 1995:25). Si bien los grupos primarios constituyen la matriz del proceso de identidad personal, la multiplicidad e inestabilidad de modelos, característica de la sociedad global, ha influido decisivamente en la transformación de dicho proceso. Las imágenes procedentes de los medios de comunicación suponen ejemplos globales de identidad cuya intensidad nunca supera la de los grupos primarios. Sin embargo, su importancia es considerable puesto que proponen pautas de conducta comunes a grupos dispersos geográficamente que son tenidas en cuenta por sus similitudes respecto a una problemática común con la audiencia. Tal y como se ha comentado en los capítulos anteriores, los medios de comunicación forman parte del tipo de comunicación unidireccional en la cual los roles de emisor y receptor se hallan determinados desde el principio, pero cuyas representaciones se organizan en función de las necesidades e intereses del público.

Los medios funcionan como un imaginario social en el que los espectadores acceden a la vida de los modelos, si bien dichos modelos representan un mundo de oportunidades que no son factibles para toda población, en cambio muestran maneras de actuar que pueden traducirse a diferentes contextos. La vida, el espejo de la ficción (Rooke, 1992:252), refleja las conductas de la invención. Los argumentos de las series o de las noticias de la prensa favorecen la comprensión de temas que nos competen o que nos incumbirán en un futuro (las relaciones intergeneracionales, adaptación a una nueva identidad, la pérdida de familiares y amigos, actitudes hacia la enfermedad y la muerte). Esta presentación se encuentra interrelacionada con la adaptación a una nueva identidad que, a su vez, permite comprender la situación a otros grupos de edad, los cuales aplicarán dichos modelos a las personas cercanas o a sí mismos en el porvenir.

La aceptación del rol de persona mayor implica una actitud que tiene expresión en la

vida cotidiana en formas diversas de comportamiento. Si bien estas formas son individuales, los modelos sociales impuestos conllevan un conjunto de normas y valores que dan lugar a unos estereotipos comúnmente aceptados. Como comenta José Luis Pinillos (1992:104) *“la imagen que se tiene de la tercera edad pertenece a uno de los mitos poderosos, pero no siempre justos, que movilizan, orientan y justifican la acción humana en campos que pueden ser de importancia decisiva”*. Los personajes analizados en los medios de comunicación legitiman la conducta de los mayores puesto que representan la más alta jerarquía en distintos ámbitos (política, ciencia, mundo del espectáculo). Cuando se trata de series de ficción sus conductas son legitimadas por el mero hecho de su difusión millonaria a través de la pantalla. En conjunto, conforman arquetipos basados en su poder y su prestigio popular cuyo comportamiento se hace accesible al resto de la sociedad.

7.1. LA PRESENCIA DE LAS PERSONAS MAYORES EN LOS MEDIOS

Del análisis global de la muestra se deduce que, en contra de la idea general, las personas mayores están presentes en todos los medios de comunicación analizados y, además están presentes en mayor medida de lo que están en la realidad, puesto que en ningún medio tienen una presencia menor al 16% (tabla 7.1). Constance Rooke (1992) aduce razones de índole técnico para justificar la presencia de los mayores en la obra de ficción. Según esta autora, el atractivo de los personajes de edad reside en que disponen de una gama completa de actuaciones que favorece tanto su presencia numérica como su protagonismo. Mientras que los jóvenes suelen tener un porvenir más predecible, el grupo de estudio se encuentra en un momento de alto contenido dramático derivado de la evaluación de su propia vida. De forma que los autores utilizan el recurso estilístico de elaborar la trama a partir de unas relaciones establecidas en circunstancias particularmente interesantes (relaciones intergeneracionales, desvinculación, actitudes hacia la religión y la muerte, pérdida de independencia, etc.). El interés constatado de la prensa y la televisión por los mayores se puede explicar por motivos semejantes a los explicados por Rooke ya que en este grupo se dan una combinación de circunstancias atrayentes para el público: la propia popularidad de los personajes unida a su capacidad para actuar como un elemento dinamizador que introduce toda una variedad de temáticas. En otras palabras, debido a la multidimensionalidad de

circunstancias en esta etapa del ciclo vital, la presencia de mayores es un motivo atrayente puesto que enriquecen la situación general en la que se desarrolla la acción.

Tabla 7.1. FRECUENCIA DE APARICIÓN DE PERSONAS MAYORES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION SELECCIONADOS. (% HORIZONTALES).

	Total	Personas mayores	Otras edades
Revistas	2732 noticias 100%	446 16,3%	2286 83,7%
Suplementos Dominicales	153 entrevistas 100%	57 37,3%	96 62,7%
Televisión	11.491' 100%	3279' 28,5%	8212' 71,5%

Sin embargo, la presencia de los mayores es dispar, en cuanto a su aparición según los distintos medios de comunicación y según la presencia por género. En las noticias de las revistas de mayor tirada, los mayores protagonizan un alto porcentaje de las mismas, aunque a menor nivel que en los otros medios analizados (16%). En relación a la televisión, se aprecia que en el 28% del tiempo analizado aparecen personas mayores, bien como personajes de continuidad representados por actores que aparentan este grupo de edad en las series televisivas, bien trabajando como presentadores de programas de todo tipo, pero especialmente de entretenimiento. Los mayores alcanzan las cotas más altas de presencia en las entrevistas incluidas en los suplementos dominicales de periódicos (37%), en este tipo de periodismo representa personas que tienen un alto éxito profesional

TABLA 7.2: PERSONAS MAYORES ANALIZADAS SEGUN MEDIO DE COMUNICACION Y GENERO (% HORIZONTALES)

	Total	Hombres	Mujeres
Revistas	446 100%	265 59,4%	181 40,6%
Suplementos Dominicales	57 100%	47 82,4%	10 17,6%
Televisión	40 100%	24 60%	16 40%
Total	543 100%	336 62%	207 38%

Se constata una menor presencia femenina que masculina, contra lo que ocurre en la sociedad en cuanto al peso demográfico de mujeres y hombres mayores (tabla 7.2). Esta diferencia se corresponde con el tipo de representaciones analizadas que requiere, en general, que sus protagonistas sean conocidos profesionalmente para que los medios de comunicación reflejen sus noticias en las revistas o en las entrevistas de los suplementos de la prensa. Por esta razón, el mayor número de personas mayores, especialmente varones, se da en las entrevistas de los suplementos dominicales (82%), donde los personajes que se suelen entrevistar pertenecen a categorías más amplias - mundo intelectual, artes, mundo intelectual- y no es demasiado abundante el número de mujeres mayores que se ha triunfado y se ha hecho popular en estos campos. La presencia femenina en la televisión y en la prensa es similar. Se intuye que la menor frecuencia de mujeres mayores puede derivarse de una presencia asociada a la imagen de la belleza física que se desea transmitir y que, en el caso de las mujeres está especialmente relacionada con la juventud.

En conjunto, se puede desterrar la idea de que la escasa presencia de las personas mayores en los medios de comunicación, esta frecuencia confirma la primera hipótesis sobre la relación entre la frecuencia de aparición de personas mayores y su mayor presencia social. Sin embargo, solamente aparecen ciertos tipos de personas mayores puesto que, además de la menor representación de mujeres anteriormente citada, también se nota una ausencia de personas con problemas físicos, económicos o personales. Es decir, se representan, sobre todo, personas en buenas circunstancias o con la capacidad y los recursos suficientes de enfrentarse con energía y voluntad a sus problemas.

7.2. PRINCIPALES CARACTERISTICAS DE LA REPRESENTACION DE LOS MAYORES

A pesar de que el colectivo de mayores es muy heterogéneo y la adaptación al proceso de envejecimiento está en función de las capacidades personales unido a los recursos de su medio (Santerre y Létourneau, 1989), se puede afirmar que, actualmente, las divergencias entre los valores predominantes y los estereotipos de vejez, acentuados por las buenas condiciones físicas y mentales de los mayores, provocan una dicotomía que se traduce en un rechazo a los patrones de conducta tradicionales. Los cambios demográficos y sociales

han modificado la aptitud de los mayores y del público general respecto a este colectivo. En este sentido, los medios son un factor determinante en la modernización de la imagen de los mayores, puesto que contribuyen a difundir un modelo que representa aspectos positivos imprescindibles para su revalorización. Estos modelos incluyen roles de sustitución que compensan los roles perdidos por razones de edad. Es decir, se presentan uno de los retos principales de la sociedad y especialmente de las personas mayores: "establecer roles nuevos, satisfactorios, para las personas que envejecen dentro de nuevos modelos de integración social" (Bazo, 1992a: 43). En el análisis del contenido de la muestra se puede comprobar que, al menos en los medios de comunicación, los estereotipos negativos se han transformado y se ofrecen roles adaptados a las posibilidades de estas personas.

En la muestra, no se dan grandes diferencias en cuanto al tipo de colectivo que aparece representado en los distintos medios. Aunque el tratamiento de la información es variado, uno de los motivos de estas similitudes es que una élite compuesta por actores, políticos, empresarios están presentes tanto en las noticias de las revistas y suplementos como intervienen en la televisión actuando o presentando programas. En este sentido, se produce un circuito de apariciones cuya duración depende de la celebridad del personaje. Gran parte de este grupo conforma la jet set, en palabras de Tomás Lopez-Pumarejo (1987:127) "una categoría estrellizante" que difunde su estilo de vida en los medios. En cierta medida los medios representan lo que la gente quiere ver, tanto en el consumo de ficción como en la prensa donde la aparición de los personajes famosos hace accesible su vida cotidiana. Especialmente en las revistas, la mayor parte de los mayores procede del campo del cine y del espectáculo.

La televisión es el medio que presenta diferencias más remarcables en los modelos de persona mayor. Principalmente en las series de humor aparecen algunos personajes cuyas actitudes se pueden relacionar con los estereotipos tradicionales; este tipo de programas permiten una visión crítica de estas representaciones, en la mayor parte de los casos, como los ejemplos a no seguir. Por tratarse, generalmente, de series de humor el tratamiento de estos personajes con características negativas suele ser crítico y al mismo tiempo es menos duro que en las series dramáticas, se pueden clasificar en dos grupos:

- La esposa gruñona, prototipo de mujer frustrada y desilusionada con su

matrimonio que no ha podido realizar sus ambiciones y que es incapaz de conformarse con su situación. Aunque tampoco dispone de la capacidad de reacción suficiente como para convertirse en agente de su propio destino y buscar una forma nueva de vida (*Diga 33, Inspección Fiscal*). Cuando representan al grupo más mayor se muestran críticos y poco comprensivos con sus semejantes (*señoras de Farmacia de Guardia*).

- Los mayores influyentes que disfrutan de una posición de poder, familiar o social, asociado a su capacidad económica o a su cargo de cabeza de familia. Este grupo suele estar representado por personajes austeros y antipáticos que permanecen encerrados en sí mismos con escasa capacidad de comunicación (el jefe del Sr. Simpson, la tía Hetti). Por esta razón, a pesar de su ascendiente no gozan de buena imagen. Sin embargo, en este mismo grupo de personajes influyentes otro colectivo basa su reconocimiento social y familiar en sus virtudes personales que les hacen ser queridos y respetados por el resto de la comunidad (el abuelo y Martirio en la serie *Buscavidas*, los abuelos del *Hijo de la Isla*, los abuelos de las telenovelas). Se tratan de las dos caras, positiva y negativa, del estereotipo tradicional del anciano.

La visión general muestra unas personas mayores que mantienen sus roles de autoridad y el ejercicio de su responsabilidad, con una presencia activa en sus familias. No aparecen por escándalos personales, incluso aquella prensa más sensacionalista como la revista *Pronto*, en sólo una ocasión se presentó un caso de escándalo público cuando el Cordobés fue llevado a juicio por alterar el orden público, insultar a la autoridad y provocar altercados en estado de ebriedad. En este sentido, la prensa popular analizada resulta diferente a la de otros países, especialmente en Inglaterra, donde las noticias se centran en las desventuras de ciertas personalidades (Connell, 1992). Del análisis de los medios se deduce que, si bien se muestran los problemas, sobre todo se destacan las soluciones. Se observa que la principal manera de superar las dificultades es el coraje de enfrentarse a los malos momentos con optimismo, vitalidad y un autoconcepto positivo. Por tanto, la esperanza es un elemento constante en los mensajes, pero suele aparecer unido a la fortaleza y al esfuerzo personal. Uderzo, uno de los creadores de Asterix, compara la vida real con la situación que viven los galos enfrentados a los romanos: "*la poción mágica es la propia resistencia contra algunas cosas, en todos los estados de la vida, en lo personal, en lo político. La voluntad de*

querer llegar a algún sitio, eso es la poción mágica. Por desgracia hay personas que no tienen esa voluntad y cuando sienten un problema no le hacen frente. En cambio a otras, las dificultades les excitan para hacerse con la situación. Para mí esa es la poción mágica. Si, de hecho es la esperanza de llegar a algo. Pero a la esperanza hay que ayudarla con esa voluntad de la que estoy hablando, con esa fuerza”.

La imagen que transmiten los medios de los mayores es de una gran serenidad y fuerza interior que les permite enfrentarse con valentía a las dificultades. En general, los mayores presentan unos valores relacionados con la comprensión, serenidad, tranquilidad y la capacidad de adaptación. Raramente aparecen problemas derivados del aislamiento o la soledad, salvo en el caso excepcional de dos personajes marginales cuyos problemas derivan de su situación social (Jacinta, la vagabunda de la telenovela *Primer Amor*) o su personalidad egocéntrica (el jefe del Sr. Simpson).

