



Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

**Campaña de difusión hacia públicos externos para el mantenimiento
de una vejez activa: Centro Cultural Aragón**

TESIS

**Que para obtener el título de Licenciado en Ciencias de la
Comunicación**

Presenta:

Denisse Gabriela González Urbina

Asesor: Adriana Reynaga Morales



Ciudad Universitaria, México D.F. 2014.



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

INDICE

INTRODUCCIÓN	1-2
• Capítulo I	
Importancia de la comunicación en las organizaciones	3
Introducción	3
La organización como sistema	4-7
El diagnóstico organizacional	8-11
Estrategia y Comunicación estratégica	12-17
• Capítulo II	
El adulto mayor	18
Introducción	18-19
El adulto mayor en México	20-22
Concepciones en torno a la vejez	23-30
• Capítulo III	
La organización: Centro Cultural Aragón	31
Introducción	31
La formación del INAPAM	32
Del INSEN al INAPAM	33-36
Centros Culturales	37-51
• Capítulo IV	
Herramientas de análisis y propuestas	52

Introducción	52
FODA	53-58
Cuestionario	59-74
Estrategias y propuestas	74-80
Conclusiones	81-84
Bibliografía consultada	85-87

Introducción.

La presente tesis tiene como finalidad diseñar una campaña de difusión para públicos externos dirigida a adultos mayores, específicamente del Centro Cultural Aragón, para dar a conocer las actividades que se realizan dentro de éste, haciendo uso de la comunicación estratégica y de herramientas de análisis como el diagnóstico organizacional, cuestionarios y FODA para a partir de ahí, generar las estrategias y propuestas pertinentes.

Dicho proyecto cobra relevancia, debido a que el sector de los adultos mayores no es muy estudiado en nuestro país, pese a que recientes estudios como el del Instituto de Geriatria, muestra que entre 2000 y 2010 la tasa de adultos mayores aumentó en un 3.8%. De igual manera el INEGI determina que estos porcentajes irán en aumento en los próximos años.

Resulta pertinente que se entienda la etapa por la cual cruza el adulto mayor, para conformar programas que beneficien a una mayor calidad y el fortalecimiento de estas personas, así como para dar continuidad a los procesos de aprendizaje y convivencia necesarios para su crecimiento personal.

Muchas de las necesidades que los adultos mayores desean cubrir, pueden verse en parte satisfechas a través de instituciones como el Centro Cultural antes mencionado, pues se les otorga la oportunidad de relacionarse con personas que comparten intereses comunes y realizar actividades que les ayuden a vivir este proceso de una manera más sencilla.

Por ello la hipótesis de la cual se parte es que si el Centro Cultural Aragón hace una mayor difusión de los servicios y actividades orientadas al adulto mayor, se puede generar una imagen de responsabilidad y apoyo hacia estos sectores de la sociedad, al mismo tiempo que se establecerán oportunidades de aprendizaje continuo que hagan posible la incorporación de estas personas a su entorno social a través de un desarrollo constante.

A partir del análisis de la organización, sus antecedentes y necesidades así como la incorporación de la comunicación tanto al interior como al exterior de esta institución, será más sencillo generar un plan que permita que la organización logre sus objetivos de difusión, para que sea más la cantidad de adultos mayores que aproveche sus servicios, al tiempo que se estará dando a este público una oportunidad de desarrollo y crecimiento, tanto físico como intelectual

Capítulo I. Importancia de la comunicación en las organizaciones.

Introducción.

En este capítulo se realizará una revisión de la relación que las organizaciones tienen con su entorno y la importancia de éste en su buen funcionamiento, haciendo ver que las características de los elementos que rodean a una organización son importantes al momento que ésta desea construir relaciones de intercambio de información con los públicos objetivos.

De igual manera, se dará importancia al uso del diagnóstico organizacional como herramienta fundamental para el conocimiento de una institución y como proceso que facilita la identificación de las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades para llevar a ésta a un mejor funcionamiento si se trabajan adecuadamente.

Si bien es cierto que en un principio las organizaciones eran vistas como entes mecánicos, la percepción ha cambiado con el paso de los años, pues actualmente se ha pasado de una visión mecanicista, a una visión donde se considera a la organización como un sistema influenciado por gran cantidad de personas, información y cambios del entorno, por lo que debe adaptarse a ellos y tomarlos en cuenta en la generación de mejores prácticas y construcción de mensajes.

Asimismo, se hablará de la importancia que la comunicación estratégica tiene como herramienta fundamental en la elaboración de mensajes emitidos desde la organización y hacia los públicos de su interés, puesto que no sólo se trata del trabajo realizado de manera interna, sino de la percepción que los públicos tengan de ésta y la aceptación que puedan generar.

Todo esto con el fin de presentar la importancia de la comunicación organizacional, al diseñar estrategias que permitan un mejor desempeño y construcción de relaciones con todos los involucrados en la consecución de las metas y objetivos establecidos y para la generación de mejores relaciones entre las organizaciones y el espacio en el cual inciden.

La organización como sistema.

Las organizaciones son sistemas complejos, donde interactúan distintos elementos para el logro de su buen funcionamiento. Toda organización está inmersa en un sistema más amplio, que es más extenso y complejo debido a la relación de elementos que lo componen.

Un sistema es un conjunto de elementos diferentes y diferenciados que organizados buscan alcanzar un fin específico. Dichos sistemas cuentan con una forma de estructura y organización propia que los diferencia de otros sistemas debido a que cuentan con unas funciones y orden determinado.

Anteriormente los sistemas eran vistos como entes biológicos, fue Bertalanffy¹ quien mencionó que los sistemas funcionaban como seres vivos, en los que cada parte tenía una función específica, de manera que si algún elemento fallaba, se ocasionaría un problema a nivel general.

Bertalanffy observaba al sistema como un ente constituido por partes con funciones específicas, de tal forma que si un elemento de ese sistema presentaba inconsistencias, dichas fallas tendrían repercusiones en su funcionamiento.

No obstante y con el paso del tiempo, algunos teóricos se dieron cuenta de que los sistemas no pueden ser tan mecánicos, sino que deben ser flexibles, debido a los variados elementos que los componen.

Si bien es cierto que las primeras teorías sentaron las bases para la comprensión de este tipo de sistemas, existen otras que no observan a los sistemas como entes mecánicos, sino que los ven como espacios en los que interactúan diferentes elementos de manera interna y externa para su buen funcionamiento.

Tal es el caso de teorías como la de Katz y Kahn², quienes observan a las organizaciones como sistemas abiertos al mencionar que “como sistema, la organización tiene un resultado, un producto o consecuencia que no necesariamente es idéntico a los propósitos individuales de los integrantes del grupo”.

¹ García, Rolando (2006). *Sistemas complejos*. México. Editorial Gedisa, p. 39.

² Katz, Daniel y Kahn, Robert (1977). *Psicología social de las organizaciones*. México. Editorial Trillas, p. 24.

Tal aseveración muestra que las organizaciones se ven influidas por un gran número de factores externos que repercuten en su funcionamiento y consecución de objetivos. No sólo debe observarse a la organización como elemento único, sino que deben tomarse en cuenta otros factores que inciden en ella y no necesariamente se generan desde el interior de ésta.

En el caso del Centro Cultural, del cual se hablará en capítulos posteriores, es importante recalcar que no sólo existe como una institución independiente con ciertos objetivos y metas a cumplir, pues hay un gran número de elementos que influyen en éste para su buen funcionamiento, ya sea la ubicación, el tipo de público al que van dirigidos sus servicios, prácticas internas y demás características a las cuales la institución debe darles importancia si quiere garantizar su permanencia dentro de un sistema más complejo.

Así, los sistemas abiertos deben contar con un buen cúmulo de información para analizarla y jerarquizarla en función de las necesidades y objetivos del mismo, para de esta forma reducir la incertidumbre que pueda originarse.

Si bien es cierto que dentro de una organización se fijan objetivos y procesos a seguir para su consecución, es importante aclarar que éstos pueden llevarse a cabo poniendo en práctica diversas tácticas, de acuerdo con el entorno y tipo de información con la que ésta cuenta.

Se puede hablar de una retroalimentación del sistema con otros elementos que se encuentran al exterior o de forma interna, pues las organizaciones no son del todo autosuficientes y necesitan de una constante actualización e intercambio con el entorno que las rodea, para ajustar la conducta futura de acuerdo con hechos pasados.

Como lo menciona García “los sistemas complejos que se presentan en la realidad empírica carecen de límites precisos”³, por ello decimos que a pesar de que una organización pueda encontrarse aparentemente delimitada geográficamente, existen otro tipo de elementos que influyen en ella.

³ *Ibíd.* P. 48.

Los sistemas son entes en constante cambio y movimiento, no pueden mantenerse estáticos porque podrían verse amenazados. Por ello deben contar con un intercambio e interacción con el exterior para reducir la incertidumbre y contar con una vasta cantidad de información que les permita contar con un aprendizaje específico y tomar acciones en consecuencia y así garantizar su supervivencia.

Como lo menciona Wiener “la diferencia capital y la dificultad provienen de que lo importante para la acción no es la cantidad de información, sino la proporción de ella que puede penetrar en un aparato de comunicación y acumulación en forma que sirva de estímulo a la actividad”⁴.

La complejidad exige que los sistemas vean más allá de su situación presente, pues si bien no se conoce el futuro de manera firme, se pueden generar acciones en el presente que aseguren el mantenimiento de los distintos sistemas en un entorno cambiante y con nuevos retos.

Así, el sistema debe ser flexible para tener la capacidad de modificarse y reestructurarse para crear una adecuada adaptación al entorno, pues si hablamos de un sistema rígido que no mantiene una interacción constante con el exterior será difícil que se mantenga y logre sobrevivir en un espacio determinado.

En el caso de la organización a analizar, es pertinente que realice un cambio de funcionamiento, debido a que su situación actual impide que nuevos públicos se acerquen para conocer sus servicios. De esta manera la organización deberá obtener información del público al que van dirigidas las actividades con las que cuentan, para entonces conformar una campaña de difusión que resulte efectiva.

Cuando una organización tiene problemas para lograr sus metas u objetivos o cuando se presentan complicaciones debido a que los mensajes de comunicación no fluyen de manera adecuada en ninguno de los públicos, es necesario que se realice un diagnóstico para determinar las áreas de oportunidad de las cuales la organización puede valerse para ser más productiva.

⁴ Wiener, Robert (1998). *Cibernética y sociedad*. Buenos Aires. Editorial Sudamericana, p. 87.

A continuación se hará mención de la importancia que tiene apoyarse en herramientas de análisis como el diagnóstico organizacional, para identificar las fortalezas o debilidades dentro de una institución y así lograr que funcione de manera adecuada y se acerque de mejor manera a sus objetivos, utilizando estrategias y mensajes adecuados según sus objetivos y necesidades.

El diagnóstico organizacional.

El diagnóstico organizacional es una herramienta de gran utilidad dentro de una organización, pues nos ayuda a determinar las debilidades o posibles oportunidades con los que la organización cuenta para mejorar. El diagnóstico organizacional según Darío Rodríguez⁵ “constituye una descripción, una explicación hecha por el observador, del operar de una organización determinada”.

Dicho diagnóstico debe ser un proceso que se lleve a cabo entre el agente externo que brindará las posibles soluciones o alternativas al problema, y los públicos tanto externos como internos con los que cuente la organización, pues sólo de esta forma se podrá tener un campo de información más amplio y se podrán identificar las necesidades de ésta.

Para esto es necesario tener la mayor cantidad de información posible en cuanto a la organización, como los antecedentes, identidad conceptual, situación actual y demás elementos que permitan la contextualización de la misma y la evaluación de sus condiciones.

Como lo menciona el autor “A partir de la información disponible o mediante la adquisición de nuevos antecedentes, se busca encontrar criterios que permitan hacer relevantes algunos elementos y dejar otros como el trasfondo, como el medio de contraste que hace que los primeros se destaquen”⁶.

Si bien es cierto que las organizaciones se constituyen y planifican buscando la realización de ciertos objetivos, también debe tomarse en cuenta que se encuentran en constante cambio y que las condiciones del medio pueden obligar a realizar ciertas modificaciones que en ocasiones no concuerdan con las metas planteadas.

Es necesario entonces formular estrategias que vayan dirigidas al logro de objetivos específicos de acuerdo con las necesidades de la organización, pues sólo de esta forma se estará dando una solución a la problemática principal de la organización y se estarán proponiendo soluciones para su mejora.

⁵ Rodríguez Mancilla, Darío. *Diagnóstico Organizacional*. Universidad Católica de Chile. México, 2005, p. 32.

⁶ *Ibíd.* p. 23.

Una de las herramientas de la cual se apoya el diagnóstico organizacional es el FODA, que nos permite identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas dentro de una organización, lo cual nos ayuda a contar con un panorama más específico para, de esta forma, comenzar a planear acciones que permitan a la organización acercarse a sus metas de una manera concreta.

El diagnóstico FODA ayudará a obtener los principios fundamentales bajo los cuales se plantearán las estrategias de acuerdo con las necesidades de la institución, para así optimizar su funcionamiento y generar mayor difusión.

De igual manera se puede hacer uso del análisis Porter, que pondera el entorno dentro del cual se ubica la organización para tomar acciones de acuerdo con las necesidades que se presenten dentro de éste. También se pueden aplicar entrevistas, cuestionarios u otras metodologías que nos permitan conocer a la organización y todas sus aristas para poder sugerir estrategias en beneficio de ésta.

Darío Rodríguez menciona⁷ “El diagnóstico organizacional resulta no sólo necesario sino imprescindible, como una forma de conocer las diferentes fuerzas y procesos a que está sometida la organización, y de ser capaz de utilizarlos en provecho de los fines que la organización haya definido para sí”.

Lawrence y Lorsch⁸ mencionan que no existe una mejor forma de organización. La organización debe ser diseñada para obtener en la mejor forma posible sus objetivos estratégicos y, en ese sentido, la estructura debe ser consecuencia de la estrategia.

Por ello resulta necesario dimensionar el problema, conocer sus alcances, definir la situación en que se encuentra la organización, identificando sus potencialidades, sus dificultades, sus fortalezas, sus debilidades y las áreas críticas que deberán ser enfrentadas en búsqueda de la solución.

⁷ *Ibíd.* p. 37.

⁸ *Ibíd.* p. 56.

Para comenzar a realizar un diagnóstico organizacional se debe contar con un objetivo específico, pues aunque la organización pueda contar con distintos problemas, se deben definir aquellos aspectos con los cuales se trabajará para elaborar estrategias adecuadas.

Es importante contar con un cronograma, tanto de manera personal, para determinar los tiempos en los cuales se realizará el diagnóstico y al mismo tiempo se necesita generar un cronograma para la organización, ya que una vez que se cuente con las estrategias, éstas deben tener ciertos periodos de aplicación y evaluación.

Los costos del plan de acción deben ser considerados por ambas partes, organización y consultor, pues si bien es cierto que algunas estrategias pueden resultar costosas, es importante que se aprenda a trabajar con los recursos con los que cuenta la institución y ajustarse a ellos para de esta manera, lograr una buena consecución de las actividades planteadas.

Para que el proceso de aplicación del diagnóstico organizacional quede más claro, se puede revisar el cuadro adjunto a este capítulo el cual explica de manera concreta los pasos a seguir para su elaboración



Metodología para realizar el Diagnóstico Organizacional. (Cuadro de elaboración propia).

Estrategia y Comunicación Estratégica.

La conducta estratégica es tan antigua como la existencia del hombre, debido a su necesidad de resolver conflictos empleando una alternativa que le permitiera conseguir objetivos específicos. La necesidad de sobrevivir y mantenernos con vida es una característica natural en los seres humanos, es por eso que el individuo busca modos de mantenerse dentro de las condiciones que le presenta su entorno.

Si bien es cierto que la estrategia comenzó viéndose como un elemento útil dentro del ámbito militar actualmente muchos de sus principios se aplican para dar solución a problemas que se dan en otros entornos y sistemas.

