



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MEXICO**

---

---

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ZARAGOZA**

**CARRERA DE PSICOLOGÍA**

**COGNICIÓN SOBRE LA SEXUALIDAD EN ADULTOS MAYORES Y  
LA INFLUENCIA DE LOS ESTEREOTIPOS PUBLICITARIOS**

**T E S I S**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:**

**LICENCIADA EN PSICOLOGÍA**

**P R E S E N T A:**

**DANIELA LÓPEZ BONILLA**

**JURADO DE EXAMEN**

**DIRECTORA: LIC. NORMA GUZMÁN MÉNDEZ**

**COMITÉ: MTRA. JULIETA BECERRA CASTELLANOS**

**DRA. ALBA ESPERANZA GARCÍA LÓPEZ**

**MTRO. OMAR ALEJANDR VILLEDA VILLAFANA**

**DRA. ELIZABETH ALVAREZ RAMÍREZ**



**CIUDAD DE MÉXICO**

**AGOSTO 2017**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**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.

## ÍNDICE

RESUMEN .....	1
INTRODUCCIÓN.....	2
CAPÍTULO 1. ADULTO MAYOR.....	5
1.1 Diferencia entre vejez y envejecimiento.....	5
1.2 Cambios ocurridos durante la vejez.....	8
1.2.1 Cambios físicos .....	8
1.2.2 Cambios psicológicos.....	13
1.2.3. Cambios culturales .....	16
1.3. Vejez en México .....	18
CAPÍTULO 2. SEXUALIDAD.....	22
2.1 Conceptualización.....	22
2.2 Componentes de la sexualidad.....	24
2.2.1 Parte biológica.....	24
2.2.3 La parte psicológica .....	25
2.2.3 La parte cultural .....	29
2.3 Sexualidad en México.....	31
2.4 Sexualidad en los adultos mayores .....	35
CAPÍTULO 3 COMUNICACIÓN.....	40
3.1 ¿Qué es la comunicación?.....	40
3.2 Procesos psicosociales de la comunicación .....	43
3.3 Teoría de la cognición social. ....	44
3.3.1 Categoría. ....	47
3.3.2 Esquema. ....	47
3.3.3 Estereotipos. ....	49
3.4 Medios de comunicación / Medios de las masas .....	52
3.5 Televisión.....	54
3.6 Comerciales Televisivos .....	57
3.6.1 Estereotipos transmitidos en los comerciales televisivos.....	59
CAPÍTULO 4. METODOLOGÍA Y RESULTADOS .....	62
Justificación .....	62

Pregunta de investigación. ....	64
Objetivo General. ....	64
Objetivos Específicos. ....	64
Conceptos básicos. ....	65
Tipo de estudio. ....	66
Categorías. ....	67
Técnica de recopilación de datos. ....	68
Participantes. ....	69
Características generales de los integrantes con respecto a la participación del grupo a lo largo de las sesiones. ....	69
Descripción del escenario ....	71
Procedimiento ....	71
Descripción del programa de actividades. ....	73
Inicio de las sesiones. ....	84
Manejo de datos ....	85
Resultados ....	87
Sexualidad Psicológica. ....	89
Sexualidad Social. ....	99
CAPÍTULO 5 DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES. ....	114
REFERENCIAS ....	125

## RESUMEN

En la presente investigación el objetivo fue identificar las cogniciones que tiene un grupo de adultos mayores sobre su sexualidad y la influencia que pueden ejercer los comerciales televisivos en torno a ella. Fue una investigación de corte cualitativo, teniendo como base la teoría de la cognición social. La técnica utilizada para la recolección de datos fue el grupo focal con entrevistas semiestructuradas. El grupo estuvo conformado por 12 personas, de los cuales 9 fueron mujeres y 3 hombres, en un rango de edad que iba desde los 60 años hasta los 80 años, ellos asisten a la Estancia de la Sabiduría “Atenea” ubicada en la delegación Gustavo A. Madero. La investigación se llevó a cabo en cinco sesiones de 1 hr. 45 min. cada una; para las cuales se planeó un programa que permitiera obtener información de cada una de las categorías establecidas conceptualmente sobre la sexualidad. Cada sesión fue grabada por audio, teniendo consentimiento previo de cada uno de los participantes. Posteriormente las grabaciones fueron sometidas a un análisis de contenido para encontrar esquemas en relación a la sexualidad. Este análisis es presentado por medio de siete diferentes tablas, cada una hace referencia a una categoría, estas contienen estructuras encontradas a lo largo de las diferentes sesiones. Llegando a la conclusión que a pesar que la sociedad no vislumbra posible la existencia de la sexualidad en los adultos mayores, ésta es vivida conforme a sus experiencias e incluso dentro del grupo ha sido un tema del que se ha aprendido hablar paulatinamente, entre sus hijos y nietos principalmente, de forma abierta pues antes era un tabú, persona que la mencionara era mal vista; así mismo los participantes del grupo manifiestan ser agentes activos frente a comerciales emitidos en la televisión, es decir, para que pueda influir la información emitida en diferentes comerciales debe enseñarles algo o incluso transmitir un contenido que les permita traer a su mente eventos o personas importantes.

## INTRODUCCIÓN

Alrededor del mundo la población adulta mayor ha ido incrementando poco a poco, gracias a las nuevas tecnologías, medicamentos, tratamientos, etc., permitiendo con ello que se prolongue el lapso de vida de las personas, aunado a ello, en los últimos años se ha presentado una reducción de nacimientos, provocando así un aumento de población adulta mayor (Pereira, Seoane & Sueiro, 2001).

México no ha quedado fuera de estas estadísticas demográficas, Ham (1999 pp. 7-10) menciona que en la última década del siglo XX, las estadísticas demográficas de México dan cuenta del notable incremento en los números absolutos y porcentuales de la población en edades avanzadas, esto es, de las personas mayores que van de los 60 o 65 años en adelante pasaron de conformar el 6.2% en el 2010 al 7.2% en el 2015 de acuerdo a los datos otorgados por el INEGI en dos comunicados uno dado a la revista *Expansión* (2015) y el otro un comunicado emitido por la misma institución, a propósito del día mundial de la población (INEGI,2016). Estos datos demográficos, así como la diferencia que existe entre vejez y envejecimiento, son desarrollados a lo largo del Capítulo 1.

Teniendo estos datos en cuenta, es necesario empezar a abrir nuevas líneas de investigación que se focalicen en esta población, ya que, aún existen diversas temáticas que no han sido abordadas, como lo es la sexualidad.

A pesar de que en la actualidad es un tema popular entre la población y existe una gran información en torno al tema, se continúan desconociendo aspectos sobre la misma, pues aún se le concibe como un hecho netamente coital y reproductivo, tomando como base principal el funcionamiento de los aparatos reproductores en las personas; cuando en realidad sólo es un aspecto que la conforma, el cual es nombrado sexo y no sexualidad. A lo anterior Döring (2000) explica que al enfocarse exclusivamente en un aspecto biológico, el término sexualidad se ve reducido, dejando así de lado otros elementos que le son característicos como aquellas normas y principios culturales en donde se desarrolle una persona (Capítulo 2). Al considerarla un hecho únicamente biológico se ha empezado a creer dentro de la sociedad que la sexualidad desaparece con los años y los únicos que parecen presentarla es la población adolescente y juvenil; para lo cual, es impensable hablar de ella en la etapa de la vejez gracias a los estereotipos que se forman en torno a los adultos

mayores que tienen como base la disminución de las capacidades físicas y cognitivas, descritas más detalladamente en el Capítulo 1. En dicha etapa estos estereotipos y prejuicios, basados la mayoría de las veces en la ignorancia, llevan a muchos profesionales de la salud, al propio individuo y a la familia a evitar el tema de la sexualidad en el anciano.

No obstante, esta idea es completamente errónea debido a que la sexualidad no sólo se estructura en las funciones biológicas, sino que dentro de ella se establecen niveles, conocidos también como componentes y/o pilares, que la conforman y estos son los siguientes: las estructuras culturales y aspectos psicológicos; es decir, hablar de sexualidad implica hablar de una interacción dialéctica entre estructuras fisiológicas, aspectos conductuales, componentes psíquicos, y formas sociales, logrando así conformar a un ser sexuado (Bolín & Whelehan, 2009; Gómez, 2013; Katchadourian & Lunde 1980; Marina, 2002; McCary, McCary, Álvarez, del Río & Suárez, 1996; Perdomo, Leyani, Segredo & Martín, 2010;). Estos componentes son los que crean la diferencia entre los seres humanos y los animales. Y cuando estos componentes son considerados en cada persona, es imposible declarar que la sexualidad se termina a cierta edad. Cada uno de estos niveles, así como la conceptualización de la sexualidad y su diferencia con el sexo, son desarrollados en los primeros apartados del Capítulo 2, de igual manera dentro de ese capítulo se explica cómo ha sido vista la sexualidad en México.

Todos estos componentes en torno a la sexualidad son procesados y transmitidos a cada persona de distinta forma, lo que dependerá de su contexto y de elementos comunicativos de las interacciones; por lo tanto dentro de la presente investigación en el Capítulo 3 se abordará a la comunicación como un proceso interactivo por el cual se transmiten diversos mensajes, para posteriormente profundizar en los procesos psicosociales de la comunicación, entre los que se encuentra el nivel intrapersonal (Pastor, 2006), nivel en el que se profundiza a lo largo de la investigación, partiendo de la teoría de la cognición social, se emprenderá el estudio de los procesos mentales (en una persona, en grupo o en eventos) mediante los cuales se conoce el mundo social, procesa y aplica (Augoustinos, Walker & Donahue, 2014; Fiske y Taylor, 1991).

Se retoma esta postura teórica pues concibe al ser humano como un ser activo que recibe información de lo que lo rodea y a la par va construyendo sus propios esquemas, creando una relación dialéctica. De ésta teoría se retoman tres conceptos para el desarrollo del presente trabajo: cognición y de ella se desprenden los esquemas y los estereotipos. Cada uno de estos conceptos es descrito en el apartado de Teoría de la cognición social dentro del Capítulo 3

Estos conceptos son empleados para el análisis de la influencia que llega a existir de la televisión y principalmente los comerciales televisivos.