La lucidez y la experiencia derivadas de la edad se enfocan a objetivos que les sirven para mantener su imagen de actividad, sentirse útiles y escapar a la decadencia sobre todo si conserva la salud. La encuesta del Instituto Nacional de Servicios Sociales (1990) sobre discapacidades, deficiencias y minusvalías revela que el estado de salud declarado por los mayores es peor que el del resto de la población, aunque un importante porcentaje, cerca del 40%, declara encontrarse en buena o muy buena salud. A pesar de que estas condiciones sólo limitan físicamente la actividad de los mayores en un 17% de los casos, el estereotipo de enfermedad va asociado con la imagen de la vejez. No obstante, en los medios de comunicación la enfermedad es comentada en pocas ocasiones. Marcello Mastroianni relata una divertida anécdota sobre el temor de los demás a la enfermedad de los mayores. Tras una copiosa cena con compañeros de profesión en Nueva York despertó en un hospital: *“tenía cuatro médicos alrededor, la gente de la productora...Y que si te hago un electrocardiograma por aquí, que si te extraigo una muestra de sangre por allá. Por más que les dijera: “Pero que no es nada, es el risotto, he comido demasiado”, mi caso. Sin duda se decían que con un hombre de mi edad era mejor tomar todas las precauciones. Es que a esta edad se está expuesto a sufrir crisis cardíacas. Bien, a las cinco de la mañana conseguí salir de ahí, pero si hubieran podido retenerme durante toda una semana era evidente que se habrían quedado más tranquilos. Yo no estaba inquieto. Ya le digo que era el risotto”.*

A partir de las personas mayores representadas en los medios de comunicación se desprende un modelo con las características comunes: la familia como unidad de relación principal, buena apariencia ligada a un estilo de vida juvenil, la experiencia como elemento que proporciona una valoración social y la presencia de proyectos de futuro.

7.2.1. La familia: principal unidad de relación

En la muestra analizada los mayores tenían la mayor parte de sus interacciones en la familia, especialmente con la pareja que constituye el centro de la vida emocional y personal del individuo. Los medios reflejan que la sociedad continúa considerando a la familia como una institución primordial aunque haya cambiado el concepto que de ella se tiene. El cambio de valores familiares ha mantenido los valores tradicionales de pertenencia y obligación entre generaciones que a través de los estudios sociales, se manifiesta como la unidad principal de relación en la sociedad española (Alberdi, 1995; Villalain Benito, Basterra Pérez y Valle López, 1992). El popular Manolo Escobar que representa el modelo de persona centrada en su vida doméstica donde ejerce de padre solícito y esposo enamorado, describe así su experiencia familiar: *"llevo treinta y tres años casado y estoy muy feliz con mi matrimonio. La verdad es que me encanta ejercer de esposo y padre"*.

El hogar constituye un refugio para todos los personajes públicos que se contrapone con el escenario de la vida profesional¹⁷. En su domicilio desempeñan los roles ligados a la esfera del mundo privado necesarios para mantener el equilibrio personal: *"cuando estoy en mi casa de campo hago una vida hogareña y no salgo nada... en esta casa descubrí las plantas y la naturaleza y me siento muy relajada allí"* (Lola Herrera). Sin embargo, se da la paradoja de que los medios de comunicación, especialmente la prensa rosa, ayuda a eliminar las barreras entre la vida pública y la privada, difundiendo el estilo de vida de los personajes famosos (Meyrowitz, 1985). De esta forma, los protagonistas de las noticias comentan sus aficiones personales y hacen públicos los roles propios de su vida privada, como Sofia Loren cuando comenta: *"me encanta cocinar y atender diariamente mi jardín"*.

¹⁷ Región anterior/región posterior en la terminología de Goffman (1993)

La familia moderna asigna a la mujer funciones que trascienden su papel tradicional de guardiana de los valores espirituales (lealtad, moralidad del hogar, amor a los hijos, etc.). Actualmente se une otro papel nuevo, la mujer independiente que se incorpora al mercado laboral sin abandonar sus funciones de ama de casa. En esta línea, tras analizar los contenidos de las telenovelas y seriales, López-Pumarejo (1987, 167) concluye que *"en países como América Latina se ha mantenido la cosmovisión de las dos esferas (mujer en la casa y el hombre en la calle), la mujer es responsable de la socialización moral primaria y, por ende, de transmitir los valores cristianos del hogar"*. Sin embargo, en el conjunto de medios analizados, las mujeres que trabajan son mayoría aunque, en general, sus principales intereses y necesidades son definidos en función de las necesidades de otros puesto que mantienen sus tareas tradicionales en el hogar. En las clases sociales más altas, se percibe la presencia de otro tipo de amas de casa que desempeñan una función complementaria, mantenerse atractivas y ayudar a su esposo que compite por mantener un alto estatus. Estos ejemplos aparecen especialmente en las revistas del corazón y en las telenovelas de origen sudamericano.

Para las personas que se encuentran jubiladas, la familia supone el escenario donde pueden desarrollar roles de compensación que les proporcionen el sentimiento de continuar ejerciendo un papel útil en la sociedad. Investigaciones como la dirigida por Victoria Benloch Ruiz y sus colaboradores (1993) coinciden en presentar resultados similares, los ancianos se consideran activos en su mayoría y los que no tienen un papel relevante en la sociedad consideran que los problemas de salud constituyen la principal causa para disminuir su ritmo de actividad. Parece ser que el bienestar económico no es un determinante de cómo se considera el sujeto en su sociedad, sino que las obligaciones derivadas de sus responsabilidades familiares proporcionan un papel de cuidado, colaboración que les hace sentirse más integrados y dinámicos, poniendo en tela de juicio el sistema que compara la actividad con el consumo. En los medios, la imagen de las actividades familiares también suponen un escenario de identidad y comunicación, proporcionando escenarios de actuación de especial importancia para las personas retiradas del mundo laboral. Kiko Ledgard que se encontraba jubilado en el periodo analizado, explicaba la función de la familia en su nueva situación: *"Estoy muy feliz rodeado de algunos de mis hijos y nietos. Es maravilloso ver a*

muestra familia reunida. Llevo una vida familiar muy tranquila que me proporciona la felicidad que necesito. Lo que más me preocupa es seguir teniendo salud para vivir junto a mis seres queridos, que son los que están haciendo que mi vejez sea lo más maravilloso del mundo”.

Se aprecia como el alargamiento de la esperanza de vida favorece la coexistencia en un momento dado de un mayor número de generaciones en una misma familia. Actualmente, las relaciones intergeneracionales presentan el respeto entre grupos, los lazos emocionales y de solidaridad. Para los mayores, el equilibrio afectivo depende de su relaciones, especialmente las que se establecen con sus parejas, hijos y nietos. La transformación de la familia y la adaptación de unas relaciones más fluidas y menos autoritarias favorece la aceptación del hijo como adulto y la creación de afinidades, a través de numerosas tareas conjuntas que pueden desarrollar.

En la relación entre abuelos y nietos influye mucho la relación que puedan tener los padres con los abuelos. Por otra parte, el contacto con los nietos es una relación satisfactoria pues se establece con las bases de menores obligaciones y responsabilidades de las que existen en la relación padres-hijos. Además la convivencia con los jóvenes tiene efectos positivos en ambos colectivos. Beneficia tanto a los jóvenes, que tienen una persona de referencia, como a los mayores a los que ayudan a comprender y adaptarse a los cambios sociales y a sus consecuencias en la vida cotidiana (Bazo, 1993). En los medios, se aprecia que los nietos proporcionan alegría y aportan esperanza e ilusión, como expresa Adolfo Suárez: *“me divierto con las ocurrencias de mi nieta. Tanto a mi mujer Amparo, como a mí nos agradaría tener muchos nietos”*. En estos casos se presenta un modelo de familia extensa con varias generaciones interaccionando, de manera que actúa como un clan donde se ofrece apoyo a todos los miembros en cualquier circunstancia. Jesús Gil comenta su relación familiar de la siguiente manera: *“me siento muy bien como abuelo. Con los míos formo una piña entrañable, no sabría vivir sin ellos”*.

El desplazamiento de las edades en que se inician y finalizan los acontecimientos que pautan el proceso de construcción de las familias, junto con la multiplicación de transiciones familiares, indican que los ciclos familiares dejan de ser únicos y lineales y que, incluso, se inician en varios momentos a lo largo de la vida de un individuo (Alberdi, 1995:184). La

inestabilidad de las uniones ocasiona multiplicidad de momentos de inicio que se representa en los medios de comunicación por medio de matrimonios entre mayores o entre mayores con personas de generaciones más jóvenes, especialmente en el caso de los hombres. La posibilidad queda abierta tanto para viudos y separados como para aquellos personajes que no dudan en abandonar un hogar anterior para reiniciar su vida sentimental junto a una nueva pareja. Este tipo de acontecimientos muestran cómo no hay unos límites claros para iniciar nuevas andaduras y que en esta etapa se puede vivir una gran ilusión, como afirma Tony Curtis *"a los sesenta y siete años he conocido al amor más grande de mi vida"*. Dichas experiencias pueden llevar el nacimiento de hijos que se viven con alegría y optimismo: *"mi semblante ha cambiado desde que nació mi hija. Es maravilloso"* (Alain Delon).

7.2.2. Buena apariencia física ligada a un estilo de vida juvenil

La mayoría de la gente tiene una concepción personal de su edad que no coincide con la cronológica puesto que la experiencia personal no nos indica nuestra edad, de manera que la edad personal tiende a ser más joven (Kastembaum et al. 1981). En el caso de las personas mayores, la diferencia entre ambas edades se acentúa puesto que se considera a los viejos como una categoría inferior para la que no se ha preparado a la población para el momento de identificarse con la imagen personal con la vejez. La situación puede provocar un traumatismo narcisista como recuerda Simone de Beauvoir (1989:340) *"la vejez es particularmente difícil de asumir porque siempre la habíamos considerado como una especie extranjera"*. Ante esta situación, se procura olvidar estos temas, *"no pienso más de lo necesario en el paso de los años"* (Clint Eatwood) o se ponen metas personales para relegar el paso a esta categoría de edad como Rosa Chacel. El caso de la escritora, que con noventa y cuatro años superaba con creces la edad del grupo analizado, es llamativo por conjugar la vitalidad y la coquetería. A pesar de que en el momento de la entrevista no caminaba bien por falta de equilibrio, se negaba a aceptar la vejez con la siguiente argumentación: *"siempre dije que no me consideraría vieja mientras pudiera pintarme las uñas y no tengo temblor ninguno"*.

El contraste entre el estereotipo y la realidad ha sido puesto de relieve en la investigación de M^a Teresa Bazo sobre los ancianos de Bilbao. En dicho estudio la autora

confirma "la no identificación de las personas ancianas con la vejez o, en definitiva, con la imagen socialmente más extendida de la vejez" (Bazo, 1990:65). Si bien el sentimiento de rechazo a la vejez es generalizado, algunos colectivos como las mujeres, los mayores más jóvenes y las personas casadas se atreven a proclamarlo más abiertamente, mientras que las personas que se perciben como viejas son aquellas con condiciones peores de calidad de vida como los enfermos, las personas con bajos ingresos o los solitarios. En este sentido, Stephane Grappelli reniega del ciclo vital y expone su teoría de lo que debería ser la vida rechazando la acomodación a las condiciones personales: "Mire, desde mi punto de vista, el mundo está mal hecho. Se debería nacer viejo, enfermo, chocho y terminar con cien años o dos siglos después pero joven y bello, con buena salud y disfrutando de la vida... Es un fastidio tener que marcharse cuando todo va bien. Póngase en mi lugar. Me gustaría llegar a los cien y aún siendo así ¿qué es lo que puedo hacer?. Pues bien, yo continuo como si tuviera veinte años".

Se puede aducir como una de las razones de la reivindicación femenina que la mujer tiene más dificultad de encontrar complacencia en el envejecimiento puesto que su imagen se juzga por su atractivo corporal y, por tanto, es más fugaz y dependiente del aspecto físico que el hombre al que se le reconoce una dignidad e interés que se puede mantener o acentuar con el paso de los años. La creencia generalizada de que las mujeres envejecen peor que los hombres, les ha hecho conformar el grupo de consumidoras de productos de belleza especialmente diseñados para luchar contra el envejecimiento. Sin embargo, en los últimos años, los hombres no ocultan su interés por su aspecto físico, especialmente si son personas que viven de su imagen pública. El énfasis de la sociedad en los valores de la juventud puede explicar la buena presencia física de los mayores y su orgullo explícito cuando comentan sus compromiso y sus tareas de cuidado personal "mi secreto de belleza es amar intensamente la vida" (Sofía Loren). Este colectivo se encuentra en un momento en que la lucha por el control del cuerpo es más ardua puesto que en el proceso de envejecimiento se producen muchos cambios corporales inevitables que se consideran atentatorios contra la autoestima del sujeto y exigen un esfuerzo personal para atenuarlos (Chapkins, 1986; Featherstone y Hepworth, 1990, 1991; Hepworth y Featherstone, 1982; Hockey y James, 1993). Dichos factores cobran especial relevancia puesto que la identidad de los mayores se apoya en la presencia física cuidada, desde el concepto de belleza basado en la apariencia de menor edad,

lo que supone una prueba de vulnerabilidad constante.

El factor generacional se detecta en estos hábitos, las actitudes mostradas en los medios implican la emergencia de un modelo generacional que difiere de los estereotipos del anciano tradicional propio de las generaciones precedentes. Las personas mayores están rejuveneciendo, aparecen cada vez más jóvenes, en buen estado de salud, vitales y con buena apariencia. No es fácil determinar su edad, puesto que la orientación hacia un estilo de vida juvenil se refleja tanto en sus actitudes como en el físico, Peret se refiere a dicha situación en el siguiente comentario, "*me veo tan joven por dentro como por fuera*". La ocupación ejercida, la educación y el estatus socioeconómico se encuentran asociados a la buena salud y relega los efectos del envejecimiento; los protagonistas de los medios suelen encontrarse en las mejores condiciones puesto que forman parte de grupos privilegiados que viven en mejores condiciones que la media de la población. Principalmente en la prensa, revistas y suplementos, los personajes están marcados por su belleza, su eterna juventud, su modo de vida y su riqueza y no tienen reparo en mostrar su vida de lujo, sus bienes y su éxito (Pizarroso y Rivera, 1994).

7.2.3. Valoración de la experiencia

En tanto *ser viejo* o *parecer viejo* puede no afectar el curso de la existencia individual, y permite casi siempre mantener los hábitos de vida, el ejercicio de obligaciones o la satisfacción de deseos, la vivencia de la ancianidad, el *sentirse viejo* impone la adopción de una actitud que a su vez se expresará en formas concretas de comportamiento (Sánchez Granjel, 1991:85). En las sociedades dinámicas que idealizan el progreso, se produce un predominio de los valores juveniles y se devalúan los estereotipos clásicos del anciano anclado en la tradición. Incluso las capacidades más estimadas como la experiencia o el conocimiento son cuestionadas en una sociedad caracterizada por una evolución de ritmo tan rápido que requiere una adaptación continua de los ciudadanos a los nuevos descubrimientos. No obstante, en los medios de comunicación se revaloriza el papel de los mayores a partir de la experiencia adquirida, sobre todo en el mundo profesional. Se puede comprobar que la imagen del anciano depositario de la sabiduría y la pericia propio de las sociedades rurales se ha adaptado a nuevos contextos. De manera que se trasmite un respeto por las capacidades

de los mayores, tanto a nivel profesional como a nivel personal.