Beaufre⁹ distingue entre dos tipos de estrategias, la general y la operativa. La primera se refiere al proceso de armonizar las estrategias operativas repartiendo y combinando las tareas de las acciones de manera que se tenga una visión global. La segunda tiene que ver con la articulación entre el concepto y la ejecución, es decir, entre lo que se quiere y lo que se debe hacer de acuerdo con el análisis del entorno.

El término de comunicación estratégica es un concepto relativamente nuevo. No obstante, existen diversos elementos ayudan a crear planes que permiten conseguir una meta determinada.

Como menciona Rafael Pérez “Si bien la teoría estratégica no prestó atención especial a la comunicación, se reconoció que el grado de comunicación que pueda haber entre los participantes tienen una clara influencia en el resultado”¹⁰. De esta forma, se debe generar un alto nivel interactivo para que todos los integrantes tengan conocimiento de las acciones a realizar.

Resulta importante hacer hincapié en la diferencia entre los términos estrategia y el de comunicación. La primera solamente se refiere a la suma de tácticas y decisiones que nos ayudarán a conseguir un fin determinado, sin embargo, la estrategia de comunicación abarca un conjunto de técnicas que utilizan los comunicadores en procesos de confrontación y cooperación.

⁹ Pérez, Rafael (2001). *Estrategias de Comunicación*. Barcelona. Editorial Ariel.

¹⁰Ibíd. p. 553.

De esta forma decimos que “una estrategia de comunicación es el conjunto de decisiones sobre comunicación, preparados de antemano por el comunicador y su equipo para el logro de objetivos asignados, teniendo en cuenta todas las posibles reacciones de otros jugadores y/o de la naturaleza”¹¹.

Así, se deben elegir los medios adecuados para la ejecución de nuestro plan estratégico pero al mismo tiempo se debe conocer el entorno y el ambiente que rodea a la organización para analizar no sólo los factores internos, sino también los eventos externos que pueden amenazarla para así hacer una elección consciente de los métodos a utilizar y los mensajes adecuados para cada público.

Se debe analizar la imagen actual de la institución así como sus fuerzas y debilidades, para acrecentar las primeras y disminuir las segundas. De igual manera se debe evaluar el movimiento de los competidores y las tendencias y cambios en el entorno.

En el caso del Centro Cultural Aragón resulta pertinente conocer la opinión que los usuarios tienen sobre dicha organización, pues son ellos quienes finalmente obtienen el servicio. Esto ayudará a contrastar la visión que se tienen por parte de los directivos del lugar respecto a la consecución de metas y objetivos y lo que en la realidad se está logrando o no.

Toda organización recibe información del entorno y al mismo tiempo la genera desde el interior, creando un vínculo permanente entre los actores que pueden influir en ella.

Estos mensajes de comunicación ayudan a la organización a crear una relación mucho más cercana y personalizada con sus públicos, pues hacen posible que las personas puedan acercarse a éstas de una manera más rápida y efectiva en la búsqueda de formar un contacto permanente en que ambos actores se sientan atendidos y comunicados.

Comienza a llevarse a cabo un proceso de revalorización de la relación con el cliente, pues ya no se le ve como un receptor sin capacidad de incidir en el funcionamiento de las organizaciones, por lo que éstas deben conocer y anticipar

¹¹ Ibíd. p. 558.

las necesidades y gustos de los públicos, para poder establecer una mejor relación con ellos.

Volviendo al caso que nos compete, las necesidades y opiniones que los adultos mayores tengan respecto al Centro Cultural, así como las debilidades o carencias que puedan detectar, son un punto clave para la elaboración de mensajes por parte de la institución, quien además de conocer la visión de su público objetivo, podrá construir mensajes de comunicación que cubran, tanto esos requisitos como sus propios objetivos.

Como lo menciona Francisco Garrido “Las interacciones cliente-empresa van generando la capacidad de desarrollo de lazos y simbolismos compartidos por los sujetos pertenecientes a las redes de un grupo social o a las de una organización”¹².

Los públicos de la organización son quienes dan sentido final a su existencia, ya que son ellos con quienes la organización busca construir un contacto más directo, ya sea para la difusión de sus servicios o por otro tipo de intereses que pueden ser económicos, políticos o sociales.

A través de los distintos mensajes de comunicación emitidos por la institución, las experiencias del sujeto pueden llevar a una aceptación del mensaje e incluso pueden generar confianza en la organización si lo que se dice y lo que se hace tiene coherencia y dicho proceso es vivido por la persona que se acerca a la organización.

Como Garrido menciona “A partir de la lectura e interpretación activa de los elementos que componen el sinnúmero de acciones de la empresa en el estadio de la identidad y de la cantidad de mensajes que pertenecen al ámbito de la imagen corporativa, el público se hará una representación mental de la organización que, al ser completada por sus experiencias continuas e informaciones previas, configurarán la representación interpretada y sintética de lo que será para la sociedad la organización”¹³.

¹² Garrido, Francisco Javier (2001). *Comunicación estratégica. Las claves de la comunicación empresarial en el siglo XXI*. Barcelona. Ediciones Gestión, p. 43.

¹³ *Ibíd.* p. 179.

La comunicación estratégica y los mensajes de comunicación pueden estar basados en distintos soportes, pues no se trata de contar con un solo medio que nos permita emitir los mensajes adecuados, sino de abarcar la mayor cantidad de soportes, o utilizar aquellos que son de uso frecuente por parte de los públicos para lograr un mayor impacto y mejor difusión de lo que se quiere informar.

Dichos mensajes tienen como finalidad poner en contacto a la organización y los públicos, de manera que no sólo se trata del trabajo que la organización realiza desde el interior, sino de la influencia que los públicos ejercen en la elaboración del mensaje, debido a sus necesidades y al tipo de relación que desean tener con la organización.

“Dichos mensajes de comunicación deben contener la misión y visión de la organización, pues son finalmente estos dos elementos los que soportan las bases sobre las cuales se constituye el día a día de la misma, así que no sólo se debe construir un discurso atractivo para que los públicos lo acepten, también se deben incluir de manera constante los objetivos y metas que la organización pretende alcanzar con la ayuda de sus públicos /stakeholders”¹⁴.

El uso de la palabra stakeholder, adquirida y utilizada en años recientes, hace referencia a los públicos, sin embargo, no se trata de todos los públicos o de cualquier tipo. Dentro de una organización y según lo definido por Andrew Friedman se refiere a “cualquier grupo o individuo que se vea afectado o pueda afectar en los logros y objetivos de la organización. Pueden ser empleados, propietarios, vendedores, usuarios etc. Se refiere a aquellos grupos que son de vital importancia para la sobrevivencia y mantenimiento de la organización”¹⁵.

De esta forma los stakeholders no sólo son externos, sino que pueden influir al interior de la organización de manera favorable o no, lo que exige a las organizaciones poner atención en todos los actores posibles que pueden afectar su estabilidad e imagen, adquiriendo una visión global en la que la atención no se centre solamente en un solo grupo.

¹⁴ *Ibíd.* p. 56.

¹⁵ Friedman Andrew L. y Miles, Samantha (2006). *Stakeholders. Theory and Practice*. Oxford University, p. 1-2.

Las organizaciones emiten sus mensajes a públicos específicos, pues saben que no toda la sociedad se sentirá interesada por las actividades que realizan, por lo que mantienen objetivos y metas orientadas a ciertos sectores de la población. Pese a que la organización se preocupa por mantener contacto con los usuarios a través de la elaboración de mensajes de comunicación concretos orientados a objetivos específicos, los públicos construyen su percepción por medio de la evaluación de otros elementos, como la experiencia propia o los comentarios y recomendaciones de conocidos.

De esta forma los interesados pueden comparar lo que los otros opinan, con la percepción que la organización realmente pretende generar. A estos niveles de comunicación e información se les ha denominado los Tres Niveles de Comunicación Corporativa¹⁶ que se resumen en: medios de comunicación masivos, relaciones interpersonales y contacto directo con la organización.

Por medio de estos tres canales de comunicación, los públicos obtienen dos tipos de información sobre las organizaciones: la socialmente mediada y la directamente experimentada.

Al hablar de información socialmente mediada, nos estamos refiriendo aquella que llega a las personas previamente “filtrada” por otras fuentes. Dichas fuentes no se limitan a ser meros transmisores sino que actúan como “filtros” de la información, realizando un proceso previo de selección, interpretación y acondicionamiento que les llega desde la propia organización o desde otras fuentes. Así, la información que llega a los públicos es previamente manipulada por los canales según sus pautas.

La información directamente experimentada es aquella obtenida por medio de la experiencia personal de los individuos con las organizaciones. De esta manera, los individuos obtienen datos de la organización directamente, sin la intermediación de los medios de comunicación masivos o de los grupos de referencia.

¹⁶ Velilla Gil, Javier (2010). *Branding. Tendencias y retos en la comunicación de marca*. Barcelona. UOC.

Estos tres aspectos deben ser manejados de forma adecuada por la institución, pues si sólo se ocupan y trabajan en un solo nivel, la percepción que los públicos obtengan puede quedar distorsionada si existen otros factores que no sustenten lo que la organización menciona.

Como lo menciona Marcelo Manucci “La comunicación es un eje estratégico en la definición de realidades y la gestión de los símbolos compartidos. La comunicación se transforma en estratégica cuando se posiciona como un proceso que permite otorgar un sentido a las percepciones, a los significados y a las distintas señales del entorno cotidiano en función de objetivos corporativos compartidos”¹⁷.

En el próximo capítulo se hablará de las concepciones que se tienen en torno a la vejez, para de esta manera comprender que el término de adulto mayor se ha estigmatizado debido a que se piensa en estas personas como débiles o incapaces de desarrollarse.

Hablaremos de las nuevas visiones que se tienen respecto a este término y las modificaciones respecto a la forma de observar al adulto mayor, con el propósito de empoderarlo en esta etapa de su vida y de este modo generar un cambio en la manera de pensar, tanto de él mismo como de las personas que lo rodean.

¹⁷ Manucci, Marcelo (1999). *El impacto corporativo: diseño estratégico de la comunicación en la complejidad del contexto actual*. Argentina. La Crujía Ediciones, p. 50.

Capítulo II. El adulto mayor.

Introducción.

En este capítulo se abordará el tema de la tercera edad desde una perspectiva que incluya aquellos aspectos que pueden contribuir al desarrollo y fortalecimiento de las personas que pasan por este proceso, para su mejor desarrollo a nivel personal y con el entorno que los rodea.

Esto con el fin de hacer ver la poca o nula existencia de campañas de difusión y mensajes de comunicación dirigidos a estos grupos, pues no se les ha dado la importancia que merecen, aún cuando la cantidad de personas adultas mayores se incrementa año con año.

La mayor parte de los mensajes comunicativos dirigidos al adulto mayor, dotan de soluciones que abarcan el aspecto médico o alimentario, en caso de dispensas o chequeos mensuales. No obstante, hace falta la conformación de mensajes que exalten las capacidades de éstos, para hacer ver que son personas que pueden mantener una buena calidad de vida participando activamente dentro del entorno que los rodea

Se pretende explicar la forma en que la sociedad observa a estos sectores de la población, así como la imagen que han construido en torno a ellos y la falta de programas o planes que permitan una mejora en sus condiciones de vida.

Si bien es cierto que muchos de los estudios realizados en torno a la vejez sólo detallan el aspecto clínico, resulta necesario dar prioridad a la calidad de vida y desarrollo de estas personas al llegar a esta etapa.

Hablar del envejecimiento no resulta una tarea sencilla, puesto que tal concepto se ha estigmatizado de forma que la mayor parte de la sociedad tiene una idea negativa en lo relativo a este término o las condiciones de vida que las personas llevan, tras su condición de desocupación.

Se hará hincapié en la necesidad de un cambio de percepción de la calidad de vida de estas personas, tomando en cuenta no sólo los problemas físicos o de salud a los cuales deben enfrentarse; sino a la construcción de un plan de vida que les permita mantenerse activos y refuerce sus relaciones y grupos de apoyo.

El adulto mayor en México.

El envejecimiento es una etapa de la vida a la que no todos dan importancia, ya sea porque tienen una concepción negativa del término, o simplemente, porque piensan que no es necesario que se le dé prioridad. No obstante, la mayoría de las personas lo asocia con un proceso que involucra problemas físicos, dependencia económica y falta de libertad.

La gerontología es la disciplina que se encarga de estudiar los procesos de la vejez, no sólo desde los aspectos clínicos, sino también desde las repercusiones sociales a las cuales se enfrenta la persona “vieja”. “La gerontología es la disciplina que estudia sistemáticamente la vejez, el envejecimiento y las personas viejas desde dos puntos de vista: cómo la vejez afecta al individuo y cómo la sociedad anciana cambia a la sociedad”¹⁸.

Pese a que existen diversos estudios relacionados con los procesos de vejez y las repercusiones en la salud física de los sujetos, en nuestro país existen pocos programas o centros donde se le brinde atención al adulto mayor, no sólo en cuestiones de salud, sino servicios que permitan su desarrollo y crecimiento personal.

Según Rolando Cordera Capos¹⁹ la población mayor de 60 años pasó de 3.8 por ciento en 1980 a 5 % en el 2000. Para el 2020 en la población mexicana se verá el envejecimiento. En los primeros años del siglo XXI, el Consejo Nacional de Población estimó que uno de cada tres mexicanos tendría 15 años mientras que uno de cada 20 cumpliría 65, situación que se modificará radicalmente en el 2050 cuando uno de cada 4 habitantes tendrá 65 años de edad y más.

Es necesario aclarar diversos términos utilizados para referirse a las personas que han llegado a esta etapa de sus vidas. Según la OMS las personas de 60 a 74 años son consideradas de edad avanzada; de 75 a 90 viejas o ancianas y a todo individuo mayor a los 60 años se le llamará de forma indistinta persona de la

¹⁸ Sánchez Salgado, Carmen Delia (2000). *Gerontología social*. Buenos Aires. Espacio Editorial, p.32.

¹⁹ Cordera Campos, Rolando. *La dinámica demográfica en México*. En línea. Como parte de la investigación “Superación de la Pobreza y Universalización de la Política Social”. UNAM. Texto consultado el 12 de junio de 2013. Dirección URL: http://www.rolandocordera.org.mx/esta_nac/Estadis_demogra_mex.htm

tercera edad. Las Naciones Unidas consideran anciano a toda persona mayor de 60 años para los países en desarrollo, como es el caso de México.

Como se observa, no existe un término bien definido para referirse a este grupo de la sociedad, por lo que la mayoría de los autores e investigadores utilizan el término de adulto mayor para hacer referencia a estas personas, aunque también hay muchos que utilizan indistintamente cualquier otra palabra, haciendo ver que es la propia sociedad la que delimita la edad en la que una persona puede considerarse vieja.

En años recientes se publicó la Ley de los derechos de las Personas Adultas Mayores²⁰, que a su vez ha creado el Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores, cuyo fin principal es:

“Procurar el desarrollo humano integral de las personas adultas mayores, entendiéndose por éste, el proceso tendiente a brindar a este sector de la población, empleo u ocupación, retribuciones justas, asistencia y las oportunidades necesarias para alcanzar niveles de bienestar y alta calidad de vida, orientado a reducir las desigualdades extremas y las inequidades de género, que aseguren sus necesidades básicas y desarrollen su capacidad e iniciativas en un entorno social incluyente”.

Tal planteamiento pareciera alentador, sin embargo, no es mucho lo que se ha trabajado en relación al fortalecimiento de los adultos mayores, que siguen conformando un grupo relegado por la sociedad.

En su artículo tercero, se señala que “para los efectos de esta Ley, se entenderá por personas adultas mayores a aquellas que cuenten con sesenta años o más de edad y que se encuentren domiciliadas o en tránsito en el territorio nacional”.