Es entonces que del Capítulo 1 al 3 del presente trabajo se encuentra la exploración teórica; posteriormente dentro del Capítulo 4 se plantea todo lo correspondiente a la metodología, es decir, la pregunta de investigación, las categorías, los participantes, los objetivos, la justificación, el tipo de estudio; juntamente con los resultados obtenidos. Y para finalizar en el Capítulo 5 se establece la discusión y conclusiones respecto a lo que fue encontrado y lo establecido teóricamente.

## CAPÍTULO 1. ADULTO MAYOR

### 1.1 Diferencia entre vejez y envejecimiento

Los términos vejez y envejecimiento suelen usarse de manera indiscriminada en las conversaciones, debido a que se perciben como sinónimos, sin embargo, cada término hace referencia a cosas distintas pero llegan a converger en un punto de la vida. Para aclarar la diferencia que existe entre un término y otro se procede a definir a cada uno.

Se entenderá por envejecimiento el proceso natural y paulatino que se lleva a cabo a lo largo de la vida, un suceso que se genera gradualmente, desde el nacimiento y hasta la muerte: el envejecimiento se lleva a cabo de forma diferente en cada persona dependiendo de las diversas condiciones ambientales que le rodean, así como de los hábitos y otros factores tales como: la ingesta de ciertos alimentos, el estrés, elementos genéticos, etc. (Alcade y Laspeñas, 2005).

El Instituto para la Atención de los Adultos Mayores del Distrito Federal (IAAM, 2014), considera que el envejecimiento es un proceso de cambios a través del tiempo, natural, gradual, continuo, irreversible y completo. Todas las personas a lo largo de la vida atraviesan por un proceso de envejecimiento, en mayor o menor medida, gradual y adaptativo, caracterizado por una disminución relativa de la respuesta homeostática [equilibrio que le permite al organismo mantener un funcionamiento adecuado], debida a las modificaciones morfológicas, fisiológicas, bioquímicas y psicológicas, propiciadas por los cambios inherentes a la edad y al desgaste acumulado ante los retos que enfrenta el organismo a lo largo de la historia del individuo en un ambiente determinado (Instituto Nacional de Geriátrica).

Berger (2009) establece dos tipos de envejecimiento en las personas: al primero lo nombra envejecimiento primario donde se encuentran aquellos cambios universales; mientras que al segundo lo nombra envejecimiento secundario, el cual abarca los cambios efectuados en el organismo como consecuencia de alguna o algunas enfermedades.

En las definiciones anteriores al envejecimiento se le ve como un hecho biológico principalmente, sin embargo, para Giro (2005) el envejecimiento no sólo se refiere a ello,

pues para él es un factor social que engloba a la situación de la población con respecto al incremento de personas adultas mayores en los últimos años, él lo denomina envejecimiento de la población y lo define de la siguiente manera “El envejecimiento de la población no se refiere exclusivamente a un proceso biológico determinante, sino a un proceso social, por el que la sociedad se transforma de manera significativa en virtud de su estructura y de acuerdo a su organización en torno a la edad como componente diferenciador de los estatus de las personas... dando lugar a lo que se denomina el envejecimiento demográfico” (p. 17).

Por otra parte, la **vejez** es un concepto establecido socialmente para nombrar a la última etapa del desarrollo humano que se considera aproximadamente a partir de los 60 años en adelante (Santrock, 2006), edad en la que socialmente la gente suele, al menos en México, dejar de tener un trabajo remunerado, en la mayoría de los casos ese evento es asociado con el cambio de la etapa adulta a la vejez; de igual forma, los demógrafos han establecido la edad de 60 años o más como la edad a partir de la cual alguien se convierte en adulto mayor, sin embargo, el rango de edad en la que se les considera para pertenecer a esta dependerá de condiciones culturales y sociales específicas de cada región.

En un lugar una persona en la vejez puede tener 40 años, mientras que en otras pueden ser en años posteriores, por ejemplo en el campo, donde los trabajos y las condiciones de vida de la gente son muy difíciles, individuos de 50 años pueden ser considerados ancianos. Hay abuelas de esa edad, que ya son vistas así no por una cuestión cronológica, sino por ritos socioculturales y desgaste biológico (Morales, 2011).

Sí el envejecimiento se refiere al proceso gradual mientras que la vejez es una etapa, ¿Por qué se les suele confundir? Bien, lo que sucede es que dentro de esta etapa del desarrollo los procesos del envejecimiento llegan a ser más visibles, en distintos niveles, trayendo como consecuencia confundir y manejar ambos conceptos de forma indistinta; pero debido a que el objetivo del presente trabajo es estudiar la etapa de la vejez y no el proceso de envejecimiento, es importante tener presente esta distinción para evitar posibles confusiones. No obstante, al hablar de la vejez, resulta imposible separarla del proceso de envejecimiento.

Ramírez (s.f.) establece que gracias a que la vejez es un constructo social con el que se identifica a las personas pertenecientes a la misma, se les han asignado diversos nombres

que van conforme a las circunstancias de ese espacio, intereses de cada organización social, cultura, así como de las situaciones que acontecen en el entorno donde se desenvuelve cada individuo. Verbigracia, en el lenguaje cotidiano ocupado en México, se han buscado diferentes sustantivos para nombrar a las personas pertenecientes a ésta etapa, algunos de ellos han sido “anciano”, “viejo”, “abuelo”, “chocho”, “ruco”, “senécto”, “longevo”, por enunciar algunos, sin embargo, estas palabras resultan peyorativas y algunas de ellas destacan los estereotipos asignados a dicha etapa (Zetina, 1999), ello ha ocasionado que se busquen otro tipo de palabras para referirse a las personas, surgiendo así el término personas de la tercera edad, ya que, se considera a la vejez como la tercera fase de la vida de una persona, entendiendo que existe la infancia, la edad adulta (padres, madres, segunda edad) y la tercera edad (abuelos/as) (Alberich, 2008) o adultos mayores; cabe resaltar que ambas frases son recientes, puesto que comenzaron a utilizarse a principios del siglo XX (Basilia, s.f.) para evitar con ello las ofensas y perjudicar la integridad de las personas. A pesar del consenso que intentó establecerse para la utilización de dichos términos, actualmente se continúan usando múltiples nombres para designar esta etapa de la vida de las personas.

Habiendo hecho las respectivas aclaraciones, dentro del presente trabajo se ocupará principalmente el término adulto mayor o personas de la tercera edad para identificar a dicha población.

## **1.2 Cambios ocurridos durante la vejez**

A lo largo de la vida humana existen cambios físicos, psicológicos y sociales que suelen ser mejor identificados al clasificarse en etapas, siendo una de ellas la vejez. Cabe resaltar que los cambios que ocurren en las personas adultas mayores no ocurren de la misma forma en todas las personas, como lo establece Haler (citado en Medwave, 2001) “los cambios no ocurren de la misma forma de persona a persona ni de órgano a órgano, puesto que cada persona se encontró y se encuentra bajo situaciones ambientales, físicas y psicológicas diferentes”(párrafo 4); sin embargo, existen ciertos cambios físicos, psicológicos y sociales que pueden suceder dentro de esta etapa.

Hablar de todos los cambios que surgen en la vejez comprende una gran lista (Cobo, s.f.), por lo que a continuación, sólo se describirán aquellos que para el presente trabajo constituyen elementos relevantes al hablar de sexualidad.

### **1.2.1 Cambios físicos**

Dentro de esta categoría se encuentran una gran cantidad de ellos, ya que el envejecimiento ha ocurrido de forma paulatina y cada órgano a determinada edad ha sufrido una gran cantidad de cambio. Debido a la visibilidad de estas modificaciones orgánicas, se les ha prestado mayor atención y se han detectado una infinidad de cambios hormonales, estructurales, celulares que existen dentro de estos, se han escogido aquellos que son considerados relevantes para la creación de los estereotipos más fuertes que gira en torno a esta población.

Durante la vejez la producción de colágeno disminuye ocasionando que la piel comience a tener una apariencia más suave, menos elástica, y como consecuencia, que comience a arrugarse; de igual forma, decrece la producción de melanina que es la que se encarga de dar color al cabello y a la piel, es por ello que dentro el cabello comienza a tornarse blanco. Este cambio es el más resaltado para la creación de aspectos negativos de las personas mayores, las personas identifican a una persona mayor por la piel arrugada y la aparición de canas (Artola, 2005).

De acuerdo a lo que se ha ido leyendo y a lo planteando con anterioridad se llega a la conclusión que con el paso del tiempo los diferentes sistemas del organismo también se van desgastando y es principalmente en esta etapa dónde se les presta mayor atención.

A continuación se describen algunos cambios particulares en la vejez que han sido considerados relevantes en la presente investigación:

Primeramente se ubica el sistema sensorial (Tacto, audición, vista, gusto, olfato)

- **Tacto:**

El sentido del tacto incluye la percepción de vibraciones, dolor, temperatura, presión y posición del cuerpo (Goldman & Schafer, 2011).

En la vejez, la piel de varias zonas del cuerpo pierden sensibilidad al entrar en contacto con diversos objetos, ello implica que para sentir un objeto, sus vibraciones, la temperatura de algo, se debe ejercer una mayor presión, ocasionando que puedan herirse o lastimarse al sentir algún objeto en particular por la presión o que la temperatura deba ser mayor para percibirla teniendo como consecuencia que no se percaten que se lastimaron hasta que el dolor sea intenso (Smith & Gove, 2005), por ejemplo, cuando se camina usualmente se pueden detectar bordes en el piso con los pies aunque se tenga zapatos, no obstante, algunas personas mayores no detectan estos bordes y llegan a sufrir fuertes caídas.