En el campo laboral, la mayoría de los personas representadas han alcanzado un alto estatus profesional. El cambio primordial es que en los medios no sólo se habla de conocimiento sino de la capacidad de análisis y visión global de estos personajes que favorece la comprensión y supone un valioso potencial a la hora de superar los retos profesionales. Al mismo tiempo, se destaca la capacidad de mantenerse en primera línea en sus respectivos trabajos y se percibe cómo se realzan sus capacidades técnicas así como su disposición a la innovación que, aprovechando y adaptando sus potencialidades, les abre nuevos campos de actuación. Los medios muestran este grupo no sólo como triunfadores sino como modelos para los personajes más jóvenes que respetan su experiencia y tienen conciencia de su valor personal en distintas circunstancias.

Lelan Mckensie socio fundador de la firma de abogados donde se desarrolla la serie televisiva, *La ley de Los Angeles*, supone un ejemplo en esta línea. Aunque debido a su edad y su posición no lleva directamente los casos que se defienden en el bufete, diariamente asiste a las reuniones de personal donde se ponen en común los distintos asuntos del despacho. Representa un personaje admirado y respetado, tanto por el conocimiento de las leyes y su manera de enfrentarse al jurado como por su talento para haber alcanzado una posición de poder y, sobre todo, por su capacidad de visión global de los casos y sus posibles repercusiones. En consecuencia, su papel actual consiste en mantener los contactos profesionales así como asumir la supervisión y coordinación general de las defensas. En casos de diferencia de opiniones entre los socios su palabra es definitiva, por ello se deduce que ejerce una gran influencia en la marcha del bufete, posición que los otros abogados reconocen mostrando una necesidad constante de agradecerle. Además, Mckensie es una persona con gran sentido de la responsabilidad que sabe hacerse respetar por sus cualidades personales. Su carácter serio pero justo le ayuda a la hora de desempeñar el papel de mediador entre los miembros de su equipo. Por otra parte, presenta un físico impecable, da la imagen de un triunfador.

En cuanto al plano personal, los medios presentan la oportunidad de los mayores para actuar y sacar partido a sus posibilidades con la ventaja derivada de su dilatada experiencia. Personajes de las series televisivas como los abuelos de *Farmacia de Guardia*,

¿Quién es el Jefe?, el Buscavidas o los mayores de las telenovelas y las series de acción actúan como confidentes y asesores de los personajes más jóvenes a los que aconsejan en función de sus experiencias personales porque creen que quienes se encuentran en esta fase de la vida son capaces de tomar decisiones acertadas. En la estructura familiar, el rol de esposo, padre y abuelo se ve revalorizado por los conocimientos y destrezas adquiridos que permiten una vivencia enriquecida de papeles desempeñados con anterioridad. En este contexto, las equívocas se muestran de manera positiva como una forma de conocimiento, por ensayo y error, que sirve para encontrar soluciones adecuadas: *"he aprendido de mis errores y eso tampoco es malo"* (Liz Taylor). En general, se percibe cómo el sentido del humor ayuda a aceptar los problemas y proporciona un distanciamiento necesario para analizar los motivos y asumir las consecuencias de las acciones personales. En relación a este tema Uderzo afirma: *"el humor es la victoria. La risa es propia del hombre, pero este se olvida a veces de que la risa existe. La gente se enfrenta a la vida con mucha seriedad: la única filosofía de Asterix es la de reír, pero no de reír sin fundamento"*.

7.2.4. Proyectos de futuro

Si *ser viejo* no admite encubrimiento pues es el resultado de un proceso biológico que sólo se puede disimular con un afán de aparentar ser joven, *sentirse viejo* es una asunción personal con una gran influencia social. *Sentirse viejo* supone haber tomado conciencia de que se vive la última etapa de la existencia. Por esta razón, en la vejez se adquiere una capacidad mayor para sentir la dimensión del paso del tiempo y recordar el pasado. Sin embargo, los personajes analizados viven un presente con visión de futuro. En general, expresan sus vivencias de vigor juvenil y se enfrentan con ilusión a nuevos proyectos tanto del ámbito profesional como personal.

Los modelos de los medios mantienen los roles que tenían en su juventud y madurez en los tres ámbitos estudiados: familiar, laboral y social. En caso de que hayan abandonado alguna de las actividades, principalmente el mundo laboral, se han atribuido nuevas ocupaciones adecuadas a sus posibilidades que les mantienen activos. En relación con las

diversas teorías del envejecimiento³⁸, estos modelos se encuentran más cercanos a las teorías de la actividad selectiva y se distancian de las teorías de la desvinculación. Muestran una continuación de su vida activa en diversas ocupaciones en las que su implicación y entusiasmo son los aspectos más destacados, aunque su interés es selectivo a la hora de elegir aquellas actividades e interacciones que les resultan más estimulantes.

La situación descrita se corresponde con un cambio global que ha aumentado las posibilidades de volver a iniciar una vida, incluso a edad muy avanzada. Se aprecia cómo los seres ya no están marcados por lo que han vivido, sino que disponen de una segunda, tercera, cuarta oportunidad (Bruckner, 1992:61). Los mayores tienen una larga vida detrás de sí pero, además, el aumento de la esperanza de vida y las mejores condiciones sociales permiten que a la edad de jubilación les queden una media de veinte años por delante con expectativas que rehacer y un proyecto de futuro que elaborar. El contexto social influye en la relación con el presente y en las posibilidades de acción. En conjunto, los mayores que aparecen en los medios no se encuentran ante un porvenir vacío, sino que se entregan con entusiasmo a promesas de futuro. En consecuencia, no quedan condenados a la apatía de la resignación o el aburrimiento sino que son capaces de iniciar nuevas empresas en el plano profesional y personal puesto que los valores en alza, les obligan a olvidar la indiferencia y el desapego.

Los personajes analizados corroboran el imaginario de promoción existencial que según Vicente Verdú (1992:15) se ha introducido en la sociedad de consumo. De forma que la propagación del derecho a la libertad y la felicidad para todos constituyen un estímulo para superar la conformidad y buscar alternativas al desencanto y la infelicidad. Los mayores reflejan estas tendencias de dos maneras distintas. En primer lugar, algunas personas buscan abrirse caminos distintos en que desarrollar sus aptitudes profesionales o personales. En segundo lugar, se puede recordar aquellos que prefieren reiniciar una vida alejada del mundo laboral y social, como Luis Miguel Dominguín: *"creo que cada hora tiene su tiempo y a mí me ha llegado el momento de estar rodeado de la mujer que quiero, de los amigos que vienen a visitarnos, de los ciervos, de los muflones, de la naturaleza. A estas alturas veo la*

³⁸ Véase capítulo 2, *Factores relacionados con la transformación del ciclo vital*

vida con tranquilidad y reposo”.

En cuanto al campo profesional, los intereses polivalentes les ayudan a encontrar caminos donde desarrollar sus valores. La curiosidad es un arma importante para mantener el espíritu alerta, permanecer atentos a lo que les rodea y encontrar objetivos nuevos que les aleje de caer en la mera repetición. Entre los personajes analizados se encuentran muchas personas que han disfrutado de grandes éxitos profesionales y, sin embargo, no se han quedado anclados en el pasado sino que se han abierto a proyectos novedosos que renuevan sus ganas de trabajar y les proporcionan energías para luchar y mantenerse en un mundo profesional muy competitivo. Por otra parte, la posición que han alcanzado les permite vivir de manera más distendida los retos porque su nombre, suficientemente consolidado, disminuye el miedo al futuro. Los suplementos dominicales de los periódicos analizados presentan, sobre todo, personas mayores famosas por motivos laborales. Se trata de personas triunfadoras que están volcadas en su trabajo y dotadas de un carácter entusiasta y enérgico que les ha permitido superar las penalidades y las dificultades de su vida laboral. Para la mayoría de estos famosos su vida profesional es un elemento del que no pueden prescindir, como afirmaba Zubin Mehta *“la música es mi vida. Después de mi familia, yo no amo nada tanto como la música. La música es mi segunda lengua. Mi primera lengua es la de mi madre y la segunda es la música”.*

En el campo personal, no sólo las nuevas parejas se inician con una apuesta de futuro, sino que los personajes que disfrutaban de una estabilidad familiar expresan su optimismo y energía. Los compromisos familiares y profesionales sirven de acicate para no caer en la melancolía y el recuerdo, a pesar de los malos momentos sufridos por algunos protagonistas. Consagrarse a ciertos fines, encontrar exigencias, supone un esfuerzo pero impide la pereza y el tedio.

Los mayores que están jubilados también encuentran campos de actividades y no se abandonan a la indiferencia. De esta manera luchan contra el sentimiento de inutilidad. La rutina propia de la vejez, de la que hablaba Simone de Beauvoir (1989) no aparece en los medios donde prima una imagen positiva y vital que, aunque no se corresponda totalmente con la realidad, sirve de pauta para mostrar las condiciones posibles de los mayores. Por consiguiente el miedo al cambio, el temor a la adaptación, desaparecen ante una situación de

confianza en sí mismos. Incluso en los mayores más tradicionales de las series televisivas su experiencia acumulada configura un valor añadido que proporciona raíces profundas a las que poder anclarse en los tiempos y situaciones difíciles o confusas. En cierta medida, la nostalgia de la tradición se muestra simultáneamente con el atractivo de la modernización. Así por ejemplo, los abuelos de la serie *el Hijo de la Isla* transmiten su cultura a sus descendientes pero son conscientes de la adaptación requerida para que no desaparezca su forma de vida. Por esta razón, aceptan los nuevos hábitos y la tecnología que mejoren sus condiciones personales y los hacen compatibles con sus creencias y tradiciones.

En síntesis, los medios presentan un modelo de persona mayor que deja atrás los estereotipos negativos de esta etapa del ciclo de vida. En cierta forma, se reproduce el imaginario cultural del envejecimiento formado por héroes y heroínas que rechazan vigorosamente los roles y estatus derivados de los grupos de edad (Featherstone y Hepworth, 1991). Los personajes representados procuran, generalmente, ocultar los cambios derivados del proceso de envejecimiento, no escatimando en medios físicos ni en la apariencia de cualidades propias de la juventud como la vitalidad, el entusiasmo, el gusto por la novedad y la adaptación al cambio, de manera que muestran posibles vías de acción o medidas que se pueden adaptar a los contextos personales de la audiencia.

Las buenas condiciones sociales y físicas les facilitan la posibilidad de iniciar, con espíritu alegre y dispuesto, nuevos proyectos que, a su vez, les proporcionan una esperanza de futuro. No obstante, no se oculta el esfuerzo necesario para conseguir triunfar profesional y personalmente. El mensaje que se desprende puede resumirse en la siguiente fórmula: *"la fortuna sonríe a los audaces si su labor se acompaña del esfuerzo y la perseverancia"*.

Los personajes representados ofrecen un mensaje de amor a la vida que refleja las tendencias emergentes en el campo cultural como el declinar de la significación de la edad en la sociedad contemporánea (Featherstone y Hepworth, 1990). Los mensajes transmiten una sensación de bienestar asociada a las buenas condiciones de su etapa vital, *"mi experiencia es buena, porque si a esta edad estás bien contigo mismo la vida es placentera. Yo disfruto conmigo mismo porque sigo por mi camino y éste me satisface"* (Clint Eastwood). En general, todos los medios difunden el amor a la vida porque como recuerda Antonio Garrigues: *"La vida es un misterio como la muerte. Pero la aventura de la vida, porque es*

una gran aventura para cada hombre y cada mujer que viene a este mundo, es maravillosa".

7.3. REFLEXIONES EN TORNO AL MODELO DE REPRESENTACION DE LAS PERSONAS MAYORES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION

Del análisis de la representación de las personas mayores en los medios de comunicación seleccionados se puede deducir que existe un modelo bastante homogéneo con escasa presencia de personajes relacionados con los dos estereotipos tradicionales, positivos y negativos. En general, las personas mayores aparecen reflejadas en buenas condiciones de presencia física y de estado de ánimo, así como con satisfactorias relaciones familiares, sociales y profesionales. Estos personajes corresponden a un tercer modelo asociado a los grupos de edad más jóvenes entre los mayores que muestra una presencia pujante en todas las sociedades (Bell, 1992; Davis y Davis, 1986, Harris y Feinberg, 1977; Instituto Nacional de Servicios Sociales, 1991b; Paillat, 1994; Torrijos, 1989).

El modelo presenta unas características positivas puesto que sirve para difundir y legitimar nuevas conductas. En primer lugar, sirve para que las personas de este grupo de edad conozcan y acepten los roles necesarios para asumir un nuevo estadio del ciclo de vida que requiere modelos de comportamiento adecuados a sus necesidades. En segundo lugar es útil para que el resto de la sociedad acepte estas formas de actuar. Además este tipo de representaciones difunden la idea de flexibilidad de los roles sociales, de manera que cada individuo tiene la capacidad y la responsabilidad de adaptarse a las nuevas circunstancias. El énfasis en los valores de juventud con sus características asociadas -valor, energía, entusiasmo, alegría- influye en los modelos de personas mayores que, aunque asumen las características positivas de la vejez -sabiduría, serenidad, sensatez-, intentan ocultar ciertas transformaciones físicas inherentes al paso del tiempo así como los problemas que puedan derribar su buena imagen.

No obstante, se echa en falta la presencia de otro tipo de personajes que representen escenas relacionadas con las principales problemáticas propias de la vida cotidiana de este grupo de edad (jubilación, salud, problemas económicos, fallecimiento de

familiares y amigos, etc.). Esta situación puede provocar una falta de identificación de algunos grupos de personas que ven demasiado lejanas las propuestas de los medios de comunicación. En las escasas ocasiones que en los medios analizados se presentan estas circunstancias difíciles aparecen soslayadas, resaltándose el aspecto positivo del valor y coraje que hace falta para resolver los problemas. Tal vez, la presencia normalizada de personajes que muestren momentos de debilidad y asuman algunas de las problemáticas expuestas sirviese para difundir conductas apropiadas que favorezcan el desarrollo de soluciones necesarias.