La idea que se tiene de la vejez no es del todo positiva, y aunque a través de estas leyes se pretenda brindar apoyo a estos grupos para su buen desarrollo físico y mental, no existe una concepción generalizada que ayude a ver este

²⁰ *Ley de los derechos de las Personas Adultas Mayores*. En línea. 26 pp. Cámara de Diputados. 25 de abril de 2012 (texto vigente). Dirección URL: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/245.pdf>

proceso como un fenómeno al cual todos pueden adaptarse de una manera favorable.

Según el artículo 19 de la misma ley corresponde a la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, garantizar en beneficio de las personas adultas mayores:

- I. La implementación de los programas necesarios a efecto de promover empleos y trabajos remuneradores así como actividades lucrativas o voluntarias, conforme a su oficio, habilidad o profesión, sin más restricción que su limitación física o mental declarada por la autoridad médica o legal competente.

- II. Impulso al desarrollo de programas de capacitación para que las personas adultas mayores adquieran conocimientos y destrezas en el campo de formulación y ejecución de proyectos productivos.

Al conocer esto, resulta importante observar que las autoridades y organizaciones no se han preocupado del todo por ofrecer servicios que trabajen por el desarrollo emocional y psicológico del adulto mayor, pues si bien es necesario que conserven una buena salud, es igualmente importante que mantengan un adecuado desarrollo a nivel social y personal.

Para explicar esto con mayor profundidad, se abordarán los diferentes conceptos y concepciones que se tienen respecto a la vejez, de acuerdo con algunos autores y así entender la importancia de la formación de programas y actividades que permitan que el adulto mayor se integre de mejor forma en la sociedad y conserve su valía como persona.

Concepciones en torno a la vejez.

Existen diversos autores que abordan a la vejez desde un aspecto clínico, incluyendo los malestares o posibles problemas de salud a los que se pueden enfrentar los adultos mayores. Pese a que estas descripciones tienen relevancia en el campo clínico, hay muchas otras perspectivas que deben ser analizadas para valorar el estilo y calidad de vida que dichas personas pueden estructurar para manejar esta etapa de sus vidas.

La vejez es abordada a partir de cuatro puntos de vista, según los distintos cambios a los que las personas deben adaptarse en su transición a otro estilo de vida²¹:

- **Cronológica:** Que tienen que ver con tiempo de vida de la persona anciana, es decir, los años con los que cuenta desde su nacimiento hasta la actualidad.
- **Físico biológica:** Tiene relación con los cambios físicos a los que la persona vieja se ve sujeta, tanto en apariencia, como al adquirir alguna enfermedad, en ciertos casos.
- **Psicoafectiva:** En este aspecto se habla de la etapa de aceptación del sujeto para asumir su apariencia física en la etapa de la vejez, así como todos los cambios físicos y su nuevo rol dentro de la sociedad.
- **Social:** Tiene que ver con el papel a desarrollar en la sociedad, puesto que el sujeto ya no es visto como trabajador y tampoco se le ve como una persona económicamente activa.

Si bien es cierto que es necesario cuidar de la salud de los adultos mayores, es igualmente importante dar prioridad a los cambios sociales y afectivos a los que éstos se enfrentan debido a que sus relaciones con otras personas son diferentes e incluso la percepción de sí mismos cambia drásticamente.

²¹ González Miers Ma. del Rocío (2000). *Cuando la tercera edad nos alcanza*. México. Trillas, p. 17-18.

Muchos de ellos se sienten inútiles y generan una baja estima, al no observarse como parte activa del sistema social, se sienten deprimidos y solos ya que no tienen un grupo de personas o amigos con los cuales puedan compartir los procesos bajo los cuales su vida se está modificando.

Como lo menciona Vicente Pérez “se suele cometer el error de equiparar el término viejo, con el de incapaz, inútil, etc. Es decir, con carácter negativo y peyorativo en un intento de reflejar las limitaciones de la vejez. Desde este punto de vista las personas mayores son relegadas y consideradas poco importantes para la sociedad. Ser viejo es igual a estar físicamente incapacitado, sufrir pérdidas, ser dependientes, pérdida de estatus social”²².

Existen dos estereotipos respecto al término de vejez según María del Carmen Carbajo Vélez²³, los cuales son socialmente compartidos y afectan, en gran medida, la forma de entender el proceso de envejecimiento, llevándolo a contar con representaciones negativas, que sólo provocan su poca aceptación o evasión en algunos casos.

El estereotipo “*cronológico*” asentado en el criterio de normas de edad equipara el envejecimiento con el número de años vividos, a pesar de que muchas personas mayores se encuentran aceptablemente íntegras tanto física como psíquicamente mientras que sujetos de menor edad soportan evidentes deterioros. Esto produce una discriminación por la edad que puede impedir a las personas mayores alcanzar la felicidad y productividad total.

Por su parte el estereotipo “*sociológico*” o social negativista de la vejez ha incidido tradicionalmente en las connotaciones de inutilidad, aislamiento, improductividad y desvinculación de la persona mayor respecto a los intereses sociales y relacionales comunitarios. Más recientemente, la equiparación de vejez con etapa de la jubilación, generalmente deficitaria en recursos económicos, ha acentuado la imagen peyorativa que suele rodear a la figura de la persona mayor.

²² Pérez Cano, Vicente, et. al. (2006). *Vejez. Autonomía o dependencia pero con calidad de vida*. Sevilla. Tecnographic, p 49.

²³ Carbajo Vélez, Ma. del Carmen (2009). *Mitos y estereotipos sobre la vejez. Propuestas de una concepción realista y tolerante*. Valladolid. Revista de la Facultad de Educación de Albacete, p 91.

Sin embargo, es preciso comenzar a cambiar este paradigma a nivel sociedad, y mucho más importante, en los adultos mayores que conservan esta idea, para que comiencen a generar un plan de vida que les proporcione una satisfacción personal.

Es decir, no se trata de que al momento de llegar a la tercera edad el sujeto tenga que conformarse permaneciendo inerte, sino que comience a estructurar un plan de vida a futuro, incluso cuando aún se encuentre dentro de su etapa laboral, para sobrellevar el cambio de una mejor manera una vez que se presente.

Tal y como lo describe Joaquín Giró “en su adaptación a una nueva etapa de su vida, la búsqueda de nuevos roles y actividades a desempeñar por los mayores, debería estar en observancia con el significado que cada uno ha dado a su vida, y con una puesta en valor del ocio, que les permita y facilite satisfacer sus necesidades de actividad y, al tiempo, les proporcione canales de integración social y de realización personal”²⁴.

Cuando una persona le ha dado un sentido a su vida incluso más allá de su estado laboral, resulta más sencillo que se mantenga activo y encuentre una forma de mantenerse interesado por alguna actividad o deporte, pues este tiempo puede ser utilizado para algo productivo y no sólo debe ser tomado como un periodo en espera de la muerte.

Dicha participación en alguna actividad o integración a un grupo, facilita al adulto mayor su adaptación e interacción con otras personas que están pasando por el mismo proceso de transformaciones y modificaciones en su estilo de vida.

Por ello se puede hablar de grupos de pertenencia que se van construyendo con base en intereses comunes, que al ser compartidos, otorgan al sujeto un sentimiento de seguridad al contar con personas con las cuales se identifican.

Havinghurst²⁵ y otros autores han propuesto la teoría de la actividad que considera a los adultos mayores como sujetos que tienen las mismas necesidades sociales y psicológicas que las personas de mediana edad. Según esta teoría, el

²⁴ Giró Miranda, Joaquín (2005). *Envejecimiento, salud y dependencia*. Universidad de la Rioja, p. 47.

²⁵ Ortíz Pedraza, José Francisco (1995). *Envejecimiento. ¿Programa genético o desgaste?* Mexico. INAH, p. 70.

envejecimiento óptimo consiste en las responsabilidades que la persona tenga para permanecer activo e integrado a la sociedad que pertenece, con un rol claro y sin perder su importancia para el resto de los integrantes de la misma.

Es decir, el adulto mayor deja de verse como un sujeto inactivo o sin importancia a nivel social, para pasar a un plano en que puede continuar realizando actividades que le hagan sentir útil y le brinden una satisfacción personal, al mismo tiempo que puede relacionarse con otros y compartir experiencias comunes en este nuevo periodo de aprendizaje.

Esta teoría se basa en el supuesto de que el envejecimiento normal implica el mantenimiento de las actitudes y actividades habituales de la persona por el máximo tiempo posible y que, por lo tanto, un proceso satisfactorio consiste en permanecer como en la edad adulta.

De esta forma la idea de vejez cambia radicalmente, pues ya no se ve al anciano como una persona incapaz de seguir aprendiendo y desarrollándose, sino como un sujeto con un plan de vida y con aspiraciones, aún cuando su etapa laboral ha terminado.

Como lo explica Teresa Bazo “una persona vieja es sencillamente un adulto que tiene más años. Conviene interiorizar que las actitudes de la edad adulta que implican independencia, autosuficiencia, responsabilidad y sentido de la dignidad, deben mantenerse hasta el final, a pesar del posible deterioro físico o psíquico. Para ello los ancianos deben contar con medios de todo tipo, que una sociedad solidaria debe poner a su disposición”²⁶.

Para la UNESCO también resulta prioritario el trabajar en planes educativos dirigidos a personas adultas para que se impulse su desarrollo y crecimiento personal; así como otorgarles las competencias y conocimientos necesarios que permitan su adaptación al entorno que los rodea.

²⁶ Bazo, María Teresa (1990). *La sociedad anciana*. Madrid. Siglo XXI Editores, p. 115.

Durante la Sexta Conferencia Internacional de Educación de Adultos²⁷ (CONFINTEA VI), que se celebró en el nordeste del Brasil en diciembre de 2009, destacó como uno de los temas principales el papel central de la educación de adultos al ayudarlos a obtener los conocimientos y competencias necesarios para adaptarse, modelar y desarrollar sus entornos en un mundo globalizado, acelerado e interconectado.

De igual manera, la UNESCO hace hincapié en la educación para toda la vida, modelo bajo el cual se abarca el aprendizaje en todas las edades y modalidades, ya sea de carácter formal o informal. Según esta organización “la educación de adultos denota “el conjunto de procesos de aprendizaje, formal o no, gracias al cual las personas cuyo entorno social considera adultos desarrollan sus capacidades, enriquecen sus conocimientos y mejoran sus competencias técnicas o profesionales o las reorientan a fin de atender sus propias necesidades y las de la sociedad”²⁸.

“El aprendizaje y la educación de adultos consisten en proporcionar contextos y procesos de aprendizaje que sean atractivos y atentos a las necesidades de los adultos en tanto que ciudadanos activos. Consiste en formar a personas independientes y autónomas, capaces de construir y de reconstruir sus vidas en culturas, sociedades, y economías complejas y en constante cambio”²⁹.

La sociedad debe dejar ese estereotipo de la persona vieja como alguien que debe permanecer en casa haciendo el menor esfuerzo posible, para comenzar a entender que aún los jóvenes o trabajadores deben plantearse la pregunta de qué es lo que desean hacer en un futuro, para comenzar a construir un plan de vida que los lleve a una aceptación de estos procesos y no los haga sentirse desorientados, confundidos y solos.

²⁷ *Informe final CONFINTEA VI*. En línea. 122 pp. UNESCO. 1 al 4 de diciembre de 2009.

Dirección URL:

http://www.unesco.org/fileadmin/MULTIMEDIA/INSTITUTES/UII/confintea/pdf/working_documents/confinteavi_final_report_spanish_online.pdf

²⁸ *Ibíd.* p. 37.

²⁹ *Ibíd.* p. 43.

De la misma forma, los adultos mayores deben comenzar a observar otras posibilidades existentes para disfrutar de esa etapa de vida y adaptarse al entorno que los rodea de la mejor manera, relacionándose con personas similares a ellos y realizando algún tipo de actividad que llama su interés y no pudieron practicar debido a la rutina de trabajo a la que se encontraban sujetos.

Como menciona María Teresa Bazo “la visión estereotipada de la vejez y los viejos no está sostenida únicamente por quienes no lo son, sino que en muchos casos las propias personas ancianas consideran la vejez como una época de enfermedad, fealdad, soledad, abandono y tristeza”³⁰.

Según el INEGI, cada vez existe un mayor número de personas viejas, y este número irá en incremento en los próximos años. Se estima que en el año 2030 de cada 8 personas, una será adulto mayor, misma que tiene que prepararse para mejorar la calidad en que viven ahora sus antecesores.

Es por ello que se debe tomar en cuenta a este sector de la población y dar prioridad a la continuidad de su vida en años posteriores, pues no se les puede restar importancia, cuando lo que se observa es un incremento en número a nivel poblacional.

Como lo menciona Joaquín Giró “el envejecimiento de la población no se refiere exclusivamente a un proceso biológico determinante de las condiciones de salud de las personas, sino a un proceso social por el que la sociedad se transforma de manera significativa en virtud de su estructura y organización en torno a la edad como componente diferenciador de los estatus de las personas”³¹.

Se trata de crear un empoderamiento en el que el adulto mayor pueda asumir responsabilidades en cuanto a su persona y no las delegue a terceros, pues sólo de esta forma podrá mantenerse activo y su vida cotidiana podrá verse orientada debido a que cuenta con un objetivo determinado que otorga sentido a las actividades que realiza día a día.

Para ello, la comunicación resulta indispensable debido a que es necesario elabora mensajes que hagan ver al adulto mayor su capacidad para mantenerse

³⁰ Bazo, María Teresa. Op. Cit. p. 161.

³¹ Giró Miranda, Joaquín. Op. Cit. p. 17.

activo realizando actividades que les permitan adaptarse de mejor manera al entorno que los rodea.

Generar mensajes de comunicación que den importancia a los adultos mayores y su proceso de envejecimiento es sustancial, pues de esta forma las instituciones pueden ofrecer sus servicios a un sector más amplio y al mismo tiempo pueden ser impulsoras de nuevos programas, políticas e iniciativas que se ocupen de realizar diversas actividades que permitan a los adultos mayores contar con las competencias y conocimientos que para ellos resultan necesarias.

De igual manera es necesario elaborar campañas donde no sólo se de ayuda de manera asistencial estas personas, como si no existiera otro camino para alcanzar un nivel de vida digno, sino donde se impulse la idea de continuidad, haciendo ver el proceso de la vejez como una etapa más a la que todos debemos enfrentarnos de la mejor manera posible.

Al existir mejores niveles de comunicación al interior y exterior de estas organizaciones, se garantizará un mejor conocimiento de sus servicios e incluso se podrán construir diálogos entre los públicos para mejorar las ofertas académicas o de cualquier otro tipo en beneficio de las personas a las que van dirigidas.

De igual forma es recomendable que se generen campañas de difusión de manera continua para permitir un cambio de paradigma en la sociedad mexicana, que sigue tomando el tema de la vejez como un aspecto negativo. Esto con el fin de generar un cambio de pensamiento y hacer ver que la calidad de vida de los adultos mayores puede ser óptima si se les otorgan las oportunidades de seguirse desarrollando tanto física como psicológica e intelectualmente.

A través de la elaboración de mensajes adecuados dirigidos a objetivos específicos, que tomen en cuenta los intereses y preocupaciones de estas personas, se podrán crear relaciones en las que se mantenga una constante interacción entre las instituciones y sus públicos, emitiendo mensajes de comunicación pertinentes para satisfacer sus necesidades y alcanzar objetivos comunes.

Dichos mensajes de comunicación deben realizarse basándose en un diagnóstico organizacional previo que permita identificar las necesidades y fortalezas de una organización, para poder explotarla y de esta forma generar las estrategias que sean adecuadas y acordes con sus necesidades.

Tal diagnóstico brinda un panorama específico de las condiciones en las que se encuentra la institución, así como las necesidades que busca satisfacer y los objetivos que desea alcanzar. Una vez que se aplica este tipo de herramienta es más sencillo elaborar estrategias acordes con las metas y públicos a las que van dirigidas todas sus actividades.