- **Audición:**

Existen modificaciones externas e internas (pueden ocurrir simultáneamente), las externas principalmente consiste en el crecimiento de las orejas y del lóbulo de las mismas; por otro lado, en la parte interna se modifican estructuras causando que disminuya en las personas la percepción auditiva. Aproximadamente el 30% de la población de 60 años en adelante, padece de una reducción auditiva con la cual comienzan a tener cierta dificultad para captar los tonos elevados o agudos, además de tener dificultades para diferenciar si existen o no ruidos en su entorno (Smith & Gove, 2005); los cambios internos incluyen también una modificación en la estructura del

tímpano afectando no sólo a la audición, sino también al equilibrio al sentarse, pararse y caminar. Estos cambios pueden ocasionar que el adulto mayor se sienta segregado y aislado, influyendo negativamente en su conducta y en su personalidad (Cobo, s.f.).

- **Visión:**

Hacia los 60 años de edad, las pupilas disminuyen a aproximadamente un tercio del tamaño que tenían a los 20 años de edad. La pupila reacciona más lentamente en presencia de oscuridad o de una luz brillante. El cristalino se vuelve amarillento, menos flexible y ligeramente opaco. Colores como el rojo el amarillo y el naranja son más fáciles de distinguir que el verde o el azul. Las almohadillas de grasa que brindan soporte al ojo se reducen en cantidad y los ojos se hunden en las órbitas (Goldman & Schafer, 2011).

Los músculos oculares se vuelven menos capaces de rotar completamente el ojo ocasionando el inicio de la pérdida en la visión periférica, esto hace que sea necesario que la persona gire un poco su cabeza para poder mirar mejor a los lados (Smith & Gove, 2005). Ello genera miedo al momento de caminar o en las personas que manejan, pues la percepción de las luces o de los objeto se vuelve más complicada.

- **Gusto y el olfato:**

Comienza a existir una disminución de la distinción y detección de sabores y aromas, causado tanto por la disminución del olfato como de las papilas gustativas; las personas mayores pueden tener la sensación de que a la comida le falta sabor, por lo que adicionan una mayor cantidad de sales y azúcares para poder degustarla de mejor manera, no obstante esta situación puede ser nociva para su salud. Con respecto al olfato existen aromas que ya no son percibidas en su totalidad, pues deben tener una intensidad mayor para poder ser detectados (Smith & Gove, 2005 y Asili, 2004).

### **Sistema cardiovascular**

Durante esta edad es normal un pequeño aumento del grosor de la pared ventricular izquierda del corazón con el transcurso de los años; en los hipertensos, se produce un

aumento moderado. Otros cambios normales asociados con la edad pueden incluir el agrandamiento y el comienzo de cierta rigidez de la aurícula izquierda y en el músculo cardiaco; además existe un ligero aumento de la cavidad ventricular izquierda, causando entonces que la frecuencia cardiaca disminuya paulatinamente, trayendo como consecuencia que durante esta etapa sean más frecuentes las arritmias y cambios en la presión diastólica y sistólica en las personas, aumentando así el riesgo de sufrir un infarto. Junto con el cambio de la frecuencia cardiaca y de las arterias, la sangre comienza a volverse más líquida, es decir, va perdiendo paulatinamente su viscosidad (Seegmiller, 1990).

En los varones los cambios en el bombeo de sangre ocasionan que las erecciones duren menos tiempo o incluso que no efectúan adecuadamente.

### **Aparatos reproductores**

Los cambios en estos aparatos ocurren de manera diferente en hombres como mujeres. A continuación se realiza esa distinción entre ellos.

#### **Hombres.**

Los cambios relacionados con el aparato reproductor masculino recaen directamente sobre el testículo. Los primeros cambios clínicos, y los más pronunciados, son los estructurales, debido a que el volumen de los testículos disminuye, se sabe que a la edad de 25 años tienen un volumen de 30 g. en promedio mientras que los hombres ancianos con edad promedio de 78 años suelen tener volumen testicular promedio de 20.6 g detectado por ultrasonografía, equivalente a una disminución del 30% (Lamm & Porias, 2007).

Para proporcionar los nutrientes necesarios para un ambiente ideal en el desempeño espermático se encuentra la próstata, la cual, con el paso del tiempo comienza a crecer obstruyendo la capacidad de la vejiga y en ocasiones impidiendo la salida adecuada de orina.

De igual forma, el cambio que ocurre dentro de la próstata puede provocar el descenso de la actividad sexual o la disminución de los nutrientes recibidos en los espermatozoides ocasionando una disminución en su producción, sin embargo, la disminución de espermatozoides y

del deseo sexual no sólo se debe a la próstata, sino que es consecuencia de la disminución de la testosterona (Lamm & Porias, 2007; Richard & Besdine s.f.; Rodríguez, 2015).

La erección en hombres mayores de 60 años suele tomar hasta 10 minutos, a diferencia de los jóvenes de 20 que la presentan en un periodo de 15 a 30 segundos. De igual forma la erección, en los adultos mayores resulta tener menos firmeza debido a que los músculos se van debilitando, pero ello no significa que se pierda la capacidad de tener un acto sexual (Artola, 2005).

### **Mujeres:**

En las mujeres, la disminución en la producción de las hormonas es más notoria, puesto que a partir de los 45 años aproximadamente, comienza el proceso de la menopausia, lo que implica una disminución en los niveles de estrógenos y progesterona, ocasionando el cese definitivo de la regla menstrual, así como la presencia de poco interés sexual (Richard & Besdine, s.f.; Sociedad Norteamericana de Menopausia, 2010), sin embargo, es importante puntualizar que el efecto que estos cambios tienen sobre la actividad, la capacidad y el interés sexual varía mucho de persona a persona.

Así como en los hombres existe una disminución en el tamaño de los testículos, en las mujeres el útero y los ovarios son los que decrecen en su dimensión; el fluido vaginal comienza a producirse en menores cantidades, por lo que mantener la vagina lubricada durante la excitación puede ser más complicado, además de presentarse en un período mayor, aproximadamente entre 6 y 15 min. ocasionando que la penetración llegue a ser dolorosa (Mulligan, 1998). Además de disminuir la producción del fluido vaginal, la elasticidad en las paredes vaginales va siendo menor (Cayo et. al., 2003).

En los párrafos anteriores se han mencionado factores biológicos que van modificándose con el paso del tiempo y que durante la vejez son más notorios y sobresalientes, no obstante, estos cambios no sólo ocurren a nivel biológico pues también suceden a un nivel psicológico y social.

### 1.2.2 Cambios psicológicos

Existen creencias de que al crecer ya no existen cambios, ni modificaciones en las acciones y pensamientos de las personas a lo largo del tiempo, usualmente en México dichas especulaciones tiene como base el dicho popular “árbol que nace torcido, jamás su tronco endereza”, es decir una persona que adquiere ciertas ideologías, en una edad adulta no va a ser posible cambiarlas; es posible encontrar dos elementos dentro de ese dicho, uno que recaba ciertos elementos verdaderos, pero otros que son erróneos; la verdad radica en que de acuerdo a la educación, costumbres, convivencia que se enseñaron en la niñez se fueron consolidando hasta la edad adulta, sin embargo, la parte errónea se encuentra al declarar que por haber aprendido algo de cierta manera la persona no pueda cambiar ciertas acciones y pensamientos al crecer, pues a lo largo de la vida las interacciones del individuo junto con las modificaciones del pensamiento que se van gestando a la par, van ocasionando un cambio, no un cambio radical de un día para otro, sino un cambio paulatino (Garay & Montes de Oca, 2011).

Es así que es posible hablar de cambios psicológicos pues una persona no es un ente estático, cada acción realizada a lo largo de la vida diaria trae consigo cambios psicológicos en cada persona. Estos cambios no son universales y no ocurren de la misma forma en las personas, ni en las mismas edades, no obstante, los cambios psicológicos dentro de la vejez de acuerdo a Castañedo y Sarabia (2013), se encuentran unidos principalmente a:

- Las modificaciones anatómicas.
- Las modificaciones de las funciones cognitivas y afectivas.
- Consolidación de pensamientos, ideas y costumbres.

Cada uno de estos cambios no deben ser clasificados únicamente como transformaciones negativas, puesto que en cada individuo existen historias y contextos diferentes, por tanto, hablar de cambios no siempre es hablar de situaciones adversas y perjudiciales, como usualmente se hace al hablar de cambios psicológicos en la vejez.

A continuación se explica cada una de las situaciones principales a las que se encuentra unido un cambio psicológico.

### **Cambios anatómicos:**

En la mayoría de la población que envejece, el cambio en sus funciones físicas trae como consecuencia un cambio en el estado psíquico, pues va modificándose la manera que son percibidas por ellas; en párrafos anteriores se hacía mención de la disminución en la visión, en el gusto, en el tacto, etc. cada alteración en esos procesos genera, la mayoría de las veces, frustración, debido a que los individuos se percatan de las cosas que realizaban en su juventud, actualmente no pueden hacerlas, o si llegan a desempeñar algunas se lamentan por no llevarlas a cabo de la misma manera, por tanto algunos se ven limitados; y por ello comienzan a percibirse como inservibles o comienzan a generar otro tipo de pensamientos negativos que crean en torno a su persona (Santrock, 2006), por ende, en ciertas ocasiones sus interacciones con el medio van mermando por miedo a las críticas o a creerse incapaces de continuar con ellas.

Estas actitudes hacia su físico, de las que Santrock (2006) hace mención, van dejándose de lado y no se les ha otorgado la importancia que merecen, a pesar de que ellas ayudarán o afectarán al estado de deterioro de las funciones biológicas; entre más inútil y limitada se sienta la persona, más rápido acontecerá el declive de sus funciones físicas y mentales; por otro lado si a pesar de esas dificultades y cambios en su anatomía, la persona continúa percibiéndose como alguien que si bien no puede llevar a cabo todo lo que hacía antes, pero puede seguir desempeñando otras actividades y puede ser una persona útil ayudará a que su estado físico no se deteriore más. En general mientras más activos estén los adultos mayores aumentará la satisfacción ayudando a que sus vidas puedan ser más largas y llevaderas (Berger, 2009).