A MODO DE CONCLUSION

Desde la Antigüedad ha habido un interés en dividir las edades del hombre en etapas diferenciadas, relacionadas con ciertas características físicas y psicológicas, así como con un conjunto de roles que las distintas sociedades consideran adecuados para cada fase. De esta forma, el ciclo de vida se constituye en función de la propia evolución personal del individuo relacionada con sus experiencias y su proceso de maduración, en un contexto de regulación social que hace de la edad un criterio de estratificación muy importante (Buchmann, 1989; Hareven, 1982a; Riesco, 1993).

Puesto que el ciclo vital es un constructo multifactorial cuya consideración resulta ambigua y contradictoria, históricamente se ha dado una evolución de las diferentes fases que lo conforman adaptándose a las distintas circunstancias de cada época. La tendencia general ha sido un despliegue de nuevas etapas que han afectado, sobre todo, a la infancia y la vejez. Si durante los siglos XVI y XVII la infancia tuvo un momento decisivo que dio lugar a su definitiva consolidación como un periodo diferente (Ariès, 1987), a partir del siglo XIX se aprecia un cambio trascendental en la situación de las personas mayores que van perdiendo el estatus derivado del control económico, político y social (Cowgill, 1972; Cowgill y Holmes, 1972, 1978; Fisher, 1978). En la actualidad se asiste a una remodelación del ciclo vital que incide, especialmente, en las etapas de transición de la juventud a la madurez y de la madurez a la vejez.

El considerable incremento de la esperanza de vida al nacimiento, que solamente en España ha supuesto un aumento del 78% en la vida media desde principios de siglo (Juárez y Renes Ayala, 1994), es uno de los factores que ha contribuido a modificar la pirámide de población y que afecta a la transformación del ciclo vital. *“La transición demográfica conocida actualmente por todas las sociedades se ha caracterizado por un notable crecimiento demográfico, el descenso de la mortalidad ha precedido al de natalidad. El proceso continúa y algunos demógrafos no dudan en hablar de una segunda transición demográfica que sería, de alguna manera, la imagen invertida de la precedente y se*

caracterizaría por un decrecimiento de la población, dado que la disminución de la mortalidad no compensaría el descenso de la natalidad. Esta segunda revolución demográfica se traduciría en una mutación de la estructura demográfica que evolucionaría hacia una forma límite rectangular. El aumento, sin precedentes en la historia, de la proporción de edades avanzadas, hace prever una verdadera revolución demográfica de la tercera edad" (Attias-Donfut, 1987:119).

Debido al incremento del número de personas mayores y a sus buenas condiciones físicas, los investigadores del ciclo de vida constatan un aumento de las teorías que pretenden delimitar las últimas etapas del mismo (Crandall, 1991). Del análisis de las distintas teorías e investigaciones que desde la perspectiva de la psicología y la sociología han estudiado el colectivo de personas mayores, se deduce que no hay acuerdo unánime ni a la hora de establecer el comienzo de la vejez, ni para delimitar las subetapas de esta fase. Para emplazar el inicio de la tercera edad, generalmente, se utiliza un criterio de tipo cronológico relacionado con la regulación legal del fin del trabajo, en torno a los 65 años. Sin embargo, se constata que la salida precoz del mercado laboral reformula la definición social de la categoría de vejez y sus fronteras (Guillemard, 1994a); de forma que la flexibilidad de la jubilación y la mejora de las condiciones personales de este grupo de población hacen que algunos autores se replanteen este principio (Cicurel, 1989; Moody, 1994; Vallés y Lea D'Ancona, 1994)

Respecto a la división de la última fase del ciclo vital, se aprecia la necesidad de distinguir entre un grupo muy heterogéneo de personas que comprende edades y momentos muy amplios, desde los 60/65 años en adelante; muchas veces la distinción se organiza en función de la salud y la capacidad de valerse por sí mismos. Desde la perspectiva de las generaciones se contempla la presencia de dos generaciones situadas tras el fin del trabajo (Attias Donfut 1988; Fundación La Caixa, 1994; Gaullier, 1988) y desde el punto de vista de la teoría del ciclo de vida, se observa que el grupo más joven entre los mayores se encuentra en una etapa diferenciada de la vejez. Este colectivo de personas de edades comprendidas entre 60 y 70 años comparten algo más que pertenecer a un grupo de edad similar, puesto que sus experiencias comunes les diferencian de la generación más joven, integrada en el

mundo laboral, y de la generación más mayor que hace tiempo integró el grupo de personas jubiladas.

La observación de algunas pautas de conducta de esta generación permite comprobar la emergencia de nuevas expectativas entre este colectivo. La familia se mantiene como un elemento fundamental de relación que permite establecer lazos entre diferentes generaciones, los estudios teóricos y las investigaciones coinciden en resaltar la importancia de las responsabilidades familiares como un marco adecuado para que las personas mayores se conviertan en guías de los más jóvenes, desarrollando la capacidad de liderazgo y favoreciendo su integridad emocional (Benloch Ruiz, Celada Pérez y Fuster Chuliá, 1993; Erikson, 1982; Fundación la Caixa, 1993, 1994; Spitze, Logan, Joseph y Lee, 1994). Al mismo tiempo la familia constituye un escenario de aprendizaje para las personas mayores que sufren un proceso de socialización a la inversa, desde sus hijos y nietos. En este caso, los mayores se benefician del aprendizaje de unas pautas de conducta que les facilitan la integración en la sociedad (Mead, 1971; Negre, 1993).

La configuración del nuevo arte de envejecer se difunde a través de la proliferación de actividades deportivas adaptadas, viajes organizados, salidas, participación en actividades educativas y de voluntariado social, etc. (Badou, 1989; Paillat, 1994). La importancia de estas prácticas deriva de su propio carácter innovador y de la cultura que deja entrever; suponen la posibilidad de desarrollar roles sociales adecuados a sus potencialidades que les permiten configurar un estilo de vida integrado y diferente de los estereotipos negativos del anciano pasivo, sin iniciativa ni entusiasmo. Esta organización de un modo propio de vivir que se plasma tanto en el cuidado físico y la apariencia personal como en el desarrollo de un conjunto de roles, supone un elemento importante para este colectivo que se enfrenta con el inicio de las últimas fases del ciclo de vida y rechaza la identificación con la vejez.

Las diferencias entre la edad cronológica y la edad cognitiva ahonda las diferencias entre los comportamientos de los mayores y las pautas previas preestablecidas. Esta confrontación se establece en un momento especialmente importante puesto que, por un lado, a nivel individual se requiere una readaptación de la identidad que asimile y acomode las experiencias y los procesos de cambio personal propios de este momento (Krauss

Whitbourne y Weinstock, 1986). Por otro lado, a nivel social se constata un proceso de transformación y ampliación de las posibilidades de intervenir en la propia trayectoria personal (Buchmann, 1989; Friedman 1994; Giddens, 1991; Jameson, 1994; Kellner, 1992; Marcus, 1992). La modernidad derriba los modelos de identidad estables propios de épocas anteriores y establece un sistema personalizado; en este sentido, la sociedad espera que los individuos sean capaces de construir su propia identidad y en consecuencia, se asumen como agentes de un devenir cuya responsabilidad provoca sentimientos confrontados de angustia y libertad (Buchmann, 1989; Kellner, 1992). En el caso de las personas mayores el proceso se complica por constatarse una ausencia de modelos adecuados que ayuden a consolidar el proceso de identificación, puesto que los modelos tradicionales, en los que fueron socializados, proceden de un periodo muy distinto y no mantienen su validez (Muchnick, 1984). En este contexto, los medios de comunicación constituyen un elemento importante que trasmite y difunde referencias de comportamiento sobre realidades y conductas adaptadas a las nuevas circunstancias.

Se constata que los medios de comunicación constituyen un escenario de relaciones que influyen en los procesos de formación de la identidad (Kellner, 1992; Mafessoli 1990; Stevenson, 1995; Wolf, 1994b). Dichos medios han encontrado una buena aceptación en el conjunto de la población que mantiene un contacto diario con ellos, principalmente con la televisión. De tal forma que, actualmente, el consumo audiovisual constituye una de las prácticas de ocio más difundidas entre la población española³⁹.

Si la búsqueda de la identidad necesita una ubicación en el mundo que se concreta en la adecuación a unos roles socialmente aceptados, la adaptación de la identidad a un contexto social cambiante requiere unos procesos sociales determinados por la estructura social (Berger y Luckmann, 1986:216). En este contexto, los medios de comunicación son parte esencial de los procesos de comunicación de las sociedades modernas. En sus descripciones aportan interpretaciones de la realidad y proponen unos modelos culturales que

³⁹ Ver capítulo 4, *Modelos sociales y medios de comunicación*.

se interiorizan en el proceso de socialización, de tal forma que constituyen un substrato, una cierta concepción del mundo y de sí mismo en el mundo, fundamento de la mayor parte de los actos individuales (Donegani y Lescanne, 1982:11). Aunque raramente se examinan o se verbalizan, sin embargo sostienen las percepciones, los comportamientos y la expresión de las opiniones. Se trata de sistemas simbólicos que permiten comprender el mundo, aunque se encuentran marcados por la ambivalencia y la afectividad. No son percibidas más que de manera indirecta a través de los comportamientos y las opiniones determinantes de los individuos. Los modelos de los medios de comunicación ayudan a alcanzar un sentido de identidad⁴⁰, nos enseñan a resolver ciertas situaciones e, informalmente, nos socializan (Asa Berger, 1991). Es decir, puesto que la identidad se corresponde con la interiorización de la imagen externa, los medios de comunicación proporcionan un proceso de interacción a distancia, donde se muestran conductas diferentes (Friedman, 1994; Kellner, 1992; Maffesoli, 1990; Meyrowitz, 1985; Stevenson, 1995).

Las personas desarrollan construcciones subjetivas y compartidas de la realidad, a partir de lo que leen, escuchan o miran, por tanto su conducta personal y social puede ser modelada, parcialmente, por las interpretaciones aportadas por los medios, especialmente cuando tiene escasas fuentes alternativas de información. Otras instituciones mediadoras como la familia o la escuela también intervienen de forma activa en la generación de representaciones colectivas, en consecuencia el consumo y efectos de los medios difieren en relación al contexto en que se consumen, de manera que la internalización sólo se produce si se llega a la identificación con los personajes. El proceso de aprendizaje vicario (Bandura, 1987; Bandura y Walters, 1974) permite establecer respuestas de correlación con las conductas del modelo, especialmente cuando se cumplen dos requisitos, en primer lugar el sujeto que observa tiene unas capacidades mínimas para imitar las respuestas presentadas y,

⁴⁰ "La identidad se forma por procesos sociales, una vez cristaliza, es mantenida, modificada o aun reformada por las relaciones sociales. Los procesos sociales involucrado, tanto en la formación como en el mantenimiento de la identidad, se determinan por la estructura social" (Berger y Luckmann, 1986:216)

en segundo lugar, cuando el modelo muestra unos símbolos de éxito derivados o asociados a la repetición de dichas conductas.

El sistema de relación entre los medios de comunicación y la estructura social que se ha tomado como punto de referencia en esta tesis, establece una relación de interdependencia entre los medios de comunicación y la audiencia, de manera que se asume a los medios como espejo, molde o consecuencia de la sociedad, en otras palabras cualquier tipo de relación salvo la independencia (McQuail, 1994). De esta manera, se establece un modelo de interrelación que integra a la sociedad, los medios y el público desde un conjunto de influencias recíprocas que explica las modificaciones de aptitudes y conducta de la audiencia, especialmente cuando se conjuntan una serie de condiciones de confianza en los medios con la necesidad de referencias externas por parte de la audiencia (De Fleur y Ball-Rokeach, 1986). Este sistema contempla al público como un elemento activo cuyo ascendente sobre los personajes representados supone un elemento de vital importancia.

Los mayores conscientes de que los roles tradicionales según los cuales se suponía que debían pasar los últimos años de vida activa, no están vigentes, deben afrontar dicha etapa del ciclo de vida sin que conlleve unas renunciaciones en distintas áreas de realización personal, por el contrario se le presentan una multiplicidad de opciones, entre las que se encuentran nuevas posibilidades de experiencias emocionales y de expresión (Torrijos, 1989). Los media transmiten la situación y les hacen conscientes de la misma a través de las series televisivas, las noticias de otros países, las entrevistas con otras personas de su edad; de manera que los personajes que aparecen en los medios de comunicación proporcionan experiencias vicarias, informan, refuerzan valores y creencias y ofrecen una variedad de usos y gratificaciones. Como señala Torrijos (1989:198) "*se les va informando de quienes y qué pueden ser y sentir, de cómo comportarse en las nuevas situaciones y de cómo integrarse en la utilización de bienes y servicios que la nueva sociedad va poniendo a su alcance*".

Por esta razón, se eligió establecer un sistema de análisis de contenidos que permitiese conocer la presencia y los modelos de representación propuestos por los medios de comunicación de masas durante el año natural, Abril 1992-Marzo 1993. Los datos comprenden información procedentes de las revistas, suplementos dominicales de periódicos

y programas de televisión emitidos en los horarios de más audiencia durante el periodo seleccionado.

Del análisis y discusión de los resultados obtenidos en la parte empírica de la tesis, se deduce que la frecuencia de aparición de los mayores en los medios de comunicación analizados es similar a su peso demográfico. Esta presencia no es homogénea, ya que es menor en la televisión y en las revistas de información general, pero resulta bastante superior en las entrevistas de los suplementos dominicales de los periódicos. Por tanto, frente a la intuición de su ausencia, se puede decir que los mayores no están ocultos en los medios de comunicación, sino que su mayor peso demográfico se manifiesta en una comparecencia continuada en todos los medios analizados.

Por otra parte, no todos los grupos de mayores tiene una representación en la proporción adecuada a su peso demográfico, las mujeres aparecen en menos ocasiones que los hombres; especialmente en los suplementos dominicales, donde la mayor parte de los personajes son entrevistados en función de su éxito profesional. Pero además, se puede intuir que la imagen femenina que basa su atractivo físico en la edad influye en su menor presencia mientras que los hombres mayores gozan de un atractivo que se mantiene más años y que, además, se asocia a su estatus social y profesional.