Resulta importante que organizaciones que brindan apoyo a adultos mayores, generen mejores estrategias de difusión para que los públicos que se acerquen a ellas tengan un mejor conocimiento de las oportunidades de aprendizaje y desarrollo que se ofrecen y de esta forma construir relaciones más cercanas con la organización.

El diagnóstico organizacional ayudará a que tales mensajes de comunicación se construyan de manera adecuada para que los adultos mayores tengan conciencia del tipo de servicios y actividades que instituciones de este tipo ofrecen y las oportunidades con las que cuentan al poder integrarse a grupos de trabajo con personas que comparten intereses comunes.

En el siguiente capítulo se abordarán los antecedentes del Centro Cultural Aragón, así como los inicios del INAPAM, institución de la cual se desprende dicho organismo. Asimismo, se entenderá de mejor manera la situación actual de la organización y las necesidades que se presentan al interior y exterior, para de esta forma lograr una planificación estratégica utilizando mensajes de comunicación adecuados que ayuden al logro de objetivos.

Capítulo III. La organización: Centro Cultural Aragón.

Introducción.

En este capítulo se abordará la historia de los centros culturales dirigidos a adultos mayores creados por el Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores (INAPAM), institución que ha trabajado durante mucho tiempo en el cuidado de estas personas.

Se abordará de manera concisa la historia y orígenes del Instituto, así como sus transformaciones, para después situarnos en la creación y actividades realizadas dentro de los distintos Centros Culturales que de éste se desprenden.

Se hablará de aspectos como la filosofía, misión y visión tanto del INAPAM como del Centro Cultural Aragón, específicamente, así como de los elementos que permiten el buen desarrollo de estos espacios y las oportunidades que se otorgan a los adultos mayores para mantenerse física e intelectualmente activos.

Este capítulo es de suma importancia ya que dará pauta al posterior análisis de la organización, porque con base en la información mostrada en este apartado, se dará una perspectiva general del objeto de estudio y ayudará a entender de mejor manera la situación por la que pasa el Centro Cultural Aragón.

La formación del INAPAM.

El Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores (INAPAM) es un organismo público descentralizado de la Administración Pública Federal, con patrimonio propio y autonomía tanto técnica como de gestión para el cumplimiento de sus fines y objetivos.

El INAPAM se ha dedicado durante muchos años a trabajar en políticas de carácter nacional a favor de las personas adultas mayores, con el fin de promover, apoyar y evaluar las acciones públicas, estrategias y programas que se constituyan y tengan relación con lo mencionado en la Ley de los Derechos de las Personas Adultas Mayores.

De esta forma, el instituto procura el desarrollo integral de las personas adultas mayores, dándoles empleo u ocupación, así como retribuciones justas, asistencia, y las oportunidades necesarias para alcanzar niveles de bienestar y alta calidad de vida, siempre orientado a disminuir las desigualdades e inequidades de género que aseguren las necesidades básicas de este sector y desarrollen sus capacidades e iniciativas en un entorno incluyente.

Fue Emma Godoy Lobato quien comenzó a realizar acciones a favor de los adultos mayores, pues al reflexionar sobre las etapas de la vida señaló que el ser humano debe prepararse para la vejez prácticamente después de sus primeros años de vida, pero más a partir de los 40, para conservarse activo.

El 22 de agosto de 1979 en el Diario Oficial de la Federación se publicó el decreto expedido por el entonces presidente de la República, José López Portillo, para la creación del Instituto Nacional de la Senectud (INSEN). Emma Godoy continuó trabajando de la mano de estas personas e incluso promovía la dignidad de los adultos mayores a través del programa de radio *El mundo de la mujer*, conducido por Janet Arceo en la XEW, en el cual participaba e invitaba a adultos mayores a asistir al INSEN.

Del INSEN al INAPAM.

El INSEN fue constituido como un organismo público descentralizado, con el objetivo de proteger, ayudar, atender, y orientar a la vejez mexicana, además de estudiar sus problemas para lograr las soluciones adecuadas, pero fue hasta 1980 cuando el Gobierno Federal le asignó presupuesto para alquilar una casa que funcionó como oficina.

De tal manera, el primer inmueble estuvo ubicado en la calle de Lousiana 198, para posteriormente trasladarse a Insurgentes Sur 950, después a Concepción Béistegui 13 y en 2001 a Petén 419, en la colonia Narvarte.

Entre las primeras acciones que realizó el instituto destacan los servicios médicos, la promoción de actividades manuales, culturales y recreativas así como visitas guiadas. Muchas de las personas que trabajaban en este lugar realizaron diversos estudios para conocer los requerimientos de los adultos mayores y de esta forma brindarles la atención adecuada.

Para finales de 1980 se inició el programa de afiliación al INSEN. Los inscritos, que eran personas de más de 60 años, adquirieron una credencial que les permitió obtener diversos descuentos y servicios. A partir de este año se comenzaron a realizar distintas actividades como Congresos de Geriatria, grupos de voluntariado, creación de albergues y demás acciones en beneficio de los adultos mayores.

En 1982 se creó la Procuraduría de la Defensa del Anciano para los adultos mayores que requerían de orientación jurídica pero carecían de los recursos para pagar los servicios de un particular. De igual forma, el 4 de octubre se puso en marcha el proyecto del Centro Cultural Tercera Edad, que inició ofreciendo tres materias, para ampliarse posteriormente con la creación de otros centros y mayor oferta de servicios.

Para 1986 se celebraron los I Juegos Nacionales Deportivos y Culturales de la Tercera Edad, con el lema olímpico “lo importante no es ganar, sino competir”. Éstos se celebraron en el Centro Deportivo de la Delegación Xochimilco y participaron varios adultos mayores del Distrito Federal, así como de otros estados del país.

De igual manera Euquerio Guerrero López, quien fuera el primer director del INSEN, solicitó a la Secretaría de Educación Pública que se incluyera en los libros de texto gratuitos de educación básica el tema relacionado con la comprensión y respeto hacia las personas de la tercera edad.

En 1990 la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas, proclamó el 1 de octubre como el Día Internacional de las Personas de Edad. Esto como resultado de las iniciativas expuestas en el Plan de Acción Internacional sobre el Envejecimiento.

Fue hasta el 2002, cuando se nombró a Pedro Borda Hartmann como segundo director del INSEN, que ésta institución cambió su nombre a INAPAM, iniciando nuevos programas para apoyar a los adultos mayores. El 17 de enero se publicó en el Diario Oficial de la Federación el decreto por el cual el INSEN cambiaba su nombre para convertirse en el órgano rector de las políticas públicas de desarrollo social para las personas adultas mayores.

La misión de este Instituto es: **“Promover el desarrollo humano integral de los adultos mayores, brindándoles empleo, ocupación, retribuciones, asistencia y las oportunidades necesarias para alcanzar niveles de bienestar y alta calidad de vida, reduciendo las desigualdades extremas y las inequidades de género”**³².

Por su parte la visión que tienen como organización es: **“Consolidar al Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores, como el órgano rector de los programas y acciones gerontológicas, con la participación de los tres niveles de gobierno y los diferentes sectores del país”**³³.

El Inapam ofrece distintos servicios a través de los centros culturales que de éste se desprenden orientados a los adultos mayores. Para poder acceder a ellos se debe contar con la tarjeta del INAPAM, la cual puede tramitarse si se cuenta con 60 años cumplidos o más. Los requisitos para solicitar dicha tarjeta son los siguientes:

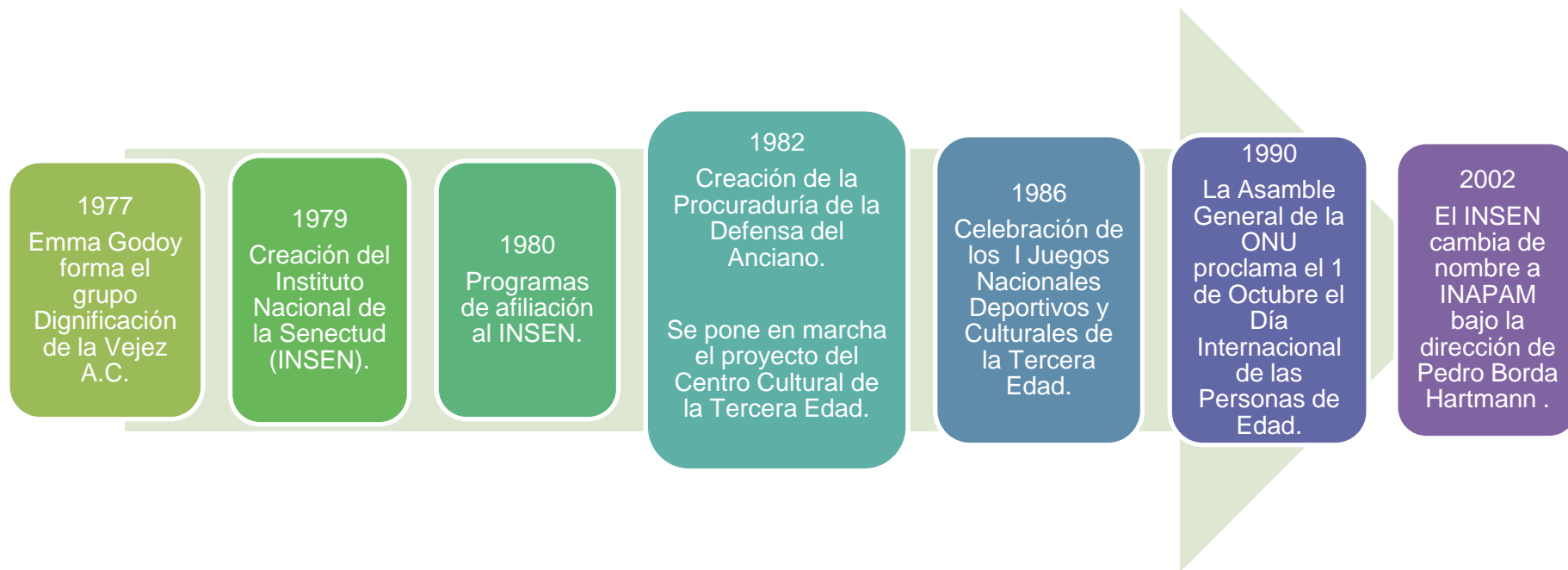
³² Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores. En línea. Página principal. Consultado el 6 de junio de 2013. Dirección URL: <http://www.inapam.gob.mx/>

³³ Ídem.

- Dos fotografías tamaño infantil en blanco y negro o a color, de frente, sin anteojos y recientes.
- Presentar en original y copia de cualquiera de los siguientes documentos: Acta de nacimiento, comprobante de domicilio, CURP, identificación oficial (IFE) o pasaporte, por mencionar algunos.

Dichos documentos deben ser entregados en cualquiera de los módulos de atención en el Distrito Federal para poder obtener diversos beneficios como son los Centros de atención integral, Centros culturales, Clubes INAPAM, Albergues o Vinculación laboral.

En el cuadro anexo a este capítulo se puede apreciar de mejor manera la transición que ha sufrido el INAPAM, así como los acontecimientos más relevantes que significaron un cambio en la constitución de esta institución



Cronología de la formación del INSEN y su evolución a INAPAM.

Centros Culturales.

Los Centros Culturales son espacios donde se ofrecen diversas alternativas de formación y desarrollo humano a las personas de 60 años de edad y más. Las materias y talleres que se imparten se dan a través de un sistema formal de enseñanza, flexible y acorde con las características del aprendizaje de las personas adultas mayores.



Grupo de inglés, nivel intermedio, del Centro Cultural Aragón.

Las áreas de trabajo a las cuales el adulto mayor puede asistir son: humanidades, psicología, lenguas extranjeras, iniciación artística, talleres de artesanías y artes plásticas, labores artesanales, educación para la salud y cultura física para adultos, que les permiten recibir información, actualización, capacitación y adiestramiento.

Estas actividades se llevan a cabo de lunes a viernes, en horario de 8:00 a 15:00 horas, en 4 centros culturales de la Ciudad de México. Cada uno de los talleres o materias cuenta con un horario específico dependiendo del Centro Cultural al que se acuda.

En el caso del Centro Cultural Aragón, ubicado en Aragón número 224 Colonia Álamos, se ofrecen diversas actividades para el desarrollo de una calidad de vida digna hacia los adultos mayores. Se escogió este Centro Cultural, a pesar de que el INAPAM cuenta con cuatro más, debido a que se encuentra ubicado en la delegación Benito Juárez, la cual está catalogada como la entidad con mayor número de adultos mayores en todo el país.

De acuerdo con el INEGI³⁴, en el 2010, la delegación Benito Juárez fue la de mayor índice de envejecimiento (115 adultos mayores por cada 100 niños), 20 años antes eran de 55 adultos mayores por cada 100 niños. En este lugar hay 16

³⁴ Instituto Nacional de Estadística y Geografía. *Estadísticas a propósito del Día Internacional de las Personas de Edad*. Datos del Distrito Federal. En línea. Página principal. Consultado el 12 de junio de 2013.

adultos mayores de 60 años por cada 100 habitantes, cuando la media en el Distrito Federal es de 7 por cada 100.

A pesar de que en la delegación existen otras instituciones como la Universidad de la Tercera Edad o el Centro de Atención Social Especializada, son los Centros Culturales los que brindan costos y horarios más accesibles al público, lo que les permite realizar un mayor número de actividades a menor precio.

A continuación se presentan las actividades con las cuales el Centro Cultural Aragón cuenta actualmente.



Alumnos de Baile de Salón del Centro Cultural Aragón

CULTURA FÍSICA	Horario	Días
Gimnasia de mantenimiento	8:00 a 9:00 am 9:00 a 10:00 am 10:00 a 11:00 am	Martes y jueves
Tai-Chi-Chuan	9:00 a 10:00 am 10:00 a 11:00 am 11:00 a 12:00 am	Lunes, miércoles y viernes
Yoga	8:30 a 10:30 am 11:00 a 13:00 pm	Lunes y viernes
Taller de rehabilitación	8:30 a 10:00 am 10:00 a 11:30 am	Miércoles
Taller prevención y cuidado personal	12:30 a 14:00 pm	Jueves
ACTIVIDADES EDUCATIVAS		
Computación e Internet Básico	8:30 a 10:00 am 10:30 a 12:00 pm 12:00 a 13:30 pm	De lunes a viernes

Inglés I	9:30 a 11:00 am	Martes y jueves
Inglés II	8:00 a 9:30 am	Martes y jueves
Inglés III	11:00 a 12:00 pm	Martes y jueves
Conversación básica	12:00 a 13:00 pm	Martes y jueves
Conversación avanzada	13:00 a 14:00 pm	Martes y jueves
Antropología	10:00 a 11:00 am	Miércoles
Educación para la salud	12:00 a 14:00 pm	Martes o viernes
Introducción a la Tanatología	12:30 a 14:00 pm	Lunes
Lectura	11:00 a 12:00 pm	Miércoles
Literatura-Teatro	9:00 a 11:00 pm	Lunes
Psicología	10:00 a 12:00 pm	Martes o jueves

Electricidad en aparatos electrodomésticos	11:00 a 14:00 pm	Martes y jueves
Electrónica	13:00 a 14:30 pm	Martes y jueves
Manualidades	10:00 a 14:00 pm	Lunes, jueves y viernes
Marquetería	12:00 a 15:00 pm	Martes y jueves
Pintura en porcelana	8:00 a 12:00 pm 12:00 a 15:00 pm	Lunes y miércoles
Pirograbado	12:00 a 15:00 pm	Martes y jueves
Repujado	8:30 a 12:00 pm	Lunes y miércoles
Taller en madera	8:00 a 15:00 pm 12:00 a 15:00 pm	Lunes Miércoles y viernes
Vitrales	12:00 a 15:00 pm	Lunes y miércoles

Para ingresar a cualquiera de los talleres o materias que promueve el Centro Cultural Aragón, los interesados sólo deben llevar a cabo el trámite de inscripción que tiene un costo de 20 pesos de manera trimestral, a excepción de los talleres de cómputo, que tienen un costo de 450 pesos.