Dentro de las funciones anatómicas que afectan el cambio psicológico, se encuentra el cambio ocurrido dentro del cerebro y en los procesos químicos dentro del mismo. Por ejemplo, durante el proceso de envejecimiento se puede producir una reducción en la capacidad de las neuronas para sintetizar los neurotransmisores que actúan en las sinapsis (Alvarez & Sabatini, 2007), de igual forma, existe una degeneración, muerte y eliminación de las neuronas, fenómeno conocido con el nombre de apoptosis, conlleva la reducción de

las poblaciones de neuronas en diversas áreas y regiones del sistema nervioso (Fjell & Walhovd, 2010), eso explica porque se pierde sensibilidad en algunas zonas y los procesos cognitivos y de reacción ante los estímulos se da de forma más lenta.

### **Las modificaciones en las funciones cognitivas y afectivas:**

De acuerdo a diversas investigaciones y a observaciones clínicas, dentro de la vejez se producen deterioros en el procesamiento de información, el aprendizaje, memoria, recuperación de nueva información (Bentosela & Mustaca, 2005; Bobenrieth, 1976; Mesonero, 2013; Pérez 2005); además de estas funciones ejecutivas, de acuerdo a Phillips, .MacLean y Allen (2002) existe una disminución en el reconocimiento de las emociones.

A lo largo de la vida, junto con el proceso de envejecimientos en las personas, el procesamiento de la información se va ralentizando, por lo que en los adultos mayores dicho proceso se lleva a cabo de forma más lenta, sin embargo, el procesamiento de la información de los diferentes estímulos del exterior continúa presente. En algunas personas puede ser aún más lento el procesamiento de la información, ya que, el trabajo cognitivo dependerá de las acciones que siga desempeñando cada persona, verbigracia, si esa persona mantiene activa su mente en la resolución de crucigramas, leyendo o cualquier actividad que mantenga sus funciones cognitivas activas permitirá que la ralentización no afecte en demasía sus funciones cognitivas, mientras que si no se le ejercita el deterioro de las funciones puede ser sumamente perjudicial en la persona (Pérez, 2005).

Cabe añadir que el deterioro no sólo tiene relación con las actividades realizadas en el presente, sino que la estimulación del cerebro en etapas anteriores a la vejez también ejercen un cambio en la estructura cognitiva en las personas, puesto que se va creando a lo largo de los años una estructura más amplia y fuerte, y en dado caso de sufrir efectos nocivos causados por el envejecimiento, el conocimiento almacenado gracias a la estimulación crea un acervo mental que ayuda a que tales efectos no sean tan perjudiciales o inclusive evitan la aparición de ciertas enfermedades como la demencia senil (Gollan, Salmon, Montoya, & Galasko, 2011).

Con respecto a la memoria, Moya (2012) establece que las personas mayores con un envejecimiento sano, así como un buen estado de salud, conservan en la memoria para eventos importantes y conocidos, pero la capacidad de almacenar nueva información

disminuye, para ella eso explica por qué una persona de la tercera edad constantemente recuerda información de su juventud.

Con respecto a la situación afectiva cada persona va siendo afectada por lo que vivió y por sus relaciones personales lo que influirá en la situación afectiva actual en la persona. Ella va permeando que exprese o conserve ciertas emociones o ciertas actitudes. Hay personas que se vuelven más sensibles a las situaciones, hay otras que por el contrario. En esta etapa se producen cambios más selectivos de acuerdo a las preferencias emocionales. De este modo, se optimiza el comportamiento emocional mediante el aprendizaje y la práctica permanente, además las personas realizan esfuerzos compensatorios para adaptarse al declive de las capacidades psicofísicas (Iacub, 2013).

### **1.2.3. Cambios culturales**

Dentro de un ambiente social cambia la forma en la que es percibida cada persona de acuerdo a cada etapa de la vida donde se encuentren, es decir, no todos los cambios por los que atraviesa una persona dependen directamente de ella, sino de su ambiente que la rodea.

El adulto mayor va a ser percibido por la sociedad de acuerdo al ambiente donde se encuentre, se le aprecia diferente en una ciudad a una zona rural, por ejemplo, debido a toda la modernización y a la gran demanda de una vida acelerada, actualmente dentro de la cultura conurbada, occidental principalmente, a la gente mayor se le percibe como agentes pasivos, puesto que ya no generan recursos económicos o alguna ganancia a la sociedad; en la mayoría de los casos, se les adjudica también la dificultad de estar dispuestos a los cambios surgidos en el entorno, por ejemplo, los cambios en la tecnología, a las ideas, eso por mencionar algunos; para otros hablar de vejez es sinónimo de inmovilización porque para ellos a esa edad existe una falta de autonomía para desplazarse dónde se apetezca, ya visualizan que la persona debe ir acompañada en todo momento; una época llena de enfermedades, pérdida de belleza, un periodo donde se está más cercano a la muerte; es por ello que las personas no desean llegar a dicha edad (Cobo, s.f. ; Cuello, s.f.). Todo lo que le rodea parece querer enfatizar esta apreciación: el viejo es un ser, por definición común, decadente. La misma aceptación de sentirse acabado genera, sin duda, un proceso

que destruye las capacidades de un desarrollo psicosocial propio en varios sentidos (Zetina, 1999).

Se sabe que muchas personas, en algún momento avanzado de su vida, comienzan a considerarse viejas, y esto implica que se ven a sí mismas como diferentes, en aspectos importantes, de lo que antes consideraban que eran. Suponen que la salud y el vigor las han abandonado para siempre. Que los sentidos han perdido su agudeza, que la memoria no les responde. La educación y los nuevos aprendizajes ni siquiera se plantean, ya que se supone que con la edad se pierde o anquilosa la facultad de aprender; de sus hijos poco esperan, ya que por lo general, construyen su hogar alejado del de sus padres. El anciano lucha entonces con sus propios medios contra el aislamiento y el rechazo (Alicia, 1987).

No obstante en contraposición con esas ideas, en algunas regiones, incluso en México, alcanzar una mayor edad implica tener un gran conocimiento de la vida, se le percibe como alguien que debe ser respetado y quien va a transmitir sus conocimientos a las futuras generaciones convirtiéndolo entonces en una figura activa.

Es así que de acuerdo a lo que cada cultura fomente, con respecto al trato que deben recibir, las acciones que deben realizar las personas mayores permitirá que las personas vayan interiorizando esas ideas y obteniendo con ello un comportamiento determinado.

### 1.3. Vejez en México

A pesar de que el incremento de la vejez fue un hecho anunciado muchos años atrás, no se le había prestado la importancia correspondiente, sino hasta ahora en que diferentes campos de la investigación han empezado a estudiarla más afondo, pues se ha comenzado a visualizar el incremento de dicha población.

Alrededor del mundo la población adulta mayor ha ido incrementando poco a poco, debido a las nuevas tecnologías, medicamentos, tratamientos, etc., que han permitido que se prolongue en lapso de vida en las personas, logrando que los periodos de vida sean más largos, aunado a ello, en los últimos años se ha presentado una reducción de nacimientos, provocando un aumento de población adulta mayor (Pereira, Seoane & Sueiro, 2001). La rapidez con la que envejece una sociedad, depende en gran medida, del desaceleramiento de la fecundidad. Actualmente el 12,3 % de la población mundial tiene hoy más de 60 años, unos 901 millones de personas, para 2030 será el 16,5 % (1.400 millones) y en 2050 se situará en el 21,5 % (2.000 millones), según el informe elaborado por la organización no gubernamental, de igual forma el informe plantea que los adultos mayores son actualmente más numerosos que los niños menores de cinco años (HelpAge, 2015).

México no ha quedado fuera de estas estadísticas demográficas, Ham (1999 pp. 7-10) menciona “En la última década del siglo XX, las estadísticas demográficas de México dan cuenta del notable incremento en los números absolutos y porcentuales de la población en edades avanzadas, esto es, de las personas mayores de contadas a partir de los 60 o 65 años en adelante. El comportamiento de las variables demográficas que determinan esta transformación es, principalmente, el descenso en la mortalidad y fecundidad, cuyas tendencias dan lugar al proceso de envejecimiento de la población, de acuerdo con el conocido patrón de la transición demográfica”.

Los adultos mayores mexicanos pasaron de ser el 6.2% del total de la población en 2010, al 7.2% en 2015, agregó el INEGI un comunicado, con lo que se confirma que México está volviéndose un país de personas mayores. La edad mediana en México es de 27 años, de acuerdo con los datos oficiales del Instituto (Expansión, 2015; INEGI, 2016).

Uno de los problemas que enfrentan los países con un acelerado envejecimiento de la población, como México, consiste en consolidar en corto tiempo una infraestructura social para los ancianos hoy día (Asili, 2004). El crecimiento poblacional es alto, pero las estructuras, leyes, planes para dicha población no son suficientes; se alude a que este fenómeno generará una reducción en la productividad del trabajo y, consecuentemente, insuficiencia para asumir los gastos en seguridad social. El gobierno hasta la fecha ha podido asumir los apoyos económicos a esta población, sin embargo, día a día se dan cuenta que los gastos son mayores, y que sostener a cada uno de ellos es un hecho sumamente complicado, por lo que cada vez la edad para proporcionar apoyos es cada vez más alta, anteriormente el apoyo comenzaba a los 60 años, actualmente el mismo apoyo se otorga hasta los 65 -70 años (Garay & Montes de Oca, 2011).

La dimensión de la seguridad económica en las edades avanzadas es de sumo interés para las personas, porque se ha observado que la pobreza se agudiza en esa etapa de la vida. Incluso hay quienes señalan que las transiciones hacia el retiro y la viudez reducen los ingresos y aumentan la probabilidad de pobreza en los hogares con personas mayores (Del Popolo, 2001). También se ha visto que en la vejez disminuyen las posibilidades de generar ingresos de forma autónoma, por lo que el ser pobre en la vejez se traduce en una mayor vulnerabilidad y condiciones de inseguridad económica, cuestiones que difícilmente son solucionadas por los propios adultos mayores.