Se puede generalizar un modelo de persona mayor con características comunes en todos los medios, aunque con ciertas derivaciones; la imagen general es una simbiosis entre vejez y juventud, con aceptación de la edad pero marcada por un espíritu abierto y juvenil. Se aprecia una limitada presencia de modelos tradicionales centrados en el hogar, dependientes de los jóvenes o aislados de la comunidad.

La televisión presenta mayores variaciones de personajes de esta edad, especialmente en las series de humor. El tratamiento en las series cómicas permite utilizar la ironía para presentar tanto a los personajes más modernos como a los más tradicionales y reflejar estereotipos que representan aspectos negativos -avaricia, soledad, ambición, incompreensión-. De esta forma, algunos personajes sirven de contrapunto para simbolizar características negativas y, por ende, no deseables ni emulables.

La escasa presencia de modelos alternativos de personas mayores ayuda a la difusión coherente de un modelo común, favoreciendo su recepción. Sin embargo, los medios analizados tienden a idealizar las personas mayores, sus personajes suelen mostrar los aspectos positivos, especialmente la ilusión por vivir, el coraje y la apertura mental que les permite adaptarse a nuevas situaciones. En todos los medios se presenta una imagen que, en general, tiene elementos similares por su apariencia juvenil, y su personalidad dinámica, volcada en su familia y su trabajo. Los mayores, transmiten entusiasmo y energía, además se convierten en asesores de los personajes más jóvenes respecto a temas personales o laborales. Estos personajes carecen de los problemas económicos, de salud y soledad que las personas mayores padecen en la vida real. En otras palabras, constituyen un ideal que se caracteriza como un periodo positivo de crecimiento y desarrollo personal con múltiples posibilidades de acción.

La vida de lujo, que representan las revistas del corazón y algunas series televisivas, se convierte en una fuente de escape de la vida cotidiana, desempeñando así una de las principales funciones de los medios de comunicación: el entretenimiento (Lhul, 1988). Los personajes de este tipo de programaciones suelen representar un ideal poco relacionado con las condiciones de vida de la audiencia. Sin embargo, la representación analizada tiene relación con el colectivo de personas mayores, especialmente en el esfuerzo por identificarse como un grupo diferente al estereotipo de tercera edad.

Todos los medios otorgan gran importancia a la familia. El núcleo familiar proporciona un escenario para el desarrollo de roles de significado valioso para el colectivo de personas mayores puesto que les permite desempeñar tareas de responsabilidad que compensan la pérdida de las obligaciones laborales, favorecen la integración y desarrollan el sentimiento de utilidad. Esta transformación se lleva a cabo en un contexto general de flexibilidad de las etapas del ciclo de vida que limita la influencia del factor edad, modificando los esquemas rígidos de desarrollo de la identidad personal (Featherstone y Hepworth, 1991).

Puesto que los medios de comunicación constituyen un elemento imprescindible de la sociedad actual para todos los grupos sociales, la presencia de este colectivo en los medios y la imagen que se ofrece sirve para reflejar cual es el modelo social y su correlación con la

vida real. Los medios transmiten una imagen que, hoy por hoy, es un modelo cultural que *"afecta a un sector reducido de la población, pero que se nos muestra en expansión, abierto como proyecto, y cuya evolución dependerá de los modelos sociales que desarrollen las futuras políticas económicas, tanto estatales como privadas"* (Torrijos, 1989:185).

Como todo proyecto de investigación, el desarrollo de esta tesis doctoral ha supuesto una necesidad de acotar el campo de estudio y posponer la investigación de áreas colaterales. Durante este tiempo, se han planteado abundantes preguntas que podrían dar lugar a nuevos trabajos de investigación relacionados con los mayores y los medios de comunicación. A la vista de las conclusiones expuestas, para finalizar esta investigación se sugieren algunos temas que pueden completar los resultados obtenidos:

1. Un análisis longitudinal que compare la evolución de las frecuencias y los modelos de personas mayores en los medios de comunicación. Sería interesante conocer si con el paso del tiempo la presencia se incrementa y da lugar a una mayor variedad de modelos.
2. La radio es uno de los medios preferidos de las personas mayores, pero debido a las peculiaridades de este medio, sin imagen visual, su sistema de análisis debería ser diferente al realizado. Por esta razón, se propone un análisis de contenido de los modelos de personas mayores que aparecen en los programas de radio.
3. Un estudio de audiencias que permitiese conocer el impacto real de los modelos presentados, tanto en las actitudes de los otros grupos de población hacia los mayores como en las conductas del propio grupo de edad.
4. En último lugar, sería interesante conocer las diferencias entre los modelos presentados en los medios de comunicación general, como los analizados, y los medios especializados en las personas mayores. Esta comparación permitiría comprender la relación entre los intereses específicos del colectivo y su representación para grupos generales.

Las reflexiones expuestas demuestran que los cambios de los modelos de representación de las personas mayores afectan a todos los medios analizados. Por tanto, no es posible ignorarlos o considerarlos fenómenos marginales o sectoriales sino que su relación con la vida cotidiana de un importante colectivo de ciudadanos requiere la atención de los investigadores y estudiosos del tema.

BIBLIOGRAFIA

- Achenbaum, W.A. (1978). Old age in the new land: the american experience since 1790. Baltimore: John Hopkins University Press.
- Aguilera Gamoneda, J. y Aguilera Moyano, M. (1989). Nueva dimensión de los medios audiovisuales. Madrid: Mitre.
- Alba, V. (1992). Historia social de la vejez. Barcelona: Laertes.
- Alberdi, I. (Dirección) (1995). Informe sobre la situación de la familia en España. Madrid: Ministerio de Asuntos Sociales.
- Altman, Y. (1984). Elderly people and the environment. New York: Plenum Press.
- Alvarez Sousa, A. (1994). El ocio turístico en las sociedades industriales avanzadas. Barcelona: Bosch Turismo.
- Ang, I. (1991). Melodramatic identifications: television fiction and women's fantasy en M.E. Brown (Ed.), Television and women's culture. The politics of the popular (pp.75-88). London: Sage.
- Ang, I. (1996). Living room wars. Rethinking media audiences for a postmodern world. London:Routledge.
- Aranguren, J.L. (1992). La vejez como autorrealización personal y social. Madrid: Ministerio de Asuntos Sociales.
- Arcand, B. (1989). La construction culturelle de la vieillesse en R. Santerre y G. Létourneau (Eds.), Vieillir à travers le monde. Contribution à une gérontologie comparée (pp. 95-105). Québec: Les Presses de l'Université Laval.
- Arfeaux-Vaucher, G. (1990). La prejubilación en Francia en Fundación Caja de Pensiones (Ed.), La prejubilación en España ¿un reto para el futuro? (pp.131-138). Barcelona: Fundación Caja de Pensiones.
- Ariès, P. (1987). El niño y la vida familiar en el Antiguo Régimen (N.García Guadilla, trad). Madrid: Taurus (publicación original 1973).
- Asa Berger, A. (1992). Analyzing media and popular culture from a cross-cultural perspective en F. Kőrzenny y S. Ting-Toomeym (Eds.), Mass media effects across cultures (pp.11-22). London: Sage.
- Asa Berger, A. (1991a). Media analysis techniques. Revised edition. Newbury Park: Sage. (primera edición 1982).
- Asa Berger, A. (1991b). Media research techniques. Newbury Park: Sage.
- Attias-Donfut, C. (1986). Les Nouveaux Retraités, un Groupe Social Novateur?. Loisir et Société, 9 (2), 377-401.

- Attias-Donfut, C. (1987). Consecuencias sociales del envejecimiento. El envejecimiento, una oportunidad para las sociedades del futuro en Fundació La Caixa (Ed.), La ancianidad en el año 2000. Una visión prospectiva. Gerontología y sociedad (pp.117-128). Barcelona: Fundació La Caixa.
- Attias-Donfut, C. (1988). Sociologie des Générations. Paris: Presses Universitaires de France.
- Attias-Donfut, C. (1992). Générations et repères culturels. Loisirs et Société, 15 (2). 419-435.
- Attias-Donfut, C. (1994). Sociología de las generaciones en Seminario Cooperación Intergeneracional: nuevas perspectivas de desarrollo social (pp.45-55). Barcelona: Fundación La Caixa.
- Attias-Donfut, C. y Neveu, M. (1992) Loisir, Générations et Parcours de Vie. Loisir et société, 15 (2). 436-450.
- Attwood, L. (Ed.). (1993). Red women on the silver screen. Soviet women and cinema from the beginning to the end of the communist era. London: Pandora Press.
- Aveni Casucci, M^a.A. (1989). Realidad actual de las relaciones afectivas y sexuales entre los ancianos y perspectivas de futuro en Afectividad y sexualidad en la ancianidad (pp.235-252). Barcelona: Fundació Caixa de Pensions.
- Ayala, L., Martínez, R. y Ruiz-Huerta, J. (1995). Las rentas de las personas mayores en Senior Españoles para la Cooperación Técnica (Ed.), Las actividades económicas de las personas mayores (pp.201-234). Madrid: SECOT.
- Badou, G. (1989). Les nouveaux vieux. Belfond: Le Pré aux Clercs.
- Bahr, H.M., Déchaux, J.H. y Astiehr, K. (1995). Evolución de los vínculos familiares: padres e hijos adultos en S. Langlois y S.del Campo (Eds.), ¿Convergencia o divergencia? Comparación de tendencias sociales recientes en las sociedades industriales (pp.153-220). Bilbao: Fundación BBV.
- Balandier, P. (1985). Le détour. Paris: Tayard.
- Bandera, J. (1993). Interacción y elaboración de la identidad en la tercera edad, en P. Sanchez Vera (Ed.), Sociedad y población anciana (pp.77-110). Murcia: Universidad de Murcia.
- Bandura, A. y Walters, R.H. (1974). Aprendizaje social y desarrollo de la personalidad (A. Riviére, trad.). Madrid: Alianza. (publicación original 1963).
- Bandura, A. (1987). Pensamiento y acción: fundamentos sociales (M.Zaplana, trad.). Barcelona: Martínez Roca. (publicación original 1980).
- Barrallo Villar, G. (1990). Edad y deporte. Bilbao:Desclée de Brouwer.

- Barthes, R. (1980). Mitologías (H.Schmucler, trad.). Madrid: Siglo XXI. (publicación original 1957).
- Bazo, M^a. T. (1990). La sociedad anciana. Madrid: CIS.Siglo XXI.
- Bazo, M^a.T. (1992a). La ancianidad del futuro. Barcelona: SG.Ed.
- Bazo, M^a.T.(1992b). La ancianidad a través de los/as jóvenes Papers, 40. 57-73.
- Bazo, M^a.T. (1993). Abuelos y nietos: la familia como centro privilegiado de intercambio entre generaciones en Año Europeo de las personas mayores y de la solidaridad entre generaciones. Premio Bancaixa de Investigación 1993 (pp.269-373). Barcelona: Bancaixa.
- Bazo, M^a.T. (1994). El envejecimiento como proceso biosocial: la historia de la vida, un método de análisis en Fundación La Caixa (Ed.), Seminaro Cooperación Intergeneracional: nuevas perspectivas de desarrollo social (pp.57-84). Barcelona: Fundación La Caixa.
- Bell, J. (1992). In search of a discourse on aging. The elderly on television. The Gerontologist, 32 (3). 305-311.
- Beauvoir, de S. (1989). La vejez (A. Bernárdez, trad), Barcelona: Edhasa. (publicación original 1970).
- Bengoechea, J. y Errasti, J.M. (1994). El futuro de las pensiones en Información Comercial Española. Revista de Economía, 736, diciembre. 145-167.
- Benlloch Ruiz, V., Celada Pérez, M^a.A. y Fuster Chuliá, P. (1993) Actividad versus inactividad en Año Europeo de las personas mayores y de la solidaridad entre generaciones. Premio Bancaixa de investigación 1993 (pp.183-268). Barcelona: Bancaixa.
- Berger, P. y Luckmann, T. (1986). La construcción social de la realidad (S. Zuleta, trad.). Buenos Aires: Amorroutu-Murgia (publicación original 1968).
- Binstock, R.H. y George, L. (Eds). (1990). Handbook of aging and the social sciences. San Diego: Academic Press.
- Birren, J. y Schaie, K.W. (1991). Handbook of the psychology of aging. San Diego: Academic Press. (primera edición 1991).
- Bloch, P. (1993). Involvement with adornments as leisure behavior. An exploratory study. Journal of Leisure Research, 25 (3). 245-262.
- Blumer, H. (1982) El interaccionismo simbólico. Barcelona: Ed.Hora.
- Bond, J., Brigarcia, R. y Coleman, P. (1990). The study of aging en J. Bond y P. Coleman (Eds.). Aging in society. An introduction to social gerontology (pp. 154-178). London: Sage.

- Bond, J. y Coleman, P. (1990). Aging in society. An introduction to social gerontology. London: Sage.
- Boorstin, D. (1987). The Image. A guide to pseudo-events. New York: Atheneum.
- Bourdieu, P. (1979). La distinction. Critique sociale du jugement. Paris: Les Editions de Minuit.
- Brown, M.E. (Ed.). (1991). Television and women's culture. The politics of the popular. London: Sage.
- Bruckner, P. (1992). Por una cultura de la seducción en V. Verdú. (Ed.), Nuevos amores. Nuevas familias (pp.55-70). Barcelona: Tusquets Editores.
- Brubaker, T. (1985). Later life families. Beverly Hills: Sage.
- Buchmann, M. (1989). The script of life in modern society. Entry into adulthood in a changing world. Chicago: Univ. Chicago Press.
- Burkitt, I. (1991). Social selves. Theories of the formation of personality. London: Sage.
- Burns, T. (1967). A meaning in every day life en New Society. 243. 25.
- Butler, R.N. (1975). Why survive? Being old in America. New York: Harper & Row.
- Bytheway, B. (1990). Age en S. Peace (Ed.), Researching social gerontology. Concepts, methods and issues (pp. 9-18). London: Sage.
- Bytheway, B., Keil, T., Allat, P. y Bryman, A. (Eds.). (1990). Becoming and being old. Sociological approaches to later life. London: Sage.
- Camilleri, C. (1979). Identité et changements sociaux. Point de vue d'ensemble en P. Tap (Ed.) Identités collectives et changements sociaux. Coloque International production et affirmation de l'identité. Toulouse 1979 (pp.331-342). Toulouse: Privat.
- Caplow, T. y Mendras, H. (1995). Introducción. ¿Convergencias o divergencias? en S. Langlois y S.del Campo (Eds.), ¿Convergencia o divergencia?. Comparación de tendencias sociales recientes en las sociedades industriales (pp. 17-42). Bilbao:Fundación BBV.
- Carey, J. (Ed.). (1988). Media, myths and narratives. Television and the press. Newbury Park (CA): Sage.
- Cassou, B. (1994). Vieillesse et capacité de travail. Gérontologie et Société. 70. 190-192.
- Castro de, A. (1990). La tercera edad: tiempo de ocio y cultura. Madrid: Narcea.
- Centro de Investigaciones de la Realidad Social (1991). El uso del tiempo. Madrid: CIRES.