No hay un perfil específico para los integrantes del centro, por lo que la Dirección solicita que exista interés por parte del adulto mayor. Tampoco se excluye a las personas que cuenten con algún tipo de discapacidad, pues lo que estos lugares buscan es integrar a los adultos mayores en un ambiente de respeto y convivencia que mejore su calidad de vida.

La misión del centro Cultural Aragón es: **“Promover el desarrollo humano integral de los adultos mayores, brindándoles empleo, ocupación, retribuciones, asistencia, y las oportunidades necesarias para alcanzar niveles de bienestar y alta calidad de vida, reduciendo las desigualdades extremas y la inequidad de género”**.



Alumnos de cómputo del Centro Cultural Aragón.

Su misión: **“Consolidar al INAPAM como el órgano rector de los programas y acciones gerontológicas, con la participación de los tres niveles de gobierno y los diferentes sectores del país”**.

Dicho centro cuenta con un reglamento interno³⁵ bajo el cual los usuarios deben conducirse para favorecer la sana y satisfactoria interrelación con otros integrantes, a fin de fortalecer las bases de respeto, comunicación, participación y organización al interior. Dicho reglamento menciona, en términos generales, que:

I. De la participación de los usuarios

- a) Las actividades que se realizan en los clubes y centros culturales son para el esparcimiento, recreación y convivencia de los usuarios, por lo que el respeto y buena disposición para con los demás usuarios y personal del Instituto favorecerá las buenas relaciones de grupo.

³⁵ Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores. *Reglamento de los Clubes y Centros Culturales de la Tercera Edad*. Documento proporcionado por Centro Cultural Aragón. Pp. 13.

- b) No se permitirá la falta de respeto a cualquiera de sus compañeros, ni al personal del Instituto.
- c) Los usuarios podrán participar en todas las actividades del Instituto que realice el centro al que pertenecen.
- d) La participación y compromiso con las actividades que elija, facilitará el buen desarrollo de las mismas y redundará en su beneficio personal.
- e) El usuario deberá manifestar en su grupo, sus inquietudes, sugerencias y necesidades, así como alternativas de solución para que sean consideradas dentro de las acciones del mismo.
- f) No está permitida la asistencia cotidiana de niños y jóvenes a los clubes y centros culturales, paseos y otras actividades exclusivas para los usuarios, de acuerdo con los propósitos de los programas de desarrollo comunitario, que buscan la creación de espacios para el bienestar de las personas de edad.
- g) En las actividades que se requiera de material para la realización de su trabajo, el usuario deberá adquirirlo, en el lugar de su preferencia.
- h) Los muebles, equipo, herramientas, aparatos eléctricos e implementos deportivos que se encuentran en los clubes y centros culturales, son para beneficio colectivo, por lo que su conservación, cuidado y buen uso, es responsabilidad de todos.
- i) Los efectos personales u objetos de valor no son responsabilidad del Instituto, por lo que se recomienda su cuidado.
- j) La asistencia a los clubes y centros culturales es voluntaria, sin embargo, en el caso de que el Instituto programe actividades cuyo cupo sea limitado se dará preferencia a los usuarios que asisten con mayor regularidad las actividades semanales; lo cual se corroborará con la lista de Control de Asistencia que lleva a cabo el responsable de esta función.
- k) En el caso de las actividades que requieren un horario de salida y regreso (paseos, convivencias interclubes, eventos especiales etc.) se dará una



Alumna del taller de pintura del Centro Cultural Aragón.

tolerancia de 15 minutos de espera, a partir del horario convenido, para salir del punto de reunión.

- l) Los clubes y centros culturales de la tercera edad, cumplen una función social de integración y propician el buen desarrollo psicosocial de los individuos en la tercera edad. Por consiguiente, no es política del Instituto suspender el servicio a las personas que tienen dificultades de adaptación e integración al grupo o bien que incurran en una falta grave, antes de agotar todas las alternativas posibles, de tal forma que esta decisión tendrá que ser sometida a un comité, formado por la Subdirección, jefe de área, responsable y miembros del grupo, que valoren la conveniencia o procedencia de un caso particular.
- m) Los clubes y centros culturales de la tercera edad promueven la sana convivencia y el bienestar de las personas que asisten a ellos. Para cumplir estos objetivos y por seguridad de los usuarios, no se permite la ingestión de bebidas alcohólicas en las instalaciones del grupo, en eventos especiales, paseos y excursiones, así como presentarse bajo los efectos de éste o cualquier otro estimulante.
- n) Las actividades con fines de lucro no están autorizadas.
- o) A fin de favorecer la sana convivencia y el apego a los objetivos institucionales, el grupo como parte del Instituto deberá estar al margen de negocios, asociaciones políticas, religiosas y de cualquier índole, y no usará el nombre o imagen del Instituto con fines o vínculos que desvirtúen sus objetivos. En lo individual la persona goza de todas las garantías y libertades que en contexto político social le otorga.
- p) Los usuarios podrán organizar actividades que les permitan recaudar fondos para el beneficio colectivo.
- q) La Subdirección de Investigación y Desarrollo Social, no se responsabilizará en cuanto a la organización de tandas, cajas de ahorro o ventas realizadas por el grupo.

IV. De las funciones del Comité de Coordinación.

- a) Los integrantes del Comité de Coordinación cooperarán con el (la) Trabajadora (or) social, el Promotor (ra) comunitario (a) o Administrador (a) del Centro Cultural dentro de las normas y políticas establecidas por el Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores y de la Subdirección de Investigación y Desarrollo Social.
- b) Dado que los propósitos del Comité de Coordinación son el apoyo al desarrollo de los programas sociales del Instituto, en un club o centro cultural en particular, para el beneficio colectivo, sus integrantes deberán estar al margen de negocios, asociaciones políticas, religiosas o de cualquier índole y no usarán el nombre o imagen del Instituto con fines o vínculos que desvirtúen sus objetivos.
- c) El Comité no podrá tomar decisiones que involucren la participación e imagen del grupo, sin consultarlo con todos los integrantes del mismo y con conocimiento de la Subdirección.
- d) Los integrantes del Comité tienen la función primordial de fomentar la participación de todos los usuarios en las actividades que con el fin de conseguir objetivos en beneficio colectivo, se acuerden en las reuniones conjuntas.
- e) En toda actividad e iniciativa encaminada al beneficio colectivo, deberá prevalecer el principio de participación libre y voluntaria. El deseo de no participar y/o contribuir de un usuario, no será motivo de discriminación o marginación.
- f) El beneficio colectivo será la prioridad en las sugerencias, propuestas, decisiones y acciones de las reuniones del grupo, y por lo tanto no se aceptan opciones que afecten a la mayoría del mismo.
- g) Las contribuciones y aportaciones de bienes inmuebles, equipo y herramientas; realizadas a través del Comité, pasarán automáticamente al régimen de administración establecido para la custodia, conservación y mantenimiento de la infraestructura y bienes de la Institución.

VII. Del Personal Técnico.

- a) El Personal de la Subdirección de Investigación y Desarrollo Social del Instituto, que presta sus servicios en los grupos de la tercera edad, tiene como misión fundamental apoyar el desarrollo y bienestar de las personas de edad que asisten dando un trato amable, respetuoso, diligente e imparcial.
- b) No podrán dar información de paseos o excursiones de empresas que, aún teniendo convenio con la Institución, no cumplan con los dictámenes técnicos de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y las normas y procedimientos que la Institución establece para tales casos.
- c) Los buenos resultados del grupo dependen del esfuerzo conjunto de los usuarios del personal de la institución, por lo que es importante reportar la ausencia de éste último.

IX. De las inscripciones.

- a) Para los clubes de la tercera edad
 1. Realizar el trámite de inscripción consiste en:
 - Llenar una solicitud de ingreso
 - Presentar credencial del Instituto
 - Entrega de una fotografía tamaño infantil
 - Tener un estado de salud que le permita ser independiente física y emocionalmente, avalado por un especialista, donde se describan las enfermedades que padece y los medicamentos que consume. Los socios se comprometen a actualizar cada año esta información, con el fin de entregarla a su expediente.

En el momento de la inscripción, se deberá llenar un formato formado por los familiares, donde se especifique a qué lugar debe canalizarse al socio en caso de emergencia, así como contestar la encuesta de ingreso.

Además de las materias y talleres con las que cuenta el Centro Cultural Aragón, existe una gran cantidad de eventos que se realizan en conjunto con los demás centros tales como celebraciones en días festivos como Día de la Bandera e Independencia, así como un carnaval realizado en marzo, donde las personas de la Tercera Edad y otros voluntarios realizan una pequeña kermés.

De la misma forma se convoca cada año, a la realización de la ofrenda en el mes de noviembre y a la organización de posadas en el mes de diciembre, para generar mayor unión y convivencia con las personas que forman parte del Centro Cultural.

Asimismo, se realizan diversos festivales y recitales en primavera e

invierno y se organizan los Juegos Nacionales Deportivos y Culturales de las Personas Adultas Mayores, que en este año cumplen su XXIV presentación, y en los que participan grupos de cada uno de los Centros Culturales existentes.

Dichos encuentros se realizan, uno en julio y otro en octubre, para las personas de la tercera edad compitan en áreas como yoga, danza regional, coro, artes plásticas y otras actividades durante una semana, de forma que al término de ésta se establece un ganador al cual se le otorga un premio. Tales actividades son gratuitas y abiertas al público en general.

La organización de estos juegos es muy importante para cada uno de los Centros Culturales, debido a que lleva un tiempo aproximado de 8 meses, en los que se



Alumnas del Centro Cultural Aragón realizando trabajos en madera.



Participantes de los cinco Centros Culturales en el Concurso de Danzón 2013.

realizan acuerdos con deportivos, centros de arte y demás instituciones que presten sus instalaciones para la realización de estos juegos.

Asimismo se realizan juntas previas, tanto con los responsables de los grupos participantes como con los jurados, dependiendo de cada actividad, para establecer las fechas del encuentro, horarios, sedes, grupos participantes y modalidades de competencia. Todo esto con el objetivo de lograr una mayor organización del evento.

La duración de los XXIV Juegos Nacionales es de una semana, debido a que las condiciones físicas y de rendimiento de los adultos mayores son distintas y no se pueden prolongar mucho tiempo.



Alumnas de Tai Chi del Centro Cultural Aragón.

Por tal razón a cada día de la semana se le asigna una competencia específica, para que en esa misma fecha se otorguen los premios de primer, segundo y tercer lugar a los participantes de estos Centros Culturales.

Actualmente el Centro Cultural Aragón cuenta con 350 alumnos inscritos y la mayoría de ellos toma más de una materia o taller por día, lo que promueve la unión e integración con las personas que conviven en este espacio.



Alumnas de Danza Regional del Centro Cultural Aragón.

A los profesores que forman parte del este Centro Cultural se les solicita presentar un informe trimestral donde se detallen los objetivos del taller o materia a impartir, contenido, procedimiento y material a utilizar, con el fin de contar con un registro oficial de cada una de las actividades con las que cuenta la institución.

Todo esto para hacer posible el buen funcionamiento de este espacio y de la misma forma, dar atención oportuna a los interesados, siempre con el objetivo de brindar opciones para que el adulto mayor se desarrolle y mantenga una calidad de vida digna a través de estos programas.

Al hablar con el personal del Centro Cultural Aragón (profesores, coordinadores, directivos) me doy cuenta de que su principal preocupación es darse a conocer para que un mayor número de personas asistan a esta organización, pues para ellos resulta importante otorgar un servicio y actividades que permitan al adulto mayor seguir aprendiendo y desarrollándose.

Resulta necesario que se realice una mayor difusión de los servicios que se ofrecen en apoyo hacia estos sectores de la sociedad, y al mismo tiempo, establecer oportunidades de aprendizaje continuo que hagan posible la incorporación de estas personas a su entorno social a través de un desarrollo constante.

De igual forma, es importante que se tome en cuenta la opinión de las personas que actualmente forman parte de esta organización, pues también ellas han construido una opinión respecto a las carencias y fortalezas de ésta, cosa que puede servir para la planificación de las estrategias a aplicar.

Es necesario que se generen canales de reflexión en los que tanto los mismos adultos mayores como otros actores de la sociedad comiencen a dar importancia a los procesos de vejez, pues de esta manera se crea mayor conciencia sobre la pertinencia que tiene el establecer planes a futuro para mantener un desarrollo y calidad de vida adecuados.

En el siguiente capítulo se dará paso a la implementación de las distintas metodologías que proporcionarán la información necesaria acerca de las condiciones en las que el Centro Cultural Aragón se encuentra actualmente. Esto ayudará a detectar problemas y plantear soluciones a los conflictos que se presenten.

De esta forma a partir de los datos con los que se cuente, se podrán conformar las estrategias y propuestas basadas en los resultados de dichos análisis y la opinión de las personas que reciben el servicio; otorgando recomendaciones para la mejora de este lugar.

Capítulo IV. Herramientas de análisis y propuestas.

Introducción.

En este capítulo se observarán los resultados obtenidos tras la aplicación de diversas herramientas de análisis para poder identificar los campos de acción sobre los que irán dirigidas las estrategias de comunicación, pues es de vital importancia conocer la opinión de los usuarios del Centro Cultural Aragón respecto a las oportunidades y carencias de este espacio.

Cada una de estas herramientas se relacionan y complementan para dar como resultado una lista de estrategias que permitan a la organización un mayor posicionamiento y difusión dentro de su entorno, tomando en cuenta las necesidades internas y externas, así como sus áreas de oportunidad.

Asimismo se observarán las necesidades de los públicos para la elaboración de propuestas dirigidas a la difusión de las actividades que ofrece la institución con el fin de construir mensajes de comunicación que permitan a los adultos mayores desarrollarse con una calidad de vida digna a través de los servicios ofrecidos por la organización.

De esta manera, se estarán ofreciendo estrategias y propuestas basadas en datos tangibles y en las opiniones de los usuarios, lo cual beneficiará tanto a éstos como a otras personas que deseen acercarse a la institución. El objetivo de dichos aportes es dar a conocer las actividades que ofrece el Centro Cultural Aragón y de igual forma, lograr la integración de los adultos mayores en espacios sociales fortaleciendo su desarrollo personal a través de la difusión de los servicios que la institución ofrece.

FODA.

A través de la realización del análisis FODA se pretende identificar, comparar y analizar los distintos aspectos que repercuten dentro del Centro Cultural Aragón. Esto con el fin de realizar un plan estratégico y elaborar propuestas con base en el análisis de la situación actual de la institución, para de esta forma marcar las posibles evoluciones y mejoras de la misma en un futuro.

La distribución del FODA es la siguiente:

FORTALEZAS Conservarlas y aprovecharlas.	OPORTUNIDADES Aprovecharlas.
DEBILIDADES Reducirlas o eliminarlas.	AMENAZAS Prepararse.

Con base en las observaciones del Centro Cultural Aragón y su funcionamiento, se puede realizar un FODA que permita atacar los puntos negativos y potenciar los positivos.

En el caso de esta organización el FODA es el siguiente:

FORTALEZAS

- BUENA RELACIÓN TRABAJADORES-ALUMNOS.
- INTERÉS POR EL ADECUADO DESARROLLO DE LOS ALUMNOS.
- UNIÓN DE GRUPO.

OPORTUNIDADES

- DIFUSIÓN Y MEJOR CONOCIMIENTO DE LA ORGANIZACIÓN.
- NUEVAS PROPUESTAS DE MATERIAS O TALLERES .
- MAYOR PRESTIGIO PARA EL INAPAM Y CENTROS CULTURALES.

DEBILIDADES

- POCA DIFUSIÓN DE EVENTOS, FESTIVALES, ENCUENTROS DEPORTIVOS.
- INFRAESTRUCTURA.
- FALTA DE RECURSOS.