La atención a adultos mayores, se encuentra centralizada, pues no es igual en todos los estados de la República, la mayoría de las leyes y programas sociales establecidos para la población adulta mayor se encuentran en la capital del país; algunos ejemplos del escaso planteamiento de programas ocurre en los estados de Guerrero, Oaxaca y Chipas, donde no se recibe una pensión o un cuidado de su salud adecuado (Consejo Nacional de Población México, CONAPO, 2005); mientras tanto el panorama de los adultos mayores es muy distinto en la Ciudad de México y Nuevo León, cuyos índices de marginación son menores al resto de las entidades, además de que las proporciones de adultos mayores que reciben pensiones son superiores a 30 por ciento (Garay & Montes de Oca, 2011.) Complementando la información anterior. La revista Expansión (2015) en un artículo publica lo siguiente “La proporción de niñas, niños y adolescentes (personas de 0 a 14

años) ha disminuido en los últimos años y se ha incrementado la población de adultos y adultos mayores (30 años o más) en la Ciudad de México, indican los resultados de la Encuesta Intercensal 2015, por el Instituto Nacional de Geografía y Estadística”.

En el periódico *Excélsior* (2016) se menciona que el mayor índice de envejecimiento en el año 2010, en comparación con otros estados se encuentra en la Ciudad de México y la menor es Quintana Roo; dentro del mismo artículo se encuentran datos del primer trimestre de 2016, en donde la población mayor de 60 años se ubicó en 13 millones 928 mil 310 personas (más de 10 por ciento de la población total).

Para obtener una idea más detallada del crecimiento de la población adulta en la Ciudad de México se rescatan los datos otorgados por el INEGI de dicha población en los diferentes censos realizados en 2000, 2005, y 2010, las cifras se obtienen de la cantidad de personas mayores por cada 100 niños y 100 niñas de una edad comprendida de 0 a 14 años, en el 2000 eran 27 hombres y 33 mujeres, en 2005, 35 hombres y 50 mujeres y para el 2010 eran 43 hombres y 61 mujeres; el porcentaje se encuentra entre el 7 % de la población sin embargo esta cantidad es mayor en zonas donde la población es pequeña y rural, puesto que las personas más jóvenes deciden dejar la comunidad, mientras que las personas mayores deciden permanecer en el mismo sitio, por varios años: Por ejemplo, en la región de Tlaltenango, ubicada al sur de Zacatecas y caracterizada por su intensa migración internacional, existen comunidades donde por cada 100 personas hay 15 personas que tienen 65 años a más, es decir, dichas comunidades presentan un nivel de envejecimiento como el de Francia Inglaterra y Suiza, países que se ubican entre las 15 poblaciones más envejecidas.

De acuerdo al CONAPO (2005) la población de adultos mayores en México cuenta con al menos 8.6 millones de personas mayores de 65 años de edad y se estima que en 2030 esta población ascenderá a 16 millones, así mismo, establece algunas de las características de la población mexicana a mediano plazo, las cuales son:

- La población menor de “5 años disminuirá gradualmente, en 2050 equivaldrá al 34% a diferencia del 45% que representa hoy.
- La Población adulta se mantendrá en 44%

- La población de adultos mayores se duplicará; en 2050 más del 20% de los mexicanos, es decir, 32 millones de ciudadanos tendrán más de 60 años.

Estas cantidades permiten ver un amplio crecimiento de esta población, como establece la investigadora Morales del Instituto de Investigaciones Sociales (IIS) de la UNAM (2011 párrafo. 1) “Conciertas diferencias regionales, el de las personas adultas mayores es, sin duda el grupo de edad con una mayor tasa de crecimiento en todo el país”. Algo que se ha encontrado dentro las estadísticas es que las mujeres sobreviven más que los hombres: el índice de masculinidad muestra a nivel nacional que en el grupo de los nonagenarios puede haber 70 o menos hombres por cada 100 mujeres. Sin embargo, en las áreas rurales hay más mortalidad femenina, en contraste con lo que sucede en las áreas urbanas (INEGI, 2010; Morales, 2011).

Dentro de los aspectos familiares en México las personas adultas mayores han tomado un roles diferentes de acuerdo a las características de cada individuo, Ham (1999) explica que las personas dentro de la familia ocupan una posición teniendo en cuenta si se tiene nietos o bisnietos, cuando se habla de nietos se ubica a la persona en la tercera edad; mientras que cuando se cuentan con bisnietos las personas se ubican en una cuarta edad.

Lo mencionado anteriormente permite tener un panorama general de la situación en México respecto a la población de la tercera edad. Y gracias a este crecimiento es necesario comenzar a tomar medidas de acción para esta población, e iniciar con temas de investigación que permita conocer diferentes fenómenos que ocurren en relación a la vejez en México, no obstante algunos temas importantes para un desenvolvimiento de mayor calidad dentro de la sociedad aún no se han contemplado, uno de ellos es la sexualidad, la cual se abordará en el siguiente capítulo.

## CAPÍTULO 2. SEXUALIDAD

Actualmente existe una gran cantidad de información sobre la sexualidad, se dan pláticas, trípticos, etc. convirtiéndola así en un tema recurrente en pláticas de salud, a pesar de “tanta información” que se proporciona se continúan pasando por alto aspectos sobre la misma, pues aún se le concibe como un hecho netamente coital y reproductivo, se toma como base principal el funcionamiento de los aparatos reproductores en las personas; cuando en realidad ese sólo es un aspecto que la conforma, el cual es nombrado sexo y no sexualidad. A lo anterior Döring (2000) explica que al enfocarse exclusivamente en un aspecto biológico, el término sexualidad se ve reducido, dejando así de lado otros elementos que le son característicos como las normas y principios culturales en donde se desarrolle una persona.

Para poder aclarar lo dicho anteriormente es necesario preguntarse ¿Qué es la sexualidad?

### 2.1 Conceptualización

A este término no se le ha establecido una definición específica, única y concreta, puesto que es un término dinámico, es decir, conforme se va modificando la sociedad la definición acuñada para la sexualidad va a irse modificando, ya sea que se le vayan anexando o quitando elementos, Döring (2000 p.23) lo plantea de la siguiente manera: “Las manifestaciones de la sexualidad se adaptan y adoptan las formas permitidas por la clase dominante en un contexto determinante”. Como resultado de ello cada autor e investigador va a definirla y a clasificar cada uno de sus componentes de diferente manera; para Katchadourian & Lunde (1980 p.13) la diferencia entre sexo y sexualidad la plasma de la siguiente manera: “Cuando se habla de sexo se hará referencia al término que sirve para clasificar a los seres humanos en dos grandes grupos hombre y mujer. Mientras que refiriéndose a sexualidad se encuentran aspectos psicológicos que involucran el género: Femenino y masculino.” Así mismo para Marina (2002) la sexualidad es el universo simbólico construido sobre una realidad biológica, esa base fisiológica se encuentra en los

animales y en los humanos, dentro de ésta base se habla de coito con el único fin de la reproducción, esta es llamada sexo; no obstante, la especie humana ha transfigurado ese comportamiento instintivo a través de la socialización y del lenguaje, por ello ya no sólo es sexo, sino que es posible encontrar involucradas las aspiraciones, creencias y afectos en el individuo, llegando así al término **sexualidad**. De igual forma Velázquez (s.f.) establece que la sexualidad es una capacidad que conforma a cada ser humano desde el momento en que se nace, la cual permanece en una persona a lo largo de su vida y hasta que fallece; la sexualidad es algo que permite sentir, vibrar, amar, es una forma de comunicarse con los demás a través del propio cuerpo además forma parte del desarrollo personal. A su vez Páramo (2009 p. 40) establece que “La sexualidad está relacionada con todo nuestro cuerpo y todos sus niveles, que su conocimiento, equilibrio, salud... es realmente importante para nosotros”.

A su vez la Sexualidad Humana de acuerdo con Hill (2008) es un aspecto central del ser humano, presente a lo largo de su vida. Abarca el sexo, las identidades, los papeles de género, el erotismo, el placer, la intimidad y la reproducción.

A pesar de la dificultad de establecer una definición única sobre sexualidad, parece existir cierto acuerdo entre los autores, primeramente marcando la diferencia entre sexo y sexualidad, y por otro lado sobre los elementos, niveles, componentes o pilares; que conforman la sexualidad son los siguientes: a) las estructuras biológicas del sexo; b) las **estructuras culturales de la sexualidad** y c) **aspecto psicológico**; es decir, hablar de sexualidad implica hablar de una interacción dialéctica entre estructuras fisiológicas, aspectos conductuales, componentes psíquicos, y formas sociales, lo cual conforman a un ser sexuado (Bolin & Whelehan, 2009; Gómez, 2013; Katchadourian & Lunde, 1980; Marina, 2002; McCary, McCary, Álvarez, del Río & Suárez, 1996; Perdomo, Leyani, Segredo & Martín, 2010). Cabe aclarar que estos niveles no son mutuamente excluyentes, por el contrario, son niveles interrelacionados y que sólo se separan para facilitar su estudio, pero que en una persona es difícil encontrarlos de forma aislada uno del otro. Estos componentes son los que crean la diferencia entre los seres humanos y los animales.

## **2.2 Componentes de la sexualidad.**

La sexualidad no es un acontecimiento unidimensional, como se ha mencionado, sino que es una estructura compuesta por diversos elementos, que si bien a continuación se presentan por separado para fines explicativos, no obstante, en el ser humano estos componentes interactúan conjuntamente, complejizando de esta forma su estudio o su investigación en las personas. Dichos elementos son:

### **2.2.1 Parte biológica**

Comprende aquellos aspectos que desde el punto de vista físico y orgánico tienen que ver con la expresión sexual. Se integran en ella, por tanto, distintos aparatos y órganos regidos por el cerebro que, tras recibir información desde los órganos de los sentidos, elabora la respuesta sexual humana. Estos aspectos biológicos serán mencionados de forma genérica, pues no se tiene la finalidad de estudiar a fondo las estructuras biológicas, sino más bien, el objetivo es poder ubicar este componente dentro de la sexualidad.