- Centro de Investigaciones de la Realidad Social (1992a). Encuesta Tercera edad. Madrid: CIRES
- Centro de Investigaciones de la Realidad Social (1992b). Medios de Comunicación. Madrid: Boletín CIRES Diciembre.
- Centro de Investigaciones de la Realidad Social (1992c). La realidad social en España 1990-91. Madrid: CIRES.
- Centro de Investigaciones de la Realidad Social (1993). Familia y uso del tiempo. Madrid: Boletín CIRES Febrero.
- Centro de Investigaciones de la Realidad Social (1994). La cultura como consumo. Madrid: Boletín CIRES Abril
- Centro de Investigaciones de la Realidad Social (1995). Encuesta Tercera edad. Madrid: CIRES
- Chapkins, W. (1988). Beauty secrets. Women and the politics of appearance. London: The Women Press.
- Cherlin, A.J. y Furstenberg, F.F.jr. (1992). The new american grandparent. A place in the family, a life apart. Cambridge: Harvard University Press.
- Chislom, L. & Bergeret, J.M. (1991). Les jeunes dans la Communauté Européenne: vers un programme pour la recherche et pour la politique. Louxemburg: Task Force Ressources Humaines. Education, Formation Jeunesse, Commission des Communautés Européennes.
- Cicurel, M. (1989). La génération inoxydable. Paris: Bernard Grasset.
- Clark, D. (1991). Cagney & Lacey: feminist strategies of detection en E. Brown (Ed.), Television and women's culture (pp. 117-133). London: Sage.
- Clemente, A. (1996). Psicología del desarrollo adulto. Madrid: Narcea.
- Cole, T.R., van Tassel, D.D. y Kastenbaum, R. (Eds.) (1992). Handbook of the humanities and aging. New York: Springer Publishing Company.
- Collier, M.J. (1994). Cultural identity and intercultural communication en C.Samovar y R. Porter (Eds.). Intercultural communication. A reader (pp.228-257). Belmont: Wadsworth.
- Colvez, A. y Robine, J.M. (1984). Esperance de vie sans incapacité à 65 ans en Les âges de la vie. VII Colloque de Démographie (pp.103-108). Paris: PUF.
- Connell, I. (1992). Personalities in popular media en P. Dahlgren y C. Sparks (Eds.), Journalism and popular culture (pp.64-83), London: Sage.
- Conseil Economique et Social. (1993). Les activités d'utilité sociale des retraités et des peronnes âgées. Gérontologie, 88, 16-23.

- Convey, C.H. (1983). Higher education and older people: some theoretical considerations. Part I. Educational Gerontology, 9. 1-13
- Coutier, D., Camus, Y. y Sarkar, A. (1990). Tercera edad. Actividades físicas y recreación (A. Frazier, trad.). Madrid: Gymnos, S.A. (publicación original 1980).
- Cowgill, D. (1972). A theory of aging in cross-cultural perspective, en D.O. Cowgill y L.D. Holmes (Eds.), Aging and modernization theory (pp. 1-14). New York: Appleton-Century-Crofts.
- Cowgill, D.O. y Holmes, L.D. (Eds.) (1972). Aging and modernization. New York: Appelton-Century-Crofts.
- Cowgill, D. y Holmes, L. (1978) Ageing and Modernization en An Ageing Population. Oxford: Oxford University Press.
- Crandall, R.C. (1991). Gerontology. A behaviour science approach. New York: Mc.Graw-Hill. (segunda edición).
- Creedon, P. (1989). Women in mass communication. Challenging gender values. London: Sage.
- Cuenca, M. (1995). Temas de pedagogía del ocio. Bilbao:Universidad de Deusto.
- Cumming, E. & Henry, W.H.(1961). Growing old. The process of disengagement. New York: Basic Books.
- CCE. (1993). Les attitudes face au vieillissement. Principaux résultats d'une enquête de l'Eurobarometre. Luxembourg: Commission des Communautés Européennes.
- Dahlgren, P. y Sparks, C. (Eds.). (1992). Journalism and popular culture. London: Sage.
- Dannefer, D. (1984). Adult development and social theory: a paradigmatic reappraisal. American Sociological Review, 49. 100-116.
- Davis, R.H. y Davis, J.A.(1985). Tv's image of the elderly: a practical guide for change. Lexington, MA:Lexington Books/D.C:Heath.
- De Fleur, M.L. y Ball-Rokeach, S. (1986). Teorías de la comunicación de masas (Alcina Theveret, trad). Barcelona: Paidós. (publicación original 1966).
- Delisle, M.A. (1992). Les loisirs: de la préretraite au quatrième âge. Loisirs et Société, 15 (2). 607-642.
- Demos, J. y Demos, V. (1969). Adolescence in historical perspective. Journal of Marriage and the Family, 84. 284-287.
- Denzin, N. (1992). Symbolic interactionism and cultural studies. The politics of interpretation. Oxford: Blackwell.

- Denzin, N. (1991). Images of Postmodern Society. Social theory and contemporary cinema. London: Sage.
- Díez Nicolas, J. (1996). Los mayores en la Comunidad de Madrid. Estudio sobre las necesidades y recursos para la tercera edad. Barcelona:Fundación Caja Madrid.
- Donegani, J.M. y Lescanne, G. (1982). Les raisons de vivre des français de 20 à 40 ans. Paris: Le Centurion.
- Dumazedier, J. (1989). Révolution culturelle du temps libre. Paris: Méridiens Klincksieck.
- Duncan, B. (1992). Los medios de comunicación como motor del cambio de la percepción de la discapacidad por parte del público en Instituto Nacional de Servicios Sociales (Ed.). Discapacidad e información (pp.13-28). Madrid:INSERSO.
- Durant, P. (1938). The problem of leisure. London: Routledge & Sons.
- Drucker, P.F. (1989). Las nuevas realidades (P. Suárez Herranz y J.M. Suárez Campos, trads.) Barcelona: Edhasa. (publicación original 1989).
- Echeverría, J. (1995). Cosmopolitas domésticos. Barcelona: Anagrama.
- Elias, N. (1987). El proceso de la civilización: Investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas (R.García Cotarelo, trad.). Madrid: Fondo de Cultura Económica. (publicación original 1977).
- Erikson, E. (1982). The life cycle completed. A review. New York: W.W. Norton & Company.
- Erikson, E. (1983) Infancia y sociedad. (N. Rosenblatt, trad.). Buenos Aires: Paidós Home (novena edición).
- Escobar de la Serna, L. (1991). La cultura del ocio. Madrid: Eudema.
- Europe Sociale. (1993). 1993: Année européenne des personnes âgées et de la solidarité entre les générations. Commission des Communautés Européennes. Direction Générale de l'Emploi, des Relations Industrielles et des Affaires Sociales.
- Eurostat. (1993). Statistiques rapides. Population et conditions sociales. Luxembourg: CCE.
- Fagoaga, C. (1993). Género, sexo y élites en los medios informativos en F. Ortega, C. Fagoaga, M^a.A. García de León y P. del Río, (Eds.), La flotante identidad sexual. La construcción del género en la vida cotidiana de la juventud (pp. 97-118). Madrid: Comunidad de Madrid.
- Farrell, P. y Lundegren, H. (1991). The process of recreation programming. Theory and technique. State College: Venture.

- Featherstone, M. (1987). Leisure, symbolic power and the life course en J. Home, D. Jary y A. Tomlinson (Eds.). Sport, leisure and social relations (pp.112-138). London: Routledge.
- Featherstone, M. (Ed.). (1990). Global culture: nationalism, globalization and modernity. London: Sage
- Featherstone, M. y Hepworth, M. (1990). Ageing and old life: reflections on the postmodern life course en B. Bytheway, T. Keil, P. Allat y A. Bryman (Eds.), Becoming and being old. Sociological approaches to later life (pp.143-157). London: Sage.
- Featherstone, M. y Hepworth, M. (1991). The mask of ageing and the postmodern life course en M. Featherstone, M. Hepworth y B.S. Turner (Eds.), The body. Social process and cultural theory (pp.371-389). London: Sage.
- Fericgla, J.M. (1992). Envejecer: una antropología de la ancianidad. Barcelona: Anthropos.
- Fernández Arenal, M. (1992). El público como sujeto activo en la producción de mensajes informativos. La Laguna: Universidad de La Laguna.
- Fernández Pombo, A. (1991). La tercera edad en la prensa. Inédito.
- Fisher, D.H. (1978). Growing old in America. New York: Oxford University Press.
- Fiske, J. (1990). Women and quiz shows: consumerism, patriarchy and resisting pleasures en E. Brown (Ed.), Television and women's culture (pp.134-143). London: Sage.
- Fowles, J. (1992). Why viewers watch. A reappraisal of television's effects. Newbury Park (CA): Sage.
- Friedman, J. (1994). Cultural identity and global process. London: Sage.
- Fundació Caixa de Pensions (Ed.). (1989). Afectividad y sexualidad en la ancianidad. Barcelona: Fundació Caixa de Pensions.
- Fundación La Caixa (Ed.). (1993). Solidaridad intergeneracional. Barcelona: Fundación La Caixa.
- Fundación La Caixa (Ed.). (1994). Mayores y adolescentes. Estudio de una relación. Barcelona: Fundación La Caixa.
- Fundación Caja Madrid. (Ed.). (1994). El voluntariado de las personas mayores. Jornadas las personas mayores en Europa hoy, futuro. Madrid: Fundación Caja Madrid.
- Gallego, J. (1990). Mujeres de papel. La prensa femenina en la actualidad. Barcelona: Icaria.
- García-Durant de Lara, J.A. (1995). Preparando la sucesión en Seniors Españoles para la Cooperación Técnica (Ed.), Las actividades económicas de las personas mayores (pp.313-324). Madrid: SECOT.

- García Ferrando, M. (1991). Los españoles y el deporte. Un análisis sociológico. Madrid: Consejo Superior de Deportes.
- Gaullier, X. (1988). La deuxième carrière. Ages, emplois, retraites. Paris: Seuil.
- Gaullier, X. (1990). La mutations des âges. Le Débat, 61. 116-137.
- Gaullier, X. (1994). La décennie de la retraite. Gérontologie et Société, 70. 95-135.
- Gerbner, G. (1969). The analysis of communication content. New York: Killey.
- Gibson, H. y Yiannakis, A. (1993). Patterns of tourist role preference across the life course en I. Henry (Ed.), Leisure Studies Association Third International Conference. Leisure in different worlds. Loughborough: Loughborough University.
- Giddens, A. (1984). The constitution of society. Cambridge: Polity Press.
- Giddens, A. (1991). Modernity and self-identity. Self and society in the late modern age. Standford: Standford University Press.
- Ginn, J. y Arber, S. (1993). Ageing and cultural stereotypes of older women en J. Johnson y R. Slater (Eds.), Ageing and later life (pp.60-67). London: Sage.
- Gobierno Vasco (Ed.). (1995). Plan gerontológico de Euskadi (1994). Vitoria: Gobierno Vasco. Departamento de Justicia, Economía, Trabajo y Seguridad Social.
- Goffman, E. (1993). La presentación de la persona en la vida cotidiana. Buenos Aires: Amorrortu. (publicación original 1959)
- Grande, I. (1993). Marketing estratégico para la tercera edad. Pozuelo de Alarcon: ESIC.
- Grande, I. (1995). El perfil de los consumidores mayores en Senior Españoles para la Cooperación Técnica (Ed.), Las actividades económicas de las personas mayores (pp.275-290). Madrid: SECOT.
- Greene, R. (1986). Social work with the aged and their families. New York: Aldine de Gruyter.
- Gruner, K., Gruner, S. y Beatty, S. (1989). Cross-cultural research on consumer values. Marketing and Research Today, February. 30-39.
- Gubern, R. (1993). Espejo de fantasmas. De John Travolta a Indiana Jones. Madrid: Espasa Calpe.
- Guillemard, A.M. (1986). Le déclin du social. Paris: Presses Universitaires de France.
- Guillemard, A.M. (1994a). Age, emploi et retraites: quelles perspectives?. Gérontologie et Société, 70. 149-153.

- Guillemard, A.M. (1994b). Estilos de vida y políticas sociales sobre el envejecimiento en Europa en Fundación Caja Madrid (Ed.) El voluntariado de las personas mayores. Jornadas las personas mayores en Europa hoy: futuro (pp.39-76). Madrid: Fundación Caja Madrid.
- Hagestad, G. (1990). Social perspectives on the life course en R.H. Binstock y L. George (eds), Handbook of aging and the social sciences (pp. 59-67). San Diego: Academic Press. (tercera edición).
- Hareven, T. (1982a). Family time and industrial time. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hareven, T. (1982b). The life course and aging in historical perspective, T. Hareven y K.Adams (Eds.), Ageing & life course transitions. An interdisciplinary perspective (pp. 1-26). New York: Tavistock.
- Hareven, T. y Adams, K. (Eds.). (1982). Ageing & life course transitions. An interdisciplinary perspective. New York: Tavistock.
- Harris, A. y Feinberg, J. (1977). Television and aging: is what you see what you get? The Gerontologist, 17. pp 464-468.
- Harris, D.K. (1990). Sociology of aging. New York: Harper & Row Publishers. (segunda edición).
- Harris, R.J. (1994). A cognitive psychology of mass communication. Hilledale (NJ):Lawrence Erlbaum Associates Publishers. (primera edición 1988).
- Havighurst, R.J. (1961). Successful aging. The Gerontologist, 1. 1-13.
- Havighurst, R.J. y Feingbaum, K. (1968). Leisure and life-style en B.L. Neugarten y S.S. Tobin (Eds.), Middle age and aging (pp.347-353) Chicago: University of Chicago Press.
- Havighurst, R.J, Neugarten, B. y Tobin, S.S. (1968). Disengagement and patterns of aging en B.L. Neugarten y S.S. Tobin (Eds.), Middle age and aging (pp.161-172) Chicago: University of Chicago Press
- Heller, A. (1987). Sociología de la vida cotidiana (J.F. Yvars y E. Pérez Nadal, trad.). Barcelona: Ed.Península (publicación original 1970) (primera edición en castellano 1977)
- Hepworth, M. y Featherstone, M. (1982). Surviving middle age. Oxford: Basil Blackwell.
- Herce Sanmiguel, J.A. (1995). Actividad, jubilación y pobreza en España: 1981-1991. en Senior Españoles para la Cooperación Técnica (Ed.), Las actividades económicas de las personas mayores (pp. 185-200). Madrid: SECOT.
- Hernández, T. (1987). Usos teóricos y usos comunes: lo popular y la investigación de la comunicación en Comunicación y culturas populares en latinoamérica. Seminario del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (pp.21-37). México: Gustavo Gili.