AMENAZAS

- INSTITUCIONES QUE OFRECEN SERVICIOS SIMILARES.
- FALTA DE CAPACITACIÓN PARA NUEVO PERSONAL.
- POCO CONOCIMIENTO DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN.

A partir de la relación entre las variables seleccionadas se analizará al Centro Cultural Aragón a partir de una DOFA debido a que se busca atacar lo negativo interior con lo positivo exterior (DO) y lo positivo interior con lo negativo exterior (FA).

De esta forma, con DO se busca reducir las debilidades de la organización para aprovechar las oportunidades, y con FA se intenta disminuir el impacto de las amenazas del entorno utilizando sus fortalezas.

Lista de variables:

FORTALEZAS

F1: Buena relación trabajadores-alumnos. El servicio que se ofrece a los alumnos dentro del Centro Cultural es amigable y respetuoso, lo cual genera confianza en las personas que asisten a este espacio porque se sienten apoyadas y comprendidas.

F2: Interés por el adecuado desarrollo de los alumnos. El Centro Cultural Aragón y su personal administrativo se encuentran constantemente atendiendo las

necesidades de los alumnos y organizando distintos eventos para que éstos se desarrollen en otros ámbitos y cuenten con cursos actualizados y acordes a sus necesidades.

F3: Unión de grupo. La unión de los distintos grupos que conforman al Centro Cultural Aragón es un elemento sumamente importante, pues los alumnos ven en sus demás compañeros un sistema de apoyo y compañía que los anima a participar activamente dentro de la institución.

OPORTUNIDADES

O1: Difusión y mejor conocimiento de la organización. Si bien es cierto que el Centro Cultural se preocupa por otorgar un servicio de calidad, es necesario que al menos las personas que viven cerca de la zona tengan mayor conocimiento de las actividades que aquí se realizan.

O2: Nuevas propuestas de materias o talleres. Aunque los cursos y talleres que aquí se ofrecen cuentan con precios accesibles y se imparten por profesores capacitados, algunos alumnos consideran que se deberían implementar mayores actividades de tipo físico para su desarrollo.

O3: Mayor prestigio para el INAPAM y Centros Culturales. El INAPAM ha sido la institución que durante mucho tiempo se ha preocupado por servir a los adultos mayores, por lo que los servicios que ofrecen otras organizaciones derivadas de ésta, como es el caso de los Centros Culturales, pueden generar un mayor reconocimiento y aceptación por parte del público objetivo.

DEBILIDADES

D1: Infraestructura. Las actividades que se realizan dentro del Centro Cultural (danza regional, tai chi, cómputo, lectura, yoga etc.) son impartidas por personal capacitado, no obstante, existen cierto tipo de tareas que no pueden ser realizadas en espacios reducidos, lo que en ocasiones provoca inconformidad por parte de los alumnos.

D2: Poca difusión de eventos, festivales y encuentros deportivos. Pese a que los Centros Culturales organizan diversas actividades donde los alumnos pueden

mostrar lo aprendido a lo largo de los cursos, se conoce la existencia de dichos eventos por muy pocas personas, lo cual limita el conocimiento de estas organizaciones.

D3: Falta de recursos. El Centro Cultural Aragón organiza actividades como la organización de una quermés para recaudar fondos en beneficio del lugar, sin embargo, dichos recursos no son del todo suficientes para la mejora de las condiciones de este espacio.

AMENAZAS

A1: Poco conocimiento de los servicios ofrecidos por la organización. La gran mayoría de los alumnos se han acercado al Centro Cultural Aragón por recomendación de amigos o conocidos, y aunque es una buena forma de dar a conocer los servicios de la organización, hace falta que sea ésta quien tome la iniciativa para darse a conocer.

A2: Falta de capacitación para nuevo personal. Muchos de los maestros que conforman el equipo de trabajo del Centro Cultural Aragón se formaron a la par que estas instituciones comenzaban a funcionar, por lo que recibieron varios cursos, diplomados y capacitaciones para entender la forma en que se debía tratar a los adultos mayores. Esto dificulta la entrada de nuevo personal, pues no cuentan con toda esta información y por tanto es mucho más complejo que se adapten al ambiente de trabajo.

A3: Instituciones que ofrecen servicios similares. Existen otras organizaciones y universidades que brindan atención al adulto mayor, como la Universidad de la Tercera Edad, lo cual puede ser un peligro para estos Centros Culturales, que aún ofreciendo precios accesibles, son poco conocidos.

La siguiente tabla representa el cruce de las fortalezas y amenazas primordiales, que repercuten en el Centro Cultural Aragón:

AMENAZAS	A1	A2	A3
F1	F1, A1		
F2		F2, A2	
F3			F3, A3

- La amenaza que representa la existencia de otras instituciones que ofrecen servicios similares (A1) se puede convertir en una fortaleza debido a la buena relación que se tiene entre el personal y los alumnos (F1), pues el ambiente armónico que se genera al interior del Centro Cultural puede ser un motivo para que los adultos mayores prefieran acudir a él.
- La falta de capacitación para el nuevo personal (A2) puede contrarrestarse con la experiencia del personal que lleva más años trabajando en este lugar, pues son ellos quienes pueden enseñar a los nuevos profesores la manera en que deben atender las exigencias de sus alumnos debido a sus largos años de experiencia, que se ve reflejada en un interés continuo por mejorar el desarrollo de los alumnos (F2).
- La unión de los grupos que conforman el Centro cultural Aragón (F3) representa una gran oportunidad para que otras personas conozcan los servicios ofrecidos por la institución (A3), pues son redes de información que pueden producir que otras personas se sientan interesadas, por medio de los comentarios y opiniones que den sobre la organización, y al mismo tiempo ayuda a reforzar las relaciones entre trabajadores y alumnos para el bien de la organización y de quienes colaboran en ella.

	OPORTUNIDADES	O1	O2	O3
DEBILIDADES				
D1		O1, D1		
D2			O2, D2	
D3				O3, D3

- La poca difusión de eventos y festivales realizados por los distintos Centros Culturales (D1) puede convertirse en una oportunidad si el personal administrativo con ayuda de los alumnos, se ocupa de promover e invitar a personas interesadas a asistir a los eventos, para que de esta forma se conozca el tipo de actividades que se realizan y puedan contar con un testimonio directo de la experiencia de cada uno de los adultos mayores dentro de la organización (O1).

- A pesar de que la infraestructura no siempre es la adecuada para la realización de actividades físicas (D2), se pueden encontrar otros espacios para que se lleven a cabo, como los parques y deportivos cercanos a la zona, lo cual beneficiaría a los alumnos y puede dar pie a la propuesta de otras actividades que al mismo tiempo serían conocidas por un público más amplio (O2).

- El INAPAM podría generar un mayor reconocimiento y prestigio entre sus públicos (O3) involucrándose constantemente en las labores que realizan los Centros Culturales, para de esta forma brindar el apoyo necesario e interactuar de manera más cercana con éstos, para que sigan creciendo y de esta forma se contrarreste la falta de recursos (D3) que es uno de los problemas que impiden el buen funcionamiento de estas organizaciones.

CUESTIONARIO.

El propósito de aplicar un cuestionario de este tipo fue conocer a profundidad la opinión de los usuarios del Centro Cultural Aragón respecto a la organización, instalaciones, servicio, costos y demás elementos que permitieran tener un mayor conocimiento sobre la percepción que ellos tienen de la institución.



Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

El presente cuestionario tiene como finalidad conocer la opinión que los usuarios tienen del Centro Cultural Aragón en cuanto a servicio, instalaciones, actividades, etc. La información obtenida se utilizará con fines académicos, por lo que se le solicita contestar con honestidad.

I. Personal.

1. El personal administrativo otorga la información necesaria sobre los servicios con los que cuenta el Centro Cultural Aragón.

1. Totalmente de acuerdo	2. De acuerdo	3. En desacuerdo	4. Totalmente en desacuerdo
--------------------------	---------------	------------------	-----------------------------

2. Los profesores cuentan con los conocimientos necesarios para dar la clase.

1. Totalmente de acuerdo	2. De acuerdo	3. En desacuerdo	4. Totalmente en desacuerdo
--------------------------	---------------	------------------	-----------------------------

3. Tanto el personal administrativo como los profesores otorgan un servicio amigable y respetuoso a los alumnos.

1. Totalmente de acuerdo	2. De acuerdo	3. En desacuerdo	4. Totalmente en desacuerdo
--------------------------	---------------	------------------	-----------------------------

4. La resolución de problemas resulta sencilla debido a que el personal es accesible y atento a las necesidades de los alumnos.

1. Totalmente de acuerdo	2. De acuerdo	3. En desacuerdo	4. Totalmente en desacuerdo
--------------------------	---------------	------------------	-----------------------------

II. Instalaciones.

5. Las instalaciones son adecuadas para el tipo de actividades que se realizan en este lugar.

1. Totalmente de acuerdo	2. De acuerdo	3. En desacuerdo	4. Totalmente en desacuerdo
--------------------------	---------------	------------------	-----------------------------

6. El Centro Cultural Aragón cuenta con el equipo y las herramientas necesarias para el buen desarrollo de los alumnos.

1. Totalmente de acuerdo	2. De acuerdo	3. En desacuerdo	4. Totalmente en desacuerdo
--------------------------	---------------	------------------	-----------------------------

7. Los profesores indican de manera oportuna el uso que se le debe otorgar a cada herramienta o equipo.

1. Totalmente de acuerdo	2. De acuerdo	3. En desacuerdo	4. Totalmente en desacuerdo
--------------------------	---------------	------------------	-----------------------------

8. Le parece que el costo de las actividades que se ofrecen son accesibles.

5. Totalmente de acuerdo	6. De acuerdo	7. En desacuerdo	8. Totalmente en desacuerdo
--------------------------	---------------	------------------	-----------------------------

III. Difusión.

9. La difusión de los servicios que otorga el Centro Cultural Aragón ayuda a que los interesados se acerquen con facilidad a la institución.

1. Totalmente de acuerdo	2. De acuerdo	3. En desacuerdo	4. Totalmente en desacuerdo
--------------------------	---------------	------------------	-----------------------------

10. Le parece necesario que el Centro Cultural Aragón realice una mayor difusión de sus servicios utilizando soportes como folletos o carteles.

1. Totalmente de acuerdo	2. De acuerdo	3. En desacuerdo	4. Totalmente en desacuerdo
--------------------------	---------------	------------------	-----------------------------

11. Considera que se debe dar a conocer a aquellas instituciones que ofrecen sus servicios a adultos mayores

1. Totalmente de acuerdo	2. De acuerdo	3. En desacuerdo	4. Totalmente en desacuerdo
--------------------------	---------------	------------------	-----------------------------

12. Es de suma importancia que se produzca una reflexión sobre la tercera edad en nuestro país.

1. Totalmente de acuerdo	2. De acuerdo	3. En desacuerdo	4. Totalmente en desacuerdo
--------------------------	---------------	------------------	-----------------------------

IV Incentivos.

13. Las actividades realizadas fuera del Centro (festivales, concursos, competencias) lo motivan a continuar creciendo física e intelectualmente.

1. Totalmente de acuerdo	2. De acuerdo	3. En desacuerdo	4. Totalmente en desacuerdo
--------------------------	---------------	------------------	-----------------------------

14. Recomendaría a algún conocido a participar en las actividades que promueve el Centro Cultural Aragón.

1. Totalmente de acuerdo	2. De acuerdo	3. En desacuerdo	4. Totalmente en desacuerdo
--------------------------	---------------	------------------	-----------------------------

15. La relación con el personal del Centro Cultural genera un ambiente adecuado para el desarrollo de actividades.

1. Totalmente de acuerdo	2. De acuerdo	3. En desacuerdo	4. Totalmente en desacuerdo
--------------------------	---------------	------------------	-----------------------------

16. Considera importante que los adultos mayores se mantengan activos tanto física como mentalmente.

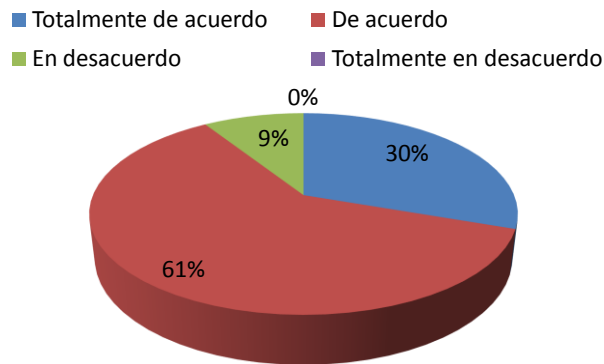
1. Totalmente de acuerdo	2. De acuerdo	3. En desacuerdo	4. Totalmente en desacuerdo
--------------------------	---------------	------------------	-----------------------------

17. Los profesores motivan a los alumnos a través de sus clases a desarrollarse personalmente.

1. Totalmente de acuerdo	2. De acuerdo	3. En desacuerdo	4. Totalmente en desacuerdo
--------------------------	---------------	------------------	-----------------------------

Con base en estas preguntas y la percepción de los alumnos, se conjuntaron las respuestas obtenidas a través de la entrevista que se aplicó a 20 personas, lo cual representa a la mitad de los usuarios del Centro Cultural, dado que regularmente asisten de 40 a 45 alumnos por semana a tomar alguna de las clases.

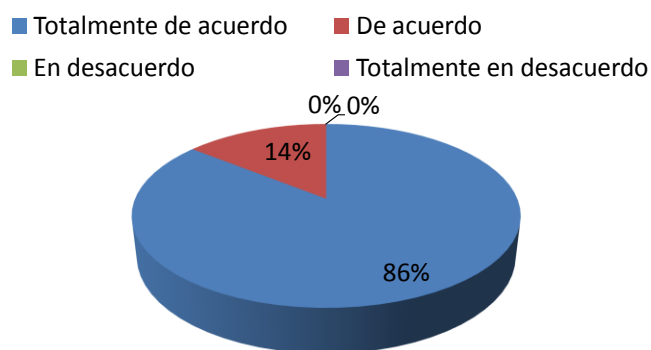
El personal administrativo otorga la información necesaria



El 61% de los encuestados considera que el personal administrativo ofrece la información necesaria acerca de las actividades que se ofrecen en el Centro Cultural. Sin embargo existen algunas personas que mencionan “anteriormente se daban pláticas a las personas de la tercera edad para conocer mejor el Centro

Cultural, cosa que ya no se hace.”³⁶ Esta visión contrasta con la percepción del personal administrativo, pues mencionan que hace falta un mayor conocimiento por parte del público sobre las actividades que ofrecen, ya que la afluencia de alumnos puede ser mayor.

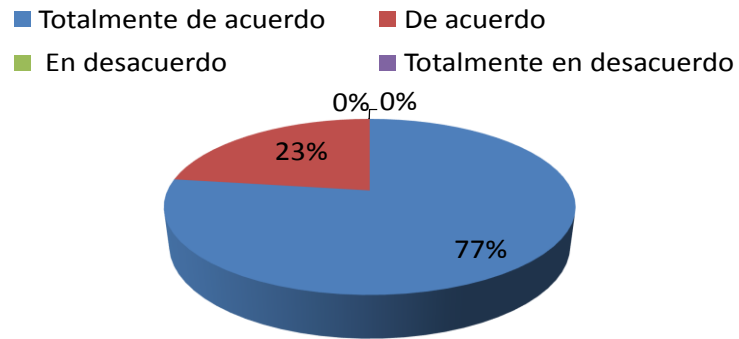
Los profesores cuentan con los conocimientos necesarios.



La mayor parte de los alumnos considera que los profesores cuentan con los conocimientos necesarios para impartir su materia. El personal administrativo, por su parte, se encarga de supervisar que los profesores acrediten sus conocimientos respecto a la materia que desean impartir aunque muchos de ellos comentan que el mayor reto es convivir con los alumnos, pues no los deben tratar como niños o discapacitados. Al contrario, se debe trabajar constantemente para hacerles saber que ellos tienen la capacidad de realizar lo que deseen.