Los órganos de los sentidos (vista, oído, olfato, gusto y tacto) son parte esencial de esta dimensión así como la piel, que en su totalidad constituye el mayor órgano sensorial sexual y es considerada, junto con las mucosas, un agente erógeno de importancia capital. Cada uno desempeña una función específica que aportan a la sexualidad sensorialmente (Mulligan, 1998).

A su vez dentro de la presente estructura se ubican los órganos sexuales, los cuales permiten la distinción entre hombre y mujer, estos órganos se categorizan en dos: órganos sexuales internos, y órganos sexuales externos sirven para la unión sexual o coito. Thews, Mutschler y Vaupel, (1983) establecen que en las mujeres los órganos sexuales externos son los siguientes: monte de venus, clítoris, uretra, labios mayores y labios menores y orificio vaginal. Mientras los órganos internos son: el útero, las trompas de Falopio y la vagina.

En los hombres los órganos sexuales externos son el pene y el escroto; mientras que se consideran órganos internos a los testículos, epidídimos, vías deferentes, vesículas seminales y la próstata (Faller & Schünke, 2006).

Otro componente dentro de la parte biológica son las hormonas, tanto en hombres como mujeres; en hombres se habla de la testosterona, producida en los testículos, permite activar y mantener los caracteres sexuales internos y externos en ellos; mientras que en las mujeres se encuentran los estrógenos, encargados principalmente de la menstruación y la activación de ciertas glándulas para la lubricación de la vagina cuando la mujer se encuentra excitada (Faller & Schünke, 2006).

### 2.2.3 La parte psicológica

Al cuerpo sexuado (hombre o mujer) le corresponde una experiencia psicológica que se desarrolla en un contexto sociocultural, logrando así que cada ser humano desarrolle una identidad sexuada, es decir, dentro del aspecto biológico se integran ideas, creencias, conceptos que irán constituyéndola (Gómez, 2013). Conforman una estructura personal, pero gracias a la cultura, las personas pueden compartir rasgos.

Dentro del aspecto psicológico se encuentra el **Autoconcepto** (Bolin & Whelehan 2009), el cual para Antequera y Blanco (1998) es definido como el conjunto de imágenes, pensamientos y sentimientos que el individuo tiene de sí mismo; González, Núñez, Glez y García (1997) agregan que va a ser construido por la integración de la información externa e interna. El autoconcepto forma parte importante de la sexualidad porque de acuerdo a la percepción que se tenga de sí mismo, es como la persona va a manifestar su sexualidad; verbigracia, si una persona se percibe como débil es más fácil que asuma roles e ideas que concuerden con ese pensamiento; por el contrario si una persona, mujer en este caso, se considera más o menos femenina su comportamiento se dirigirá a mostrar sus acciones de acuerdo a lo que ella cree.

Además del autoconcepto en la parte psicológica se encuentran las cogniciones, generadas a partir de lo que le rodea, interpretaciones, emociones y sentimientos. Todos

estos componentes permitirán que un individuo sea un ser sexuado, en este caso, entendiendo sexuado como tener elementos psicológicos que acompañan el sexo de una persona, ello a diferencia de los animales, pues ya no se habla únicamente de coito o sexo, sino de estructuras más complejas creadas a partir de las interacciones (Döring, 2000; Katchadourian & Lunde, 1980; Marina, 2002).

Hill (2008) menciona que dentro de la sexualidad se ubica el **Erotismo**, que si bien en el presente trabajo no se busca encontrar una definición exacta de dicho término, puesto que hablar de Erotismo implica hablar de varios elementos que van más allá del objetivo del presente trabajo, pero lo que se busca es establecer elementos clave al hablar de erotismo. Se le considera como la retórica de la sexualidad y como el deseo por la otra persona, su lenguaje está conformado por la imaginación, fantasía y el contacto físico, todo ese dinamismo entre emociones, lenguaje, pensamientos van a generar una conexión entre las personas, una conexión que puede ser íntima, lo cual para Fiske (1980) implica compartir ideas y actitudes similares, así como intercambios emocionales francos y espontáneos, es decir, el erotismo va mucho más allá de la parte genital (Rosero, 2013), pues también puede incluir expresiones de afecto y de amor; por lo tanto, el erotismo puede considerarse como una posición ante la vida, en la cual permite establecer una conexión con el placer y el deseo (Bataille, 1997; Marina 2002; McCary, et. al. 1996).

El erotismo también es definido como aquel que deleita a los sentidos y los deseos, siendo la capacidad de sentir deseo, satisfacción y placer (Serrano & Zarza 2013); por ende el erotismo involucra la sensación, la percepción, el lenguaje y la memoria; Gómez (2013 p.28) hace referencia a este aspecto llamándolo erótica, a la cual define de la siguiente manera “Se trata de la expresión del modo de vivir la propia sexuación. Si la resultante final es el modo en que un ser humano se vive a sí mismo como mujer o como hombre, la erótica se refiere a los modos de expresar la propia identidad y el deseo erótico que se manifiesta a través de imágenes, de símbolos, de emociones y sentimientos”. Se habla de un acto sumamente comunicativo.

Aunado al erotismo es posible encontrar a la **belleza** como un elemento que la conforma. Dicho elemento se encuentra establecido desde un ámbito subjetivo y al mismo tiempo por los patrones y reglas culturales que rodean a cada persona y que ponen en

manifiesto lo que resulta bello en ese entorno. A partir del parámetro cultural se va a establecer lo que es deseable tanto en un hombre como en una mujer, por lo que cada persona intentará adecuarse a esos parámetros establecidos y a su vez cada persona intentará encontrar a una persona que se ajuste a sus parámetros de belleza sin dejar de considerar lo que resulta bello a los ojos de la cultura (Bataille, s.f.).

Otro elemento dentro de la parte psicológica es la **identidad de género**, para poder explicar este punto es necesario aclarar qué será tomado como género. El **género** no es hablar de la parte biológica, es decir, hombre o mujer, macho y hembra (Jayme & Sau 2004), más bien se refiere a cuestiones psicosociales como las actitudes, sentimientos y conductas que la cultura asigna de acuerdo a esa parte. Estas características o actitudes van a clasificarse en femenino y masculino (American Psychological Association 2011).

Tanto lo femenino, como lo masculino, cuentan con atributos propios otorgados por cada sociedad. Unger, (citado p.52 en Jayme & Sau 2004) asume que:

El género es un término aplicado a la descripción de aquellos componentes no fisiológicos del sexo que culturalmente se consideran apropiados para hombres o para mujeres... Refiere a una etiqueta social por el cual distinguimos a dos grupos de personas. Hay evidencia de que varios componentes basados en el género son aprendidos con relativa independencia de la información biológica que subyace a ellos.

Si bien el autor hace referencia a la distinción de dos grupos de personas dadas por el género habría que contradecir su punto de vista, ya que en realidad eso lo da el sexo, es decir lo biológico, pues divide a las personas únicamente en dos grupos: hombres y mujeres, no obstante al hablar de género resulta complicado hacer la distinción entre dos grupos, puesto que un hombre puede llegar a presentar características consideradas como femeninas así como actitudes y rasgos masculinos, lo mismo ocurre con una mujer, es decir puede tener actitudes o acciones masculinas y femeninas al mismo tiempo. Si fuera posible asumir sólo dos grupos de personas en cuestiones de género, se estaría hablando exactamente de la misma división biológica, sin considerar cuestiones culturales y

psicológicas de cada individuo, las cuales permiten que un hombre y una mujer vaya asumiendo características femeninas o masculinas, es de esta manera que cada persona va apropiándose de diversos atributos (femeninos y masculinos) que sí bien puede tener ambos, puede verse identificado, en mayor medida con uno sólo, lo cual va a depender de las situaciones y educación que reciba cada persona de la cultura donde se desenvuelva. A ello se le llamará identidad de género.

De acuerdo a García (2005) la identidad de género es la autoclasificación como hombre o mujer sobre la base de lo que culturalmente se entiende por hombre o mujer. Es en esa aclaración que realiza García en donde lo mencionado por Jayme y Sau (2004) tiene lugar, puesto que ellas aclaran que existe una identificación de sexo, identificarse como hombre y mujer con base al sexo, y una identificación de género. A la identidad de género Carver, Yunger y Perry (citado en García 2005) la van a definir como el conjunto de sentimientos y pensamientos que tiene una persona en cuanto miembro de una categoría de género. Una vez que alguien se autocategoriza como hombre o como mujer, procesa e interpreta la información en base a su pertenencia grupal, siendo el contexto el que determina qué es lo adecuado para cada género (Martin & Halverson, 1983).

Por lo planteado anteriormente es posible llegar a la siguiente conclusión: Los procesos cognitivos mediatizan la sexualidad en la medida en que la estructura cognitiva conforma la identidad, los contenidos del deseo erótico y las actitudes, es decir, en cada individuo se viven y se expresan a través de pensamientos, fantasías, deseos, creencias, actitudes, valores, conductas, prácticas, papeles y relaciones interpersonales. Y como se ha ido mencionado dentro de la sexualidad dichos componentes son de suma importancia. Todos estos aspectos psicológicos cognitivos que conforman a la sexualidad, necesitan ser manifestados de alguna manera, a esta manifestación es a la que se llamará expresión de la sexualidad. No obstante, la expresión de la sexualidad, además de estar determinada por la personalidad de cada quien, cuenta también con ciertas normas establecidas por la cultura en donde se desarrolle el individuo. Es por esa razón que es importante considerar el **aspecto cultural de la sexualidad.**

### 2.2.3 La parte cultural

La sexualidad no es una fuerza o impulso vital y natural idéntico en cada individuo, sino que es una construcción social y como tal, puede asumir diversas modalidades en diferentes tiempos y espacios culturales (Caudillo & Cerna, 2007), dicho de otra manera, cada cultura va a ir estableciendo lo adecuado con respecto a la sexualidad, proporcionando las normas, los comportamientos, los estímulos y los satisfactores sexuales y eróticos que son permitidos expresar u otros de los cuales no se pueden mencionar abiertamente, es decir, el contexto cultural en donde se desenvuelva un individuo va a determinar dónde, cómo es adecuado practicarla y expresarla, cuándo está permitido o no hablar de sexualidad, cuándo puede practicarse y por último con quiénes puede hablarse del tema o quiénes de acuerdo a los parámetros establecidos son aquellos que cuentan con sexualidad, pues para algunos grupos la sexualidad deja de existir en algunas personas, con base a este último punto es necesario e importante aclarar que todos los seres humanos cuentan con una sexualidad que se va gestando a lo largo de su vida, jamás desaparece, pero que ella se encuentra permeada por las reglas dadas de manera implícita y explícita por cultura a la cual pertenece cada persona (Bolín & Whelehan 2009); dichos establecimientos culturales van interactuar a la par con procesos psicológicos y biológicos en cada persona obteniendo con ello, que cada idea o concepto dado en la cultura se vaya interiorizando y viviendo en el individuo.