- Hieber, R.E. y Reuss, C. (Eds.). (1988). Impact of mass media. New York: Longman.
- Hockey, J. y James, A. (1993). Growing up and growing old. Ageing and dependency in the life course. London: Sage.
- Hooyman, N.R. y Kiyak, H.A. (1993). Social gerontology. Boston: Allyn and Bacon.
- Huberman, M. (1974). Looking at adult education from the prospective of adult life cycle. International Review of Education, 20 (2). 117-135.
- Hurd, M.D. (1990). Research on the elderly: economic status, retirement, consumption and saving. Journal of economic literature, 38. 565-637.
- Iglesias de Ussel, J. (1994). Familia en Fundación Foessa, Informe Sociológico sobre la situación social en España. Sociedad para todos en el año 2000 (pp.415-547). Madrid: Foessa.
- Instituto Nacional de Estadística. (1991). Indicadores sociales. Madrid: Instituto Nacional de Estadística.
- Instituto Nacional de Estadística. (1994). Censo de población y vivienda 1991. Características generales de población. Tomo I. Resultados nacionales. Madrid: Instituto Nacional de Estadística.
- Instituto Nacional de Seguridad Social. (1993). Memoria estadística 1992. Madrid: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social
- Instituto Nacional de Servicios Sociales (1989). El ocio en la Tercera Edad. Estudio sociológico sobre el programa de vacaciones. Madrid: Ministerio de Asuntos Sociales.
- Instituto Nacional de Servicios Sociales. (1990). La tercera edad en España: necesidades y demandas. Un análisis de la encuesta sobre necesidades sociales y familiares de la tercera edad. Madrid: Ministerio de Asuntos Sociales.
- Instituto Nacional de Servicios Sociales. (1991a). La tercera edad en España: datos cuantitativos. Proyecciones de la población española de 60 y más años para el periodo 1986-2010. Madrid: INSERSO.
- Instituto Nacional de Servicios Sociales. (1991b). Jornadas sobre medios de comunicación y tercera edad. Madrid: INSERSO.
- Instituto Nacional de Servicios Sociales. (1991c). Jornadas sobre minusvalías y medios de comunicación. Madrid: INSERSO.
- Instituto Nacional de Servicios Sociales (Ed.). (1992). Discapacidad e información. Madrid: INSERSO.

- Insua, P. (1994). Los medios de comunicación social en el proceso de socialización de los jóvenes vascos en AA.VV. El proceso de socialización en los/las jóvenes de Euskadi (pp.135-148). Vitoria: Gobierno Vasco, Dpto de Cultura.
- Jameson, F. (1984). Postmodernism or the cultural logic of the late capitalism. New Left Review, 146. 53-92.
- Jamieson, A. (1994). Informe de evaluación. Acciones comunitarias para las personas mayores de 1991 a 1993 incluido el año europeo de las personas mayores y de la solidaridad entre las generaciones. Luxemburgo:Comunidad Europea.
- Jahoda, M. (1987). Empleo y desempleo: un análisis socio-psicológico (J.L. Alvaro Extremina, trad.). Madrid: Morata.
- Johnson, J. y Slater, R. (Eds.). (1993). Ageing and later life. London: Sage.
- Johnson, J. y Falkingham, J. (1992). Ageing and economic welfare. London: Sage Publications.
- Jordana Laguna, J.L. (1994). Informe del programa de guías voluntarios para enseñar los museos de España a niños, jóvenes y jubilados. Inédito.
- Juárez, M. y Renes Ayala, V. (1994). Población, estructura y desigualdad social en Fundación FOESSA, Informe sociológico sobre la situación social en España. Sociedad para todos en el año 2000 (pp.145-405). Madrid: Fundación Foessa.
- Kalish, R. (1991). La vejez. Perspectivas sobre el desarrollo humano (J.M. Cosado, trad.). Madrid: Pirámide. (publicación original 1982)
- Kastenbaum, R., Denkin, V., Sabatini, P. y Artt, S. (1981). "the ages of me": toward personal and interpersonal definitions of functional ageing. R. Kastenbaum (Ed.), Ageing in the new scene (pp.57-73). New York: Springer.
- Katz, E., Gurevitch, M. y Haas, H. (1973). On the use of the mass media for important things. American Sociological Review, 38(April). 164-181.
- Katz, E. y Lazarsfeld, P. (1955). Personal influence. The part played by people in the flow of mass communication. Glencoe: Free Press.
- Katz, E. y Tamas, S. (Eds.) (1981). Mass Media and social change. London: International Association of Sociology y Sage.
- Katz, S., Branch, L.G., Branson, M.H., Papsidero, J.A., Beck, J.C. & Greer, D.S. (1983). Active life expectancy. New England Journal of Medicine, 309. 1218-1224.
- Keith, J. (1990). Age in social and cultural context: anthropological perspectives en R.H. Binstock y L. George (Eds), Handbook of aging and the social sciences (pp.91-111). San Diego: Academic Press.

- Kellner, D. (1992). Popular culture and the construction of postmodern identities en S. Lash y J. Friedman (Eds.), Modernity & Identity (pp. 141-177). Oxford: Basil Blackwell.
- Kelly, J. (1983). Leisure identities and interactions. London: Allen & Unwen Hyman.
- Kelly, J. (1990). Leisure and aging: a second agenda. Loisirs et Société. 13 (1). 145-167.
- Kelly, J. (1993). Activity and aging. Staying involved in later life. Newbury Park: Sage.
- Korzenny, F. y Ting-Toomey, S. (1992). Mass Media effects across cultures. London: Sage.
- Krauss Whitbourne, S. y Weinstock, C. (1986). Adult development. New York: Praeger.
- Krippendorff, K. (1980). Content analysis. An introduction to its methodology. Beverly Hills: Sage.
- Laczko, F. (1990). Between work and retirement: becoming "old" in the 1980s en B. Bytheway, T. Keil, P. Allat y A. Bryman (Eds); Becoming and being old. Sociological approaches to later life (pp.24-40). London: Sage.
- Lara, A. (1991). El cine y la tercera edad. Inédito.
- Laslett, P. (1978). The history of ageing and the aged en V. Carver y P. Lidiard (Eds.), An ageing population (pp.6-34). Oxford: Oxford University Press.
- Lash, S. y Urry, J. (1994). Economies of signs and space. London: Sage.
- Lazarsfeld, P.F., Berelson, B y Gaudet, H. (1944). The people choice: how the voter makes up his mind in a presidential campaign. New York: Duell, Sloan y Pearce.
- Lazarsfeld, P. y Merton, R.K. (1982). Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada en M. Moragas Spa (Ed.), Sociología de la comunicación de masas (pp.171-191). Barcelona: Gustavo Gili.
- Lazar, J. (1991). Sociologie de la communication de masse. Paris: Armand Colin.
- Legare, J. (1986). Esperance de vie en bonne santé en Colloque de la Chaire Quetelet. Populations âgées et évolution grise. Louvaine: Université Catholique de Louvaine.
- Létourneau, G. (1989). L'étude comparative du vieillissement en R. Santerre y G. Létourneau (Eds.), Viellir à travers le monde. Contribution à une gérontologie comparée (pp.13-30). Québec: Les Presses de l'Université Laval.
- Levinson, D. (1980). Toward a conception of the adult life course en N. Smelser y E. Erikson (Eds.), Themes of work and love in adulthood (pp.265-289). Cambridge: Harvard Univ.Press.
- Levinson, D., Darrow, C., Klein, M. y McKee, B. (1978). The season's of a man life. New York: Knopf.

- López-Pumarejo, T. (1987). Aproximación a la telenovela. Madrid: Cátedra.
- Lhul, J. (Ed.) (1988). World families watch television. London: Sage.
- Maddox, G.L. (Ed.) (1987). The encyclopedia of aging. New York: Springer Publisher Company.
- Maffesoli, M. (1990). El tiempo de las tribus. El declive del individualismo en las sociedades de masas (B. Moreno Carrillo, trad.). Madrid: Icaria. (publicación original 1988).
- Manfredo, M.J. y Bright, A.D. (1991). A model for assessing the effects of communication on recreationists. Journal of Leisure Research, 23, 33-49.
- Mannheim, K. (1972). The problem of generation en Essays on the sociology of knowledge. London: Kegan & Paul (publicación original 1928).
- Marcus, G. (1992). Past, present and emergent identities: requirement for ethnographies of late twentieth-century modernity worldwide en S.Lash y J.Friedman (Eds.), Modernity & Identity (pp. 309-330). Oxford: Basil Blackwell.
- Martín-Barbero, J. (1987). Procesos de comunicación y matrices de cultura. Itinerario para salir de la razón dualista. México D.C.: Gustavo Gili.
- Martín García, A.V. (1994). Educación y envejecimiento. Barcelona: Barcelona Universitat PPU.
- Martín Serrano, M. (1977). La mediación social. Madrid: Akal.
- Martín Serrano, M. (comp.) (1981). Teoría de la comunicación. Madrid: Universidad Menéndez Pelayo.
- Martín Serrano, M. (1986). La producción social de la comunicación. Madrid: Alianza Universidad.
- Mata, M.C. (1987). Cuando la comunicación puede ser sentida como propia. Reflexiones sobre una experiencia popular en Comunicación y culturas populares en latinoamérica. Seminario del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (pp.216-229). México: Gustavo Gili.
- McCall, G. (1987). The structure, content, and the dynamics of self: continuities in the study of role-identities en K. Yardley y T. Honess (Eds.), International interdisciplinary conference on self & identity. Psychosocial perspectives (pp.133-145). Chichester: John Wiley & Sons.
- McLuhan, M. (1969). La comprensión de los medios como extensión del hombre (R. Palñazón, trad.). México: Ed.Diana. (publicación original 1964)
- McQuail, D. (1976). Sociología de los medios masivos de comunicación. (S. Kutnowsky, trad.). Buenos Aires: Paidós. (publicación original 1969)

- McQuail, D. (1992). Media performance. Mass communication and the public interest. London: Sage.
- McQuail, D. (1994). Mass communication theory. An introduction. London: Sage. (primera edición 1983) (tercera edición).
- Mead, M. (1971). Cultura y compromiso. Estudio sobre la ruptura generacional (E.Goligorsky, trad.). Buenos Aires: Granica editor.(publicación original 1970).
- Meyer, J.W. (1988). Levels of analysis: the life course as a cultural construction en M.W. Riley (Ed.), Social structures & human lives (pp.49-62). Beverly Hills (CA): Sage.
- Meyrowitz, J. (1985). No sense of place. The impact of electronic media on social behaviour. New York: Oxford University Press.
- Miguel de, M. (1994). Salud y sanidad en Fundación FOESSA Informe sociológico sobre la situación social en España. Sociedad para todos en el año 2000 (pp.828-1086). Madrid: Foessa.
- Ministerio de Cultura (Ed.). (1991). Equipamientos, prácticas y consumos culturales de los españoles. Madrid:Ministerio de Cultura.
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (1993). Las vacaciones de los españoles en 1992. Madrid: MICYT.
- Midlarsky, E. y Kahama, E. (1994). Altruism in later life. Thousand Oaks (CA):Sage.
- Modell, J, Furstenberg, F y Hershberg, T. (1976). Social change and transitions to adulthood in historical perspective en Journal of Family History, 1. 7-32.
- Modleski, T. (Ed.) (1986). Studies in entertainment. Critical approaches to mass culture. Bloomington: Indiana University Press.
- Moles, A. (Ed.) (1975). La comunicación y los mass media (J.J. Ferrero, trad.). Bilbao: Ed.Mensajero. (publicación original 1971).
- Moles, A. (1981). Acción a distancia y estructura social en M. Martín Serrano (comp.), Teoría de la comunicación (pp.111-132). Madrid: Universidad Menendez Pelayo.
- Moller, V. (1994). Intergenerational relations in a society in transition: a South African case study. Ageing and Society, 14 (2). 8-19.
- Monedero, C. (1976). Psicología evolutiva v sus manifestaciones psicopatológicas. Madrid: Instituto Nacional de Psicología Aplicada y Psicotécnica.
- Moody, H.R. (1994). Aging. Concepts and controversies. Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press.
- Moragas Moragas, R. (1989). La jubilación. Un enfoque positivo. Barcelona:Grijalbo.