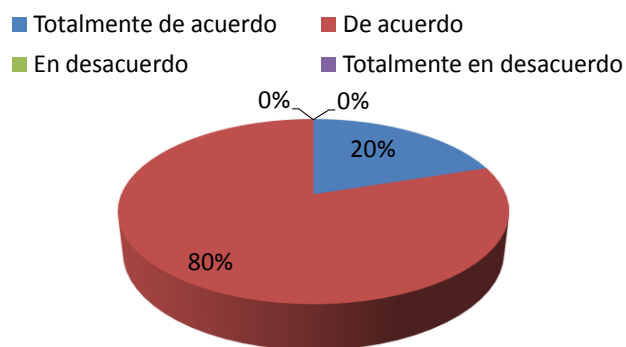
³⁶ Palabras textuales de Delia Aguirre Celaya, quien colaboró con esta entrevista en día 9 de octubre de 2013.

El personal administrativo y los profesores otorgan un servicio amigable y respetuoso.



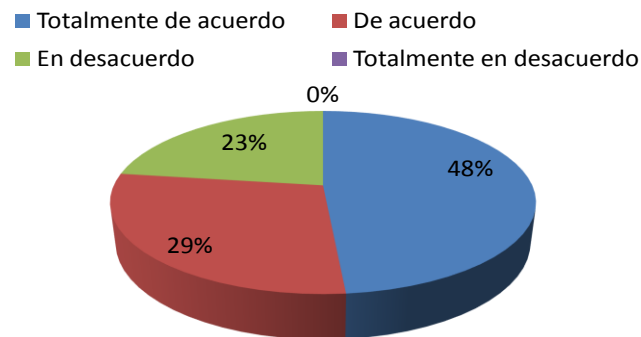
El 77% de los adultos mayores opinan que el servicio que se les otorga al interior de la institución es amigable y respetuoso, y esto a su vez les genera confianza.

La resolución de problemas resulta sencilla.



80% de los alumnos opinan que los problemas que se dan al interior, los cuales son mínimos, se resuelven de manera rápida y oportuna. Esto gracias a la participación del personal administrativo, que se mantiene involucrado constantemente con el personal y los alumnos.

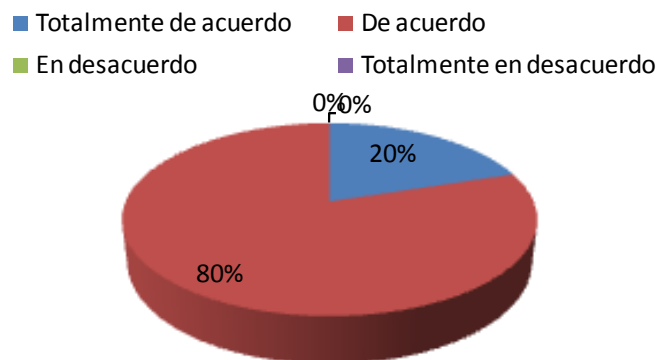
Las instalaciones son adecuadas.



48% de los alumnos consideran que las instalaciones son adecuadas, aunque un 23% no está de acuerdo debido a que piensan que es necesario contar con espacios más amplios para elaborar actividades deportivas. De igual forma algunos alumnos mencionan que “hace falta un buen mantenimiento en zonas de peligro como las escaleras o el pasamanos, que nos sirven de apoyo para subir a los salones del primer piso y deben estar en buenas condiciones”³⁷. Por su parte, el personal directivo ha comentado que no cuentan con los recursos suficientes para hacer todas las remodelaciones de las cuales tienen conocimiento, por lo que van avanzando gradualmente en este tema.

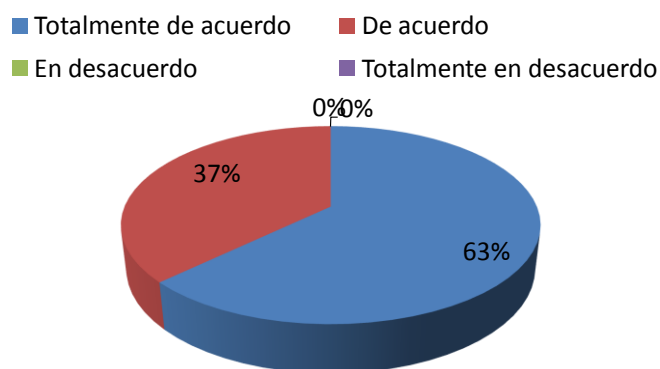
³⁷ Palabras textuales de los entrevistados el día 9 de octubre de 2013.

El Centro Cultural cuenta con el equipo y herramientas necesarias.



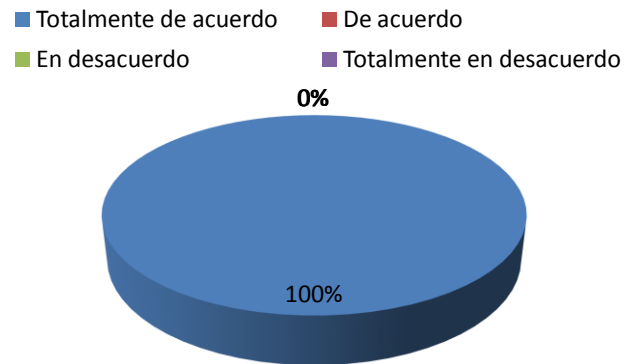
80% de los alumnos consideran que el Centro Cultural Aragón cuenta con las herramientas y equipos necesarios para las actividades que realizan, aunque algunos opinan que se debe dar un mantenimiento continuo a los mismos.

Los profesores indican el uso que debe darse a cada equipo.



63% de los alumnos está totalmente de acuerdo en que los profesores les indican cómo deben usar el equipo y herramientas requeridas para cada actividad. Cada uno de los profesores se mantiene atento a las necesidades de los alumnos, facilitándoles el empleo de herramientas (en el caso de talleres manuales) o el uso de las técnicas necesarias para la elaboración de sus actividades

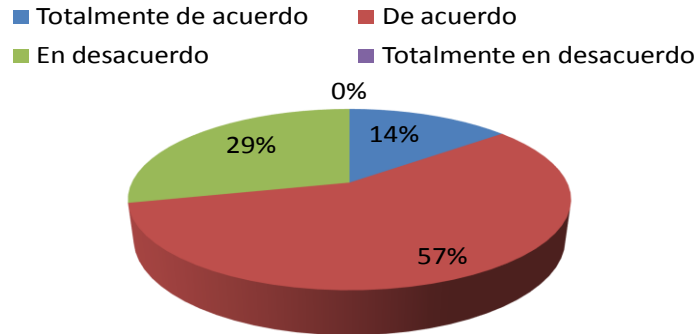
Los costos son accesibles.



Todos los alumnos del Centro Cultural consideran que el costo de las actividades es bastante accesible y esto les permite inscribirse a más de una materia o actividad. “Los precios son muy accesibles, por eso muchos de nosotros tomamos dos o tres materias al día y hay quienes están aquí toda la semana.”³⁸

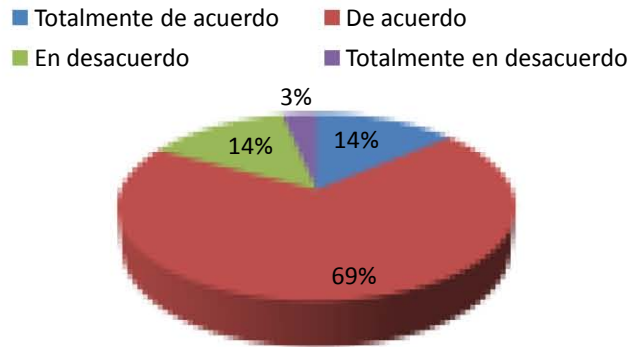
³⁸ Ídem.

La difusión de servicios ayuda a que los interesados se acerquen a la institución.



Un 57% opina que la difusión de los servicios es buena y ayuda a que las personas se acerquen a la institución, sin embargo, el 29% considera que se deberían difundir mucho más y en otros espacios, los servicios que ofrece el Centro Cultural Aragón.

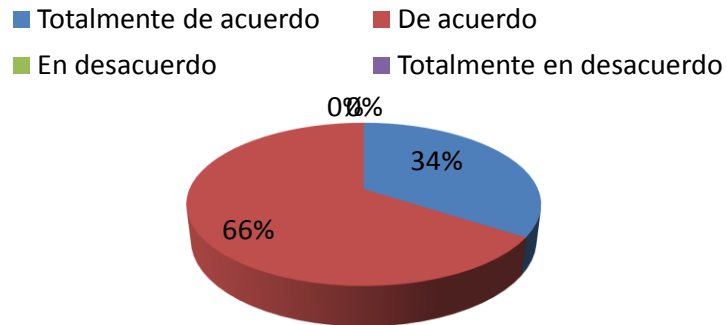
Es necesario que el Centro Cultural realice una mayor difusión.



69% de los adultos mayores creen necesario que exista una mayor difusión de los servicios que otorga la organización, pues en ocasiones las personas se enteran de los servicios del Centro Cultural gracias a comentarios de otras personas, pero no de manera directa por parte de la organización. De igual forma muchos de ellos opinaron que “se debe dar más información a la gente que vienen por primera vez, porque en verdad cambia la perspectiva de las personas. “Muchos piensan que se van a encontrar con un grupo de “viejitos” pero en realidad estar estos lugares cambian la visión que se tiene de la tercera edad”³⁹

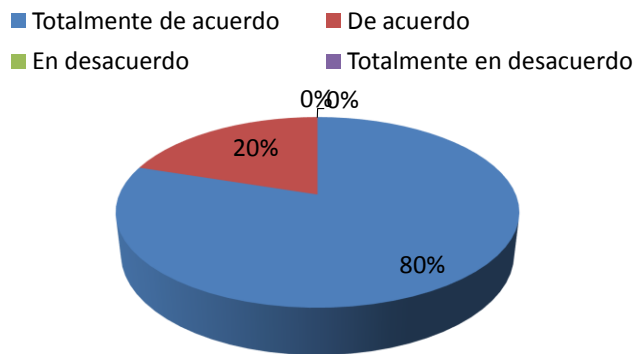
³⁹ Ídem.

Se deben dar a conocer a aquellas instituciones que ofrecen sus servicios al adulto mayor.



Un 66% de los alumnos piensa que se debe dar a conocer a otras instituciones que da servicio al adulto mayor, para que sean aprovechados por mayor número de personas que desconocen su existencia.

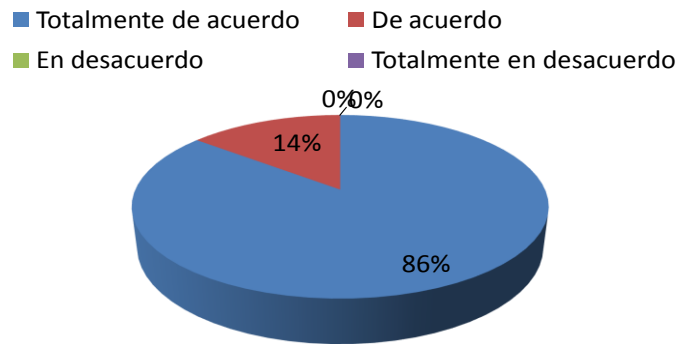
**Se debe producir una reflexión sobre la
tercera edad en nuestro país.**



El 80% de los alumnos cree que se necesita reflexionar sobre el papel del adulto mayor en México porque es uno de esos temas que se deja olvidado y al cual se le debe dar la importancia que merece, sobre todo generando conciencia en jóvenes. “Hay mucha ignorancia por parte de otras personas sobre lo que es realmente vivir esta etapa de tercera edad, muchos de nosotros somos jubilados y contamos con una licenciatura. Eso nos da motivos para seguir desarrollándonos e interesándonos en otras actividades, necesitamos tener nuestro tiempo ocupado para quitar y quitarnos esa imagen del viejo que sólo está en su casa sin hacer nada”⁴⁰

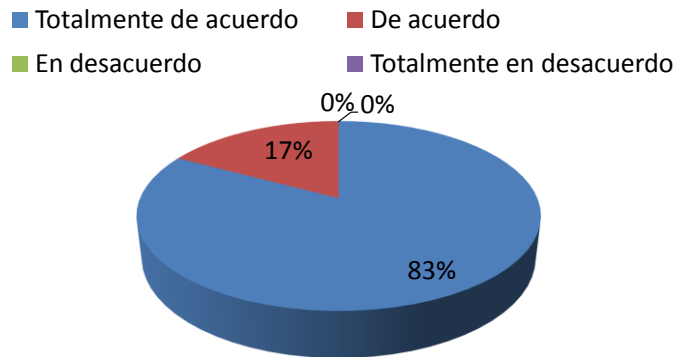
⁴⁰ Palabras textuales de Bertha Bohorquez Madrid, quien colaboró en la entrevista realizada el 9 de octubre de 2013.

Las actividades lo motivan a crecer física y emocionalmente.



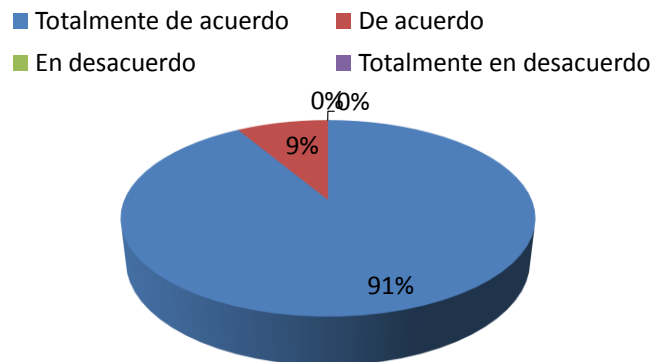
La mayoría de los alumnos concuerdan en que las actividades que ofrece el Centro Cultural Aragón los ayuda a mantenerse activos y a seguir formándose. Esto concuerda con uno de los objetivos que tiene la institución, la cual busca que los adultos mayores se mantengan bajo un aprendizaje constante, desarrollando sus habilidades físicas y mentales, que les permita tener una mejor calidad de vida.

Recomendaría a algún conocido asistir al Centro Cultural Aragón.



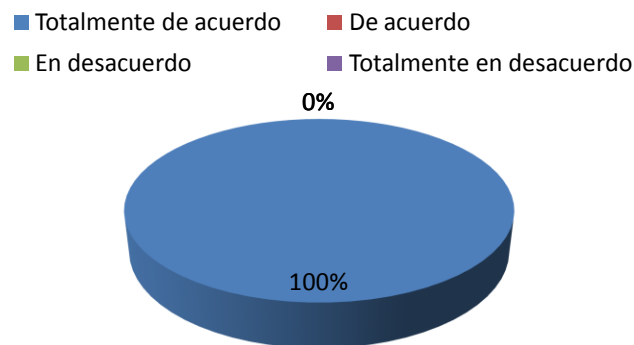
Un 83% de estas personas recomendaría a algún conocido asistir al Centro Cultural a realizar cualquier tipo de actividad.

La relación con el personal genera un ambiente adecuado.



El 91% dice que el ambiente que se da al interior de la organización ayuda en su desarrollo. Muchos de ellos mencionan “Estos lugares nos abren nuevos panoramas. Aquí hay una buena convivencia porque casi todos nos conocemos y formamos amistades con personas que son de nuestra misma edad. Incluso hacemos reuniones que no tienen que ver con el Centro Cultural, a veces celebramos el cumpleaños de algún compañero, organizamos excursiones, tomamos un café...”⁴¹

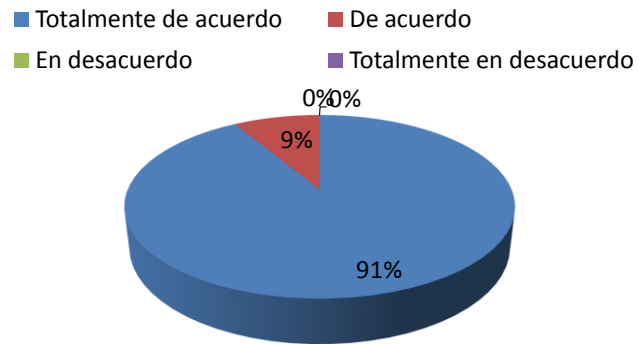
Considera importante que los adultos mayores se mantengan activos.