En su mayoría estas reglas no se expresan de forma explícita dentro de las sociedades, más bien como establece Döring (2000 p.37) “Se manifiestan a través del diálogo, de la palabra, de los gestos, de las diversas tendencias, de la amabilidad, de los sentimientos, del amor, a través de las canciones, de la poesía o de otras formas” son acciones que implican la interacción con las otras personas pertenecientes a la cultura.

Es por ello que en cada tiempo histórico, político, económico y cultural, ha surgido un paradigma diverso de la sexualidad, diferente incluso al que se vive actualmente; en cada uno la formulación de creencias y valores afectan la forma en que se vive la sexualidad, pero a la par se van agregando o eliminando ideas en torno a ella.

Cuando dichas expectativas se encuentran basadas en la diferencia de sexo, hombre o mujer, se le llama rol de género; por ende, el rol de género pone en manifiesto las acciones, emociones, formas de pensar y formas de interactuar que son aceptados y adecuados en una cultura determinada dependiendo si el individuo es un hombre o una mujer; se involucran también las actividades económicas, políticas así como el estatus social de las personas (Brumfiel, 2001).

Estas expectativas surgen del rol de sexo, lo cual implica las acciones biológicas que un hombre y una mujer tiene, verbigracia, el rol de sexo en la mujer es que menstrua y en un hombre que eyacula, una mujer puede gestar, entre otros ejemplos; sí bien, este rol de sexo marca una diferencia, el **rol de género** la puede hacer más grande o inclusive disminuirla (Aguilar et. al., 2013; Myers, 2005). De esta forma, múltiples culturas adoptaron una manera específica de organización en la división sexual del trabajo. Según esta, le correspondió a la mujer el espacio del hogar por su capacidad para gestar y amamantar a los hijos y gracias a su proximidad espacial con el hogar se le asignaron el resto de las funciones domésticas; mientras que al hombre, como se dedicaba a trabajar fuera de casa, a la agricultura, la cacería, la domesticación de animales y la guerra, a él no se le incluía dentro de las labores domésticas, únicamente debía cumplir con el rol de proveedor (Caudillo & Cerna, 2007; López & Rodríguez, 2011).

Esa educación se va transmitiendo de generación a generación gracias a las relaciones interpersonales que se desarrollan con padres, con iguales o con grupos cercanos a la persona (Valdez, Díaz & Pérez, 2005). Actualmente esas ideas transmitidas han sufrido cambios, ahora las mujeres pueden estudiar y también trabajar, ya no sólo deben dedicarse a la parte doméstica; así como algunos hombres que han comenzado a adoptar tareas domésticas y “ayudar” en el cuidado de los hijos dentro del hogar.

Así como existen papeles asignados para un hombre o una mujer, en una determinada sociedad, se van a establecer roles con respecto a la edad de las personas; ambos aspectos, género y edad van a encontrarse sumamente relacionados, teniendo como consecuencia que la cultura establezca expectativas de cada individuo, ello implica que un niño y un adulto no serán tratados de forma similar, porque cada uno cuenta con ciertas funciones con las que debe cumplir, por ejemplo, en los niños de una edad de 6 años es

bien visto que jueguen y no que trabajen, en algunas culturas no en todas, sin embargo, jugar no será de la misma forma en un niño o en una niña, cambiará de acuerdo al rol de género, puesto que socialmente un niño y una niña deben de jugar de cierta manera, las niñas deben de jugar más delicadamente y con las muñecas, mientras que los niños se les es permitido divertirse de una manera más brusca, se les asignan carros o algún otro objeto “específico para niños”, si esa regla implícita establecida por la sociedad no llega a ejecutarse los niños pueden ser excluidos, recibir un castigo, un regaño o etiquetado con algún nombre ofensivo. Retomando esta idea del juego, socialmente es mal visto que un adulto se la pase jugando como podría hacerlo un niño (Santaemilia, 2003).

Por ello la parte cultural en la apropiación de ideas es muy importante, pues da estructura a la forma cognitiva en las personas, va influyendo en su manera de actuar e interactuar con las personas que le rodean, Cada país y cada contexto cultural tiene sus variaciones. Por lo cual a continuación se hablará específicamente de México.

### **2.3 Sexualidad en México**

En los últimos años, en México la sexualidad ha pasado a ser un tópico importante para la salud y el bienestar en las personas, la difusión informativa, las investigaciones y la elaboración de nuevas leyes en torno a este tema se han incrementado; obteniendo así una mayor libertad para hablar sobre la temática; pues anteriormente su expresión y mención se encontraban completamente restringidas y sujetas a dictámenes religiosos, regidos principalmente por la iglesia católica; persona que hablara de sexualidad era rechazada y de cierta forma condenada.

Algunas estructuras en México estipuladas en torno a la sexualidad no surgen únicamente de acciones presentes, sino que también son producto de acontecimientos históricos dentro del país, que van desde la época prehispánica, la conquista española y hasta nuestros días (Trueba, 2008), se podría ir estructurando y encontrando costumbres e ideologías de cada periodo histórico, pero eso implicaría desviar el objetivo del presente trabajo, por lo que se mencionarán sólo algunos aspectos; verbigracia, los roles de género

se encontraban más definidos tanto en hombres como en mujeres; usualmente a las mujeres se les asignaban cuestiones domésticas, cuidados de la familia, cabe añadir que la mayoría de las veces sus puntos de vista no eran validados, en ocasiones se les prohibía estar en el mismo cuarto que un hombre por ser indignas y además entrar a un lugar donde no pertenecían (Rojas, s.f.).

Las mujeres además de labores domésticas, se les llegaba a instruir en otros aspectos como en música, pintura y temas religiosos para con ello atraer a los caballeros de una clase social alta, o media; mientras tanto a los hombres se les exigía llevar el sustento de la familia, podían estudiar si así lo decidían, el apellido del hombre era lo que podía dar distinción a una familia inclusive quitársela. Los roles marcados con anterioridad no eran completamente universales, puesto que además de esas distinciones de sexos se imponía conductas de acuerdo a la clase social a la que se perteneciera (Gonzalbo, 2011).

En la actualidad se conservan ciertos lineamientos a seguir en el hombre o en la mujer; pero ahora se han combinado con pautas legales y nuevas investigaciones, que han permitido que se vayan creando nuevas leyes y cambios en la conducta que van permeando las actitudes hacia la sexualidad.

La sexualidad, entendida como el conjunto de estructuras biológicas, psicológicas y culturales interactuando entre sí, cuenta con el respaldo de diversas leyes, la mayoría de ellas no plasman de forma explícita el término sexualidad, sino más bien se habla de algo sexual: educación sexual, abuso sexual, acoso sexual, protocolos con respecto a orientación sexual, por mencionar algunos. No obstante gracias al análisis realizado en apartados anteriores sobre sexualidad es posible identificar leyes que permitan defenderla, primeramente se encuentran los artículos 1ro y 4to De la Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos (1917) y establecen lo siguiente:

- Artículo 1ro. **3er. párrafo** *“Queda prohibida toda discriminación motivada por origen étnico o nacional, el género, la edad, las capacidades diferentes, la condición social, las condiciones de salud, la religión, las opiniones, las preferencias sexuales , el estado civil o cualquier otra que atente contra la*

*dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas”*

- Artículo 4to. *“El varón y la mujer son iguales ante la ley. Esta protegerá la organización y el desarrollo de la familia, toda persona tiene derecho a decidir de manera libre, responsable e informada sobre el número de hijos, así mismo, cada persona tiene derecho a la **identidad** y a ser registrado de manera inmediata a la hora de su nacimiento...”*

Posteriormente hablar de derechos sexuales se va particularizando de acuerdo a la edad, verbigracia, para los niños y adolescentes se establece en la nueva Ley general de los niños, niñas y adolescentes establecida en el año 2014 (Ley General de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes, 2014), en ella se encuentran leyes que defienden su derechos en torno a la sexualidad, entre ellos se encuentran:

- Artículo 37. Las autoridades de la Federación, de las entidades federativas, de los municipios y de las demarcaciones territoriales del Distrito Federal, para garantizar la igualdad sustantiva deberán:  
Apartado III. Implementar acciones específicas para alcanzar la eliminación de costumbres, tradiciones, prejuicios, roles y estereotipos sexistas o de cualquier otra índole que estén basadas en la idea de inferioridad.
- Artículo 50. Apartado XI. Proporcionar asesoría y orientación sobre salud sexual y reproductiva
- Artículo 58. La educación, además de lo dispuesto en las disposiciones aplicables, tendrá los siguientes fines: Apartado VIII. Promover la educación sexual integral conforme a su edad, el desarrollo evolutivo, cognoscitivo y madurez, de las niñas, niños y adolescentes...