- Moragas Moragas, R. (1991). Gerontología social. Envejecimiento y calidad de vida. Barcelona: Herder.
- Moragas Spa, M. (Ed.). (1982). Sociología de la comunicación de masas. Barcelona: Gustavo Gili.
- Moragas Spa, M. (1992). Los juegos de la comunicación. Las múltiples dimensiones de los Juegos Olímpicos. Madrid: Fundesco.
- Morin, E. (1960). The starts. New York: Globe Press.
- Muchinick, E. (1984). Hacia una nueva imagen de la vejez. Buenos Aires: Belgrano.
- Muñoz, S. (1994). Barrio e identidad. Comunicación cotidiana entre las mujeres de un barrio popular. México.D.F.: Trillas.
- Murdock, G. (1993). Communications and the constitution of modernity. Media, Culture and Society, 15. 521-539.
- Naville, P. (1956). Essai sur la qualification du travail. Paris:Lib.M. Rivière.
- Negre Rigol, P. (1993). El ocio y las edades. Estilos de vida y oferta lúdica. Barcelona: Ed.Hacer.
- Neugarten, B. (Ed.) (1968). Middle age and aging. A reader in social psychology. Chicago: The University of Chicago Press.
- Neugarten, B. (1970). The old and the young in modern societies en E.Shanas (Ed.), Aging in contemporary society (pp.13-24). London: Sage.
- Newman, B.M. y Newman, P.R. (1987). Development through life: a psychosocial approach. Chicago, IL: the Dorsey Press.
- OCDE. (1990). El futuro de la protección social y el envejecimiento de la población. Madrid: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.
- Oomen-Ruijten, R. (1993) Introducción, Coloquio la solidaridad entre las generaciones. Bruselas, Fundación Adenauer, pp.6-8
- Ortega y Gasset, J. (1958). La rebelión de las masas. Madrid:Austral. (publicación original 1937).
- Osgood, D.W. y Lee, H. (1993). Leisure activities, age and adult roles across the lifespan. Loisir et société, 16. (1). 181-208.
- Paillat, P. (1994). Discrimination fondée sur l'âge exercée contre les travailleurs âgés de la Communauté Européenne. Gérontologie et Société, 70, 193-199.
- Parlamento Europeo. (1993). Coloquio: la solidaridad entre las generaciones. Bruselas: Fundación Konrad Adenauer.

- Peace, S. (Ed.). (1990). Researching social gerontology. Concepts, methods and issues. London: Sage.
- Pearce, W.B. (1989). Communication and the human condition. Carbondale (IL): Southern Illinois University Press.
- Peirano, L. (1987). Televisión y cultura popular: el caso de los programas cómicos en la televisión de Perú en Seminario del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. Comunicación y Culturas populares en Latinoamérica (pp.277-301). México: Gustavo Gili.
- Perkinson, H. (1991). Getting better. Television and moral progress. New Brunswick: Transaction Publisher.
- Pinillos, J.L. (1992). Realidad y mitos de la tercera edad en A. Reig Ferrer y D. Ribera Domene, Perspectivas en gerontología y salud (pp.102-115). Valencia: Editorial Promolibro.
- Pineau, C. (1994). Programme en education physique et sportive. EPS. Education Physique et Sport, 245.60-65.
- Piñuel Reigada, J.L., Gaitán Moya, J.A. y García Lomas, J.I. (1987). El consumo cultural. Un método de análisis y un ejemplo de su aplicación. España (1978-1983). Madrid: Fundamentos.
- Pitaud, P. (1994). Identificación social de los grupos de edad y solidaridad entre las generaciones en Fundación La Caixa (Ed.), Mayores y Adolescentes. Estudio de una relación (pp.195-218). Barcelona: Fundación La Caixa.
- Pizarroso, A. y Rivera, J. (1994). Corazones de papel. Sensacionalismo y prensa del corazón en España. Barcelona: Planeta.
- Press, A.L. (1990). Class, gender and femaleviewer: womens response to *Dinasty* en E. Brown (Ed.), Television and women's culture (pp.158-182). London: Sage.
- Pronovost, G. (1992). Générations, cycles de vie et univers culturels. Loisirs et Société. 15 (2). 437-460.
- Quito, E.S. (1984). La valeur en tant que facteur de l'action sociale. Revue Internationale des Sciences Sociales, 102. 637-648.
- Rapaport, R. y Rapaport, R. (1975). Leisure and the family life cycle. London: Routledge & Kegan Paul.
- Real, M.R. (1989). Super media. A cultural studies approach. Newbury Park (CA): Sage.
- Reig Ferrer, A. (1992). Stress y estado de salud en personas ancianas, en A. Reig Ferrer y D. Ribera Domene, Perspectivas en gerontología y salud (pp.116-164). Valencia: Editorial Promolibro.

- Reyes Matta, F. (1987). Televisión y mundo popular en el marco de los super-show en Seminario del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Comunicación y Culturas populares en Latinoamérica (pp.356-370). México D.F.: Gustavo Gili.
- Ribera Domene, D. (1992). Creencias, salud y vejez, en A. Reig Ferrer y D. Ribera Domene (Eds.), Perspectivas en gerontología y salud (pp.116-164). Valencia: Editorial Promolibro.
- Riesco, E. (1993). La ancianidad, un producto social en P. Sanchez Vera (Ed.), Sociedad y población anciana (pp.111-159). Murcia: Universidad de Murcia.
- Riesman, D. (1971). The lonely crowd. A study of the changing American character. Yale: Yale University Press. (veinticuatroava edición) (primera edición 1950)
- Riley, M.W. (1986). Overview and highlights of a sociological perspective en A.B. Sörensen, F. Weinert y L. Sherrod (Eds.), Human development and the life course: multidisciplinary perspectives (pp.153-175). Hillsdale, NJ:Erlbaum.
- Riley, M. W. (Ed.). (1988). Social structure and human lives. Newbury Park: Sage.
- Roda Fernández, R. (1989). Medios de comunicación de masas. Su influencia en la sociedad y en la cultura contemporanea. Madrid: CIS.Siglo XXI.
- Rodgers, W. (1982). Estimable functions of age, period, and cohort effects. American Sociological Review, 47. 774-787.
- Rodrigo Alsina, M. (1989). La construcción de la noticia. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Rokeach, M. (Ed.). (1979). Understanding human values: individual and societal. Free Press: New York.
- Rooke, C. (1992). Old age in contemporary fiction: a new paradigm of hope en T. Cole, D.D. Van Tassel y R. Kastembaum, (Eds.), Handbook of the humanities and aging (pp. 241-257). New York: Springer Publishing Company.
- Rose, A. (1968). The subculture of aging: a topic for sociological research B. Neugarten (Ed.), Middle age and aging (pp. 29-34). Chicago: The University of Chicago Press.
- Rosengren, S. (1981). Mass media and social change. Some current approaches en E. Kartz y T. Szecskö (Eds.), Mass media and social change (pp.247-263). London: Sage.
- Rosenmayr, L. (1979). Elements d'une théorie du vieillissement. Loisirs et Société, 2 (2). 277-306.
- Rosenmayr, L. (1982). Biography and Identity en T. Hareven y K. Adams (Eds.), Ageing & life course transitions. An interdisciplinary perspective (pp.27-53). New York: Tavistock.

- Roig, M. (1989). La mujer en la historia a través de la prensa. Francia, Italia, España siglos XVIII-XX. Madrid: Ministerio de Asuntos Sociales.
- Ruiz Olabuenaga, J.I. (1994). Ocio y Estilos de vida en Fundación FOESSA Informe sociológico sobre la situación social en España. Sociedad para todos en el año 2000 (pp.1881-2073). Madrid: Foessa.
- Ryder, N. (1965). The cohort as a concept in the study of social change. American Sociological Review, 30. 843-861.
- Saéz Narro, N. (1985). La tercera edad. Un acercamiento teórico y algunas implicaciones. Valencia: Promolibro.
- Samuel, N. y Romer, M. (1984). Le temps libre: un temps social. Paris: Librairie des Méridiens.
- Sánchez Granjel, L.S. (1991). Historia de la vejez Gerontología, Geriatria. Salamanca: Universidad de Salamanca.
- Sánchez Vera, P. (1993). Sociedad y población anciana. Murcia: Universidad de Murcia.
- Santerre, R. y Lérouneau, G. (Eds.) (1989). Viellir à travers le monde. Contribution à une gérontologie comparée. Québec: Les Presses de l'Université Laval.
- Scardigli, V. (1987). L'Europe des modes de vie. Paris: Centre National de la Recherche Scientifique.
- Seminario del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. (1987). Comunicación y Culturas populares en Latinoamérica. México.D.F.: Gustavo Gili.
- Sempere Navarro, A.V. (1993). Situación jurídica de los trabajadores de edad avanzada en P. Sánchez Vera (Ed.), Sociedad y población anciana (pp.193-211). Murcia: Universidad de Murcia.
- Senior Españoles para la Cooperación Técnica. (1994). Memoria de Actividades. Madrid: SECOT.
- Senior Españoles para la Cooperación Técnica. (Ed.). (1995). Las actividades económicas de las personas mayores. Madrid: SECOT.
- Serra Desfilis, E., Dato Muelas, C. y Leal Casa, C. (1988). Jubilación y nido vacío ; principio o fin?. Un estudio evolutivo. Valencia: Nau Llibres.
- Setién, M^a.L. (1993). Indicadores sociales de calidad de vida. Un sistema de medición aplicado al País Vasco. Madrid: CIS. Siglo XXI.
- Shanas, E. (ed). (1970). Aging in contemporary society. London: Sage.

- Shanas, E. (1970). What's new in old age? en E. Shanas (Ed.), Aging in contemporary society (pp. 5-12). London: Sage.
- Silverstone, R. (1987). Television myth and culture en J.Carey (Ed.), Media, myths and narratives. Television and the press (pp.20-47) London: Sage. Annual Reviews of Communication Research.
- Spitze, G., Logan, J.R., Joseph, G. y Lee, E. (1994). Middle generation roles and the well-being of men and women. Journal of Gerontology, 49 (3). 107-116.
- Stebbins, R.A. (1992). Amateurs, professionals and serious leisure. London: McGill-Queen's.
- Stevenson, N. (1995). Understanding media cultures. Social theory and mass communication. London: Sage.
- Stoller, P.E. y Gibson, C.R. (1994). Worlds of difference. Inequality in the aging experience. Thousand Oaks (CA): Pine Forge Press.
- Streib, G. y Binstock, R.H. (1990). Aging and the social sciences: changes in the field en R.H. Binstock y L. George (Eds.), Handbook of aging and the social sciences (pp.2-16). San Diego: Academic Press.
- Streib, G.F. y Bourg, C.F. (1984). Age stratification theory inequality and social change en R.F. Thomason (Ed.), Comparative Social Research (pp. 63-77). Greenwich: CT:JAI.
- Stryker, S. (1987). Identity theory: developments and estensions en K. Yardley y T. Honess (Eds.), International interdisciplinary on self & identity. Psychosocial perspectives (pp.89-103). Chichester: John Wiley & Sons.
- Suárez del Toro, J. (1995). Las personas mayores y su participación en Cruz Roja Española en Seniors Españoles para la Cooperación Técnica, (Ed.). Las actividades económicas de las personas mayores (pp.127-134). Madrid: SECOT.
- Supernaw, S. (1989). Battle for the grey market. The battle for market share: strategies in research and marketing. Sixteenth Annual Conference Proceedings, Travel and Tourism Research Association.
- Swaan de, A. (1995). Widening circles of identification: emotional concerns in sociogenetic perspective. Theory, Culture & Society, 12. 25-39.
- Tap, P. (Ed.). (1979). Colloque International. Identités collectives et changements sociaux. Production et affirmation d'identité. Toulouse: Privat.
- Thone, R.R. (1992). Women and aging: celebrating ourselves. New York: Haworth.
- Titmus, C. (Ed.). (1989). Lifelong education for adult. An international handbook. Oxford: Pergamon Press.

- Toffler, A.(1991). El cambio de poder Plaza Janes editores S.A. Barcelona. (publicación original 1991)
- Torre Cervigón, J.Mª. (1991). Televisión y tercera edad. Inédito.
- Torrijos, F. (1989). Tercera edad: del ocio a los "Mass Media" en Fundació Caixa de Pensions (Ed.). Afectivitat y sexualidad en la ancianidad (pp.183-202). Barcelona: Fundació Caixa de Pensions.
- Treats, J. y Bengston, V. (1982). The demographic of mid and later-life transition Annals of American Academy of Political and Social Sciences, 464, noviembre. 11-22.
- Ugés Llonch, J. (1995). Vitalicio inmobiliario en Senior Españoles para la Cooperación Técnica. Seniors Españoles para la Cooperación Técnica, Las actividades económicas de las personas mayores (pp.437-448). Madrid: SECOT.
- Vallés, M.S. y Cea d'Ancona, Mª.A. (1994) Los mayores en M. de Miguel (Ed.), La sociedad española 1993-94. Informe sociológico de la Universidad Complutense (pp.821-908). Madrid: Alianza.
- Van Harsseel, J. (1994). The senior travel market: distinct, diverse, demanding en W.F. Theobald (Ed.), Global tourism. The next decade (pp.363-377). London: Butterworth Heinemann.
- Verdú, V. (Ed.). (1992). Nuevos amores. Nuevas Familias. Barcelona: Tusquets Ediciones.
- Vilches, L. (1987). Teoría de la imagen periodística. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Vilches, L. (1990). La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión. Barcelona: Paidós comunicación (4ª edición)
- Villain Benito, J.L., Basterra Pérez, A. y Valle López, J.M. (1992). La Sociedad Española de los 90 y sus nuevos valores. Madrid: S.M.eds y Fundación Santamaria.
- Walker, A. y van Craeynest, D. (1993). Les attitudes des européens face au vieillissement et aux personnes âgées, Europe Sociale, 1, 33-40.
- Wolf, M. (1994a). Los efectos sociales de los media (L.Chiti, trad.). Madrid: Paidós. (publicación original 1992)
- Wolf, M. (1994b) Los medios de comunicación en la estructura de la identidad colectiva. La coexistencia de lo contradictorio, FUNDESCO, 159, diciembre, 13-18.
- Wolf, N. (1991). El mito de la belleza (L.Moreno, trad.). Emece: Barcelona. (publicación original 1991).
- Yankelovich, D. (1981). New rules. New York: Bantam Books.

- Yardley, K. y Honess, T. (Eds.). (1987). International interdisciplinary conference on self & identity. Psychosocial perspectives. Chichester: John Wiley & Sons.
- Yela, M. (1992). Psicología de la vejez: la mirada atrás, A. Roig Ferrer y D. Ribera Domene (Ed.), Perspectivas en gerontología y salud (pp.207-217). Valencia: Editorial Promolibro.
- Yiannakis, A. y Gibson, H. (1992). Roles tourist play, Annals of Tourism Research, 19, pp.287-303.
- Yonnet, P. (1988). Juegos, modas y masas (A.L. Bixio, trad.). Barcelona: Gedisa. (publicación original 1985).
- Zambrana, M. y Rodriguez, J.A. (1992). Deporte y Edad. Hacia una población más sana. Madrid: Campomanes.
- Zorrilla, R. (1990). El consumo del ocio. Vitoria: Dpto. Consumo, Gobierno Vasco.