El 100% de los alumnos cree realmente importante que los adultos mayores continúen siendo activos a pesar de su edad o limitaciones físicas, pues es una etapa de sus vidas que deben aprovechar al máximo.

⁴¹ Palabras textuales de los entrevistados el día 9 de octubre de 2013.

Los profesores motivan a los alumnos a desarrollarse personalmente.



La mayoría de los alumnos considera que los profesores ejercen una labor importante al motivarlos para que mantengan un desarrollo constante.

ESTRATEGIAS Y PROPUESTAS.

A partir de los resultados obtenidos por medio de todas las herramientas de evaluación que permitieron conocer de mejor forma a la organización y sus necesidades, y con la intención de aportar estrategias que permitan al Centro Cultural Aragón contar con una mayor difusión hacia sus públicos objetivos para lograr la integración de adultos mayores a espacios que permitan su desarrollo físico e intelectual, se propone lo siguiente:

Público objetivo	Medio	Objetivo general	Objetivos particulares	Resultados esperados
Habitantes de la Colonia Álamos y alumnos del Centro Cultural Aragón.	<p>Actividades culturales, artísticas y deportivas.</p> <p>Carteles donde se brinde información general sobre dichas actividades.</p>	Dar a conocer al público externo, las actividades que se realizan dentro del Centro Cultural Aragón para lograr una mayor difusión.	<p>Aprovechar los días festivos para realizar actividades que permitan la recaudación de fondos por parte de la institución.</p> <p>Organizar quermeses pero también pequeñas ventas donde los alumnos puedan ofrecer algunos de sus trabajos artesanales o de pintura al público que desea adquirir estas piezas.</p>	<p>Que los alumnos obtengan ganancias económicas por sus trabajos artesanales, así como generar motivación en ellos para que continúen siendo productivos.</p> <p>Que el público interesado genere otra imagen del adulto mayor como ser productivo y en constante desarrollo.</p>

				Que tanto los alumnos como personas ajenas al centro (familiares y amigos), se involucren en las actividades que se realizan en el lugar.
--	--	--	--	---

Público objetivo	Medio	Objetivo general	Objetivos particulares	Resultados esperados
Alumnos del Centro Cultural Aragón.	Impreso. Elaboración de folletos y carteles al interior de la institución utilizando colores claros, así como letras grandes y legibles.	Informar a los alumnos del Centro Cultural Aragón sobre eventos relevantes dentro de la institución	Hacer uso de un pizarrón informativo donde los alumnos puedan encontrar la información necesaria sobre encuentros deportivos, avisos por parte de la administración e incluso datos relevantes del mes; utilizando mensajes cortos que sean claros para el público objetivo.	Generar canales de comunicación eficaces para mantener informada a la comunidad. Que los alumnos tengan un mayor conocimiento de las actividades a realizar en la institución sin la necesidad de acudir constantemente a pedir información en la Administración.

Público objetivo	Medio	Objetivo general	Objetivos particulares	Resultado esperado
<p>Habitantes de la Colonia Álamos y colindantes.</p>	<p>Impreso. Elaboración de carteles y folletos al interior de la organización.</p>	<p>Brindar la información necesaria a las personas que tienen contacto con la organización por primera vez.</p>	<p>Elaborar material donde se encuentren de manera concreta los datos de la institución, teléfonos, actividades, costos y demás elementos.</p>	<p>Que las personas que acuden por primera vez cuenten con todos los datos necesarios acerca de la organización para así facilitar su acercamiento con la misma.</p> <p>Contar con un material informativo que sea útil para la persona interesada y a su vez, sirva como una vía de información hacia otras personas.</p>

Público objetivo	Medio	Objetivo general	Objetivos particulares	Resultados esperados
<p>Habitantes de la Colonia Álamos y colindantes.</p>	<p>Impreso. Carteles ubicados en estaciones del Sistema Colectivo Metro, mercado, restaurantes, parques.</p>	<p>Realizar una mayor difusión del Centro Cultural Aragón para su mejor reconocimiento y posicionamiento.</p>	<p>Apoyarse en medios impresos donde se mencionen las actividades que se ofrecen por parte del Centro Cultural Aragón</p> <p>Que las personas que viven cerca de esta zona conozcan el tipo de servicio que brinda el Centro Cultural y el costo de las actividades.</p>	<p>Ampliar el número de personas interesadas en los servicios que otorga la organización.</p> <p>Ayudar a las personas que conviven con adultos mayores a sugerir a sus familiares que acudan a esta institución como una alternativa para su desarrollo personal y como una vía para formar grupos de apoyo y relaciones de amistad con personas de la misma edad.</p>

Público objetivo	Medio	Objetivo general	Objetivo particular	Resultados esperados
<p>Adultos mayores y público en general.</p>	<p>Comunicación Organizacional. Relaciones Públicas.</p>	<p>Crear relaciones y redes de comunicación entre organizaciones que trabajan con adultos mayores para lograr una reflexión sobre la tercera edad.</p>	<p>Generar relación por parte del Centro Cultural Aragón con otras instituciones que otorgan servicio a adultos mayores, tales como la Universidad de la Tercera Edad o el Instituto para la Atención de los Adultos Mayores en el Distrito Federal.</p> <p>Beneficiar la relación que el INAPAM tiene con otras instituciones y con las organizaciones que de él dependen.</p>	<p>Generar redes de apoyo en la que dichas instituciones acudan a estos Centros Culturales a otorgar pláticas o pequeños cursos en beneficio de las personas de tercera edad.</p> <p>Lograr un mayor reconocimiento de este tipo de organizaciones, así como del INAPAM que es el organismo que las representa.</p> <p>Generar un cambio en la percepción que la sociedad mexicana tiene respecto a la tercera edad.</p>

Se sugiere que todas y cada una de estas estrategias se realicen de manera constante, pues la aplicación de alguna de ellas por un pequeño periodo de tiempo no facilitará el óptimo mejoramiento de la organización.

De igual forma, si la institución considera que deben existir algunos ajustes o modificaciones a las propuestas aquí presentadas, se sugiere que adapten tales propuestas de acuerdo con sus necesidades y teniendo en cuenta el tipo de público al que van dirigidas.

Dichas estrategias están orientadas a la mayor difusión y reconocimiento del Centro Cultural Aragón, para generar un sentido de pertenencia por parte de los alumnos que ya forman parte de él, y al mismo tiempo crear confianza en los públicos que tienen un acercamiento por primera vez.

Asimismo se pretende generar mayor reconocimiento de las actividades que tanto el INAPAM como los Centros Culturales realizan en beneficio de los adultos mayores y generar reflexión tanto en el público objetivo como en otros, respecto a la tercera edad como una etapa de la vida que puede disfrutarse plenamente.

Conclusiones.

A partir de la aproximación a la organización para conocer su funcionamiento, así como sus fortalezas y debilidades, es importante resaltar que la primera impresión que se tiene del Centro Cultural Aragón no siempre coincide con la realidad, puesto que muchos de los visitantes e incluso algunas personas que acuden a pedir informes para después formar parte de la institución tienen ideas preconcebidas.

Esto se reafirmó al momento de realizar las entrevistas a los alumnos de centro, pues mencionan que es visto como un lugar para “viejitos” y no como un espacio en que el adulto mayor puede continuar desarrollándose tanto física como intelectualmente.

Estas ideas están construidas, en parte, bajo supuestos del tipo de servicio que ofrecen las instituciones cuyo público objetivo son las personas de la tercera edad, pues se piensa que sólo se ofrece un servicio asistencial. También existe un gran problema de desinformación por parte del Centro Cultural Aragón hacia sus públicos objetivo, debido a que pocas personas lo conocen.

Por ello es necesario que se realicen actividades que ligen a la comunidad con los servicios y objetivos de esta organización, pues sólo creando vías de comunicación adecuadas, se podrá generar una nueva perspectiva respecto a la tercera edad.

De igual manera, es pertinente mencionar que la tercera edad como una etapa de la vida en la que las personas se mantienen aparentemente desocupadas, es uno de los momentos que pueden y deben ser aprovechados para el continuo desarrollo. Muchas personas piensan que la tercera edad debe ser considerada como algo negativo, pues se cree que quienes llegan a este punto se mantienen inactivos y no tienen motivos para interesarse en algún tipo de actividad.

En este Centro la idea de pasividad se rompe desde el primer momento, pues los alumnos de esta institución están convencidos de que mantenerse en constante movimiento y aprendizaje es una de las características que debe regir esta etapa de sus vidas.

De igual forma, se tiene la idea de que el trato con adultos mayores resulta sencillo pero no es así. No se trata de verlos como si fueran niños a los que sólo se les debe cuidar para atender sus necesidades básicas. Se debe entender que las personas de tercera edad aún tienen intereses, motivaciones, energía y deseos de continuar conviviendo, aprovechando esta etapa para realizar aquellas cosas que no pudieron hacer por falta de tiempo o simplemente porque el trabajo se los impedía.

El hecho de que el Centro Cultural Aragón se preocupe en trabajar la parte emocional de sus alumnos, ayuda en gran medida a que los adultos mayores se sientan motivados, pues cuentan con un grupo de apoyo que les brinda ayuda, atención y que convive con ellos día a día. Muchos consideran al personal y a sus compañeros como una segunda familia, motivo por el cual asisten a más de 3 clases a la semana.

Las actividades recreativas y deportivas que se llevan a cabo en los distintos centros con apoyo del INAPAM son también un aliciente para los alumnos, pues se esmeran en participar y en elaborar piezas artesanales que puedan concursar por uno de los primeros lugares, pues este tipo de reconocimiento, más que físico, es emocional.

De igual forma, la integración de las familias en las actividades que realiza el adulto mayor es muy importante para que el alumno se sienta apoyado y, a la vez, para que las familias se den cuenta del tipo de trabajo y actividades que se realizan dentro de la organización y puedan modificar su idea al respecto.

Todas y cada una de las estrategias planteadas en este proyecto, tienen el objetivo de fortalecer y beneficiar a la institución a partir de propuestas y estrategias que giran en torno a la difusión del Centro Cultural Aragón, pues es una de las deficiencias arrojadas después de la aplicación de diversas herramientas de análisis.

Entender que las organizaciones deben tener bien planteados sus objetivos y el público al que van dirigidas sus actividades (stakeholders), resulta primordial para que esto sirva de eje en el desarrollo de una comunicación estratégica que permita construir canales de comunicación eficaces.

Asimismo se debe tomar en cuenta la relación que existe entre la organización y el entorno que la rodea, pues no puede existir ajena a éste y debe aprender a convivir y desarrollarse según las exigencias de su medio. Es importante que exista una relación y un intercambio entre las instituciones y su medio para que de esta forma ambos obtengan beneficios.

Cabe resaltar el papel de la comunicación organizacional en este tipo de organizaciones, pues si bien el campo de estudio es amplio, existen instituciones a las que muy pocas veces se les brinda atención y que requieren la ayuda que como comunicólogos podemos otorgar. La comunicación abarca una infinidad de áreas y aspectos que no deben ser reducidos, por lo que se puede utilizar y aplicar en distintos campos de manera tangible.

Es importante que los comunicólogos entendamos que nuestro campo de acción es muy amplio, pues hay diversas organizaciones que están interesadas en mejorar su servicio y muchas de ellas no tienen conocimiento de la labor que como comunicólogos ejercemos, lo cual representa un campo de oportunidad para que se reconozca nuestro trabajo.

Pese a que este tipo de evaluaciones requieren tiempo y constancia para conocer tanto los aspectos negativos como los positivos dentro de una organización, con el paso del tiempo el conocimiento que se tiene de ésta es de gran utilidad para generar propuestas acordes a las necesidades y objetivos que se planteen.

Además la relación constante con el personal y con el público que recibe el servicio produce satisfacción en las personas que, como nosotros, trabajan para mejorar las condiciones en las que se encuentra la institución a partir del uso de una comunicación estratégica.

Con la generación de investigaciones y trabajos enfocados en un sector de la población denominado como “tercera edad” se está dando una nueva perspectiva de lo que significa ser viejo, pues no se trata de personas que se mantengan inactivas o no tengan interés en seguir aprendiendo.

Al contrario, se trata de un público que demuestra que las limitaciones físicas no son barrera para continuar con un ritmo de vida que contribuya a su desarrollo, tanto emocional como intelectual

Bibliografía consultada:

- Bazo, María Teresa (1990). *La sociedad anciana*. Madrid. Siglo XXI Editores.
- Carbajo Vélez, Ma. del Carmen (2009). *Mitos y estereotipos sobre la vejez. Propuestas de una concepción realista y tolerante*. Valladolid. Revista de la Facultad de Educación de Albacete.
- Daft, Richard L (2006). *Administración*. Cengage Learning Editores.
- Friedman Andrew L. y Miles, Samantha (2006). *Stakeholders. Theory and Practice*. Oxford University.
- García, Rolando (2006). *Sistemas complejos*. México. Editorial Gedisa.
- Garrido, Francisco Javier (2001). *Comunicación estratégica. Las claves de la comunicación empresarial en el siglo XXI*. Barcelona. Ediciones Gestión.
- Giró Miranda, Joaquín (2005). *Envejecimiento, salud y dependencia*. Universidad de la Rioja.
- González Miers Ma. del Rocío (2000). *Cuando la tercera edad nos alcanza*. México. Trillas.
- Katz, Daniel y Kahn, Robert (1977). *Psicología social de las organizaciones*. México. Editorial Trillas, p. 24.
- Manucci, Marcelo (1999). *El impacto corporativo: diseño estratégico de la comunicación en la complejidad del contexto actual*. Argentina. La Crujía Ediciones, p. 50.

- Ortíz Pedraza, José Francisco (1995). *Envejecimiento. ¿Programa genético o desgaste?* Mexico. INAH.
- Pérez Cano, Vicente, et. al. (2006). *Vejez. Autonomía o dependencia pero con calidad de vida.* Sevilla. Tecnographic.
- Rodríguez Mancilla, Darío (2005). *Diagnóstico Organizacional.* Universidad Católica de Chile. México.
- Sánchez Salgado, Carmen Delia (2000). *Gerontología social.* Buenos Aires. Espacio Editorial.
- Velilla Gil, Javier (2010). *Branding. Tendencias y retos en la comunicación de marca.* Barcelona. UOC.
- Wiener, Robert (1998). *Cibernética y sociedad.* Buenos Aires. Editorial Sudamericana.

Cibergrafía:

- Cordera Campos, Rolando. *La dinámica demográfica en México.* En línea. Como parte de la investigación “Superación de la Pobreza y Universalización de la Política Social”. UNAM. Texto consultado el 12 de junio de 2013. Dirección URL:
http://www.rolandocordera.org.mx/esta_nac/Estadis_demogra_mex.htm
- *Informe final CONFINTEA VI.* En línea. 122 pp. UNESCO. 1 al 4 de diciembre de 2009. Dirección URL:
http://www.unesco.org/fileadmin/MULTIMEDIA/INSTITUTES/UII/confinteavi/pdf/working_documents/confinteavi_final_report_spanish_online.pdf

- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. *Estadísticas a propósito del Día Internacional de las Personas de Edad*. Datos del Distrito Federal. En línea. Página principal. Consultado el 12 de junio de 2013.
- *Ley de los derechos de las Personas Adultas Mayores*. En línea. 26 pp. Cámara de Diputados. 25 de abril de 2012 (texto vigente). Dirección URL: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/245.pdf>