Así mismo en la Ley de los Derechos de las Personas Adultas Mayores (Diario Oficial de la Federación, 2002) en el Artículo 5 establece que esta Ley tiene por objeto garantizar a las personas adultas mayores los siguientes derechos:

1. A una vida con calidad. Es obligación de las Instituciones Públicas, de la comunidad, de la familia y la sociedad, garantizarles el acceso a los programas que tengan por objeto posibilitar el ejercicio de este derecho.
4. Al respeto a su integridad física, psicoemocional y sexual.

Estas son algunas de las leyes que se han establecido para el libre desarrollo de la sexualidad en las personas. Además de ellas, se han creado otras organizaciones sociales que se han dedicado a manifestar los derechos en torno a la sexualidad, conocidos normalmente como derechos sexuales y reproductivos, la organización quien encabeza dicha defensa es la Comisión Nacional de Derechos Humanos.

Tanto ha trascendido la importancia de proteger los derechos en torno a esta temática que Ávalos (2013) establece que hablar de derechos sexuales y reproductivos implica el derecho de todas las personas, sin importar su edad, identidad de género, orientación sexual, u otras características a decidir sobre su propia sexualidad. Actualmente esos derechos se han defendido en mayor medida por lo que Soto (2005 p.6) establece que tanto *“los derechos humanos, como los derechos sexuales y reproductivos figuran como derechos básicos indispensables de una vida satisfactoria y saludable”*.

Estas leyes y organizaciones permean, de cierta forma, el comportamiento y las actitudes que se van tomando en la interacción día a día de las personas. De forma implícita en las leyes establecidas, así como en las actitudes cotidianas dentro de la República Mexicana, sexualidad implica hablar netamente de aspectos reproductivos, siendo esa la base para determinar quién puede o tiene derecho a hablar de ella y a practicarla; a pesar de que se encuentre en cada persona y que Jurídicamente hablando todas las personas tengan derecho a desempeñar su sexualidad.

Un ejemplo de lo anterior se encuentra en los mensajes transmitidos en torno a la sexualidad están orientados a la población joven, todas las campañas y la mayoría de las leyes que se han creado giran en torno a dicha población; en cambio para para personas adultas hablar de sexualidad parece estar fuera de contexto.

## 2.4 Sexualidad en los adultos mayores

Gracias a la revisión de diferentes textos y al análisis de lo que se ve cotidianamente se ha podido deducir que durante años, la sexualidad en los ancianos ha sido catalogada como una aberración, un tema que no merece atención; pareciera ser que hablar de sexualidad a esta edad es una cosa del pasado o de los buenos recuerdos de la juventud, pues erróneamente se cree que en la vejez la sexualidad se desaparece.

Esa idea cobra fuerza gracias a los estereotipos que se forman en torno a los adultos mayores, tienen como base la disminución de las capacidades físicas y cognitivas. Estos estereotipos y prejuicios, basados la mayoría de las veces en la ignorancia, llevan a muchos profesionales de la salud, al propio individuo y a la familia a evitar el tema de la sexualidad en el anciano. Dicha evitación principalmente surge porque, como se mencionó con anterioridad, disminuyen **funciones biológicas** en el organismo necesarias para manifestarla, puesto que dentro de ese proceso biológico se disminuye la cantidad producida de ciertos componentes químicos, como son la testosterona en hombres y de los estrógenos en mujeres, así como los cambios en los órganos sexuales, en la mujer, verbigracia, la lubricación vaginal puede ser muy escasa, las sensaciones orgásmicas disminuyen considerablemente, la elasticidad dentro de la vagina se ve reducida; mientras que en el hombre se ve afectada, en cierta medida, su capacidad de erección (González, Núñez, Hernández & Betancourt, 2005; Ramos & González, 1994). Algo físicamente que también contribuye es la disminución de sensaciones.

Es posible observar que todos estos cambios fisiológicos en los adultos mayores sirvieron erróneamente de excusa y barrera para negar su actividad sexual así como negar que la persona mayor es un ser sexuado, ya que, como se ha ido mencionando la sexualidad parece un hecho biológico donde sólo se habla del coito, y por ende la disminución de funciones biológicas, de acuerdo a lo que se establece comúnmente en la sociedad, implica dejar de hablar de sexualidad en la vejez.

Así como existen aspectos biológicos que cambian y que influyen en la sexualidad el adulto mayor, la **parte psicológica** también cambia, cabe recordar que la parte psicológica no cambia sólo con la parte fisiológica, sino que va de la mano con el cambio

cultural y las normas que se establezcan en un determinado contexto, es decir, los cambios en la sexualidad del adulto mayor, están vinculados con la influencia de su entorno, es decir, la sociedad, la familia, las personas con las que interactúan; cada una de ellas van a ir permeando la expresión de su sexualidad (González et. al. 2005).

Los aspectos psicológicos en torno a la sexualidad tienen que ver con el interés sexual, imagen corporal, actitudes hacia la sexualidad, capacidad de enamorarse, la historia sexual del anciano, el contar con una pareja, interiorización de elementos que lo rodean. (Herrera, 2003). A continuación se explicarán cada uno de ellos:

### **Interés sexual**

Erróneamente las personas e inclusive algunos especialistas han atribuido ideologías que dejan en manifiesto que en la etapa de la vejez el interés sexual se ha perdido, que al llegar a esa edad se convierte en un tema que no debería de mencionarse, pues ya las personas vivieron lo que tenían que vivir en una etapa joven y ello ya no es adecuado a esa edad, su tiempo ya pasó. Algunos consideran que las personas mayores que tiene un interés sexual son anormales.

Habría que analizar también qué se entiende por interés sexual y así poder determinar si en realidad disminuye, por ejemplo, en la investigación realizada por González et. al. (2005) se descubrió que las personas adultas entendían el interés sexual, como un acto puramente coital; en virtud de esto, las personas explicaban que su interés si había mermado con el paso de los años; sus hallazgos concuerdan con los resultados obtenidos de Kalra, Subramanyam y Pinto (2011) en los que establecen una disminución, tanto en las fantasías como en el contacto coital, manifiesta también que las mujeres en la edad adulta pueden experimentar un mayor placer en sus relaciones sexuales debido a que ya no se tiene el miedo de quedar embarazada, sin embargo, ahí mismo se establece que debido a no considerarse atractivas ante su pareja el interés sexual disminuye por miedo al rechazo.

Pero, si se entiende el interés sexual como multifacético, descubrieron que para los viejos el interés coital puede decrecer, mientras que el interés por las caricias y besos, masturbación u otras técnicas sexuales no sólo se mantienen, sino que pueden aumentar.

Con prácticas como el baile las personas perciben una intimidad con su pareja. Estos resultados los explica Stein en su artículo (s.f.).

Claramente el interés sexual no se pierde completamente con el paso de los años, más bien, se va modificando de acuerdo a lo diferentes aprendizajes e intereses.

### **Historia de la vida sexual del individuo:**

La historia de la vida sexual trae consigo dos aspectos: el primero involucra la actividad sexual que se haya mantenido; mientras que el segundo hace referencia a aspectos aprendidos a lo largo de su vida de acuerdo a su sexo, ideas o situaciones que fueron conformado su estructura cognitiva y que les permitirá actuar de determinada forma en su vida cotidiana (Loreto, 2006). Se observa que:

1.-La capacidad del anciano para mantener una vida sexual activa se debe, en parte, a su experiencia sexual en épocas anteriores. En contra de lo que algunos opinan, el haber mantenido una gran actividad sexual en épocas anteriores no agota el manantial de la vejez, más bien lo favorece. Se ha encontrado que un denominador común entre los ancianos activos sexualmente es que también lo han sido en su juventud y adultez, y han percibido esta actividad como positiva e importante en sus vidas.

2.- La sexualidad se vive de forma diferente en cada persona, puesto que a lo largo de su vida interactúa con ideas y aprendizajes que se le van inculcando, al llegar a la etapa de la vejez algunos de esos aprendizajes se tienen más presentes que otros, por lo que su manera de vivir la sexualidad puede resultar diferente a como la vivieron en etapas anteriores.

### **Actitudes hacia la sexualidad**

Las actitudes que se consideren adecuadas y con las que se identifiquen influyen dentro del comportamiento de la persona, en este caso en su sexualidad; puesto que esas normas se interiorizan y es más probable que sus actos se dirijan hacia este esquema previamente establecido, es decir, les lleva a responder de acuerdo a las expectativas y actitudes plasmadas.

Con ello es posible establecer que si dentro de la sociedad la sexualidad resulta ser un hecho no apto para la vejez, y ello las personas que se encuentren dentro de esa población responderán en consonancia y la asumirán sin llegar a dudar del sentido que puede carecer; por tanto, *si la sociedad acepta una imagen “x” de la vejez, estará contribuyendo a que sus ciudadanos se encaminen hacia esa imagen en lo que se denomina profecía autocumplida*<sup>1</sup>. Generando de este modo un círculo vicioso, que se repite constantemente (Ramos & González 1994 p. 163).

Un ejemplo de ello lo manifiestan Wong et. al. (2010) cuando hablan de los matrimonios en los adultos mayores, encuentran que algunos de ellos en su senectud evitan el contacto sexual, la muestra de cariño, sus gustos, etc. con tal de preservar lo adecuado a su edad; creen entonces que sería anormal expresar algo diferente al rol que se les ha asignado.

### **Imagen corporal y autoconcepto.**

Los cambios fisiológicos en su persona, permean su sexualidad, para algunas personas, el contar con arrugas, canas y tener algunos problemas en su salud es un emblema de fealdad, una etiqueta que se maneja en diferentes niveles de la sociedad. Este estereotipo influye negativamente en la autoestima de la persona, ocasionando que pueda abstenerse en realizar diversas actividades (López & Fuertes 1989 citados en Ramos & González 1994).

Por el contrario, si la persona se desarrolla en una ambiente diferente, donde no se le esquematiza por su edad y además ella, a pesar de los cambios físicos por lo que haya pasado, se mira de una forma diferente su actitud y expresión va a ser más fluida con las personas con las que interactúa (Loreto, 2006).

Otro aspecto que determina la experiencia ante la sexualidad es la aceptación de la vulnerabilidad de la vida y de la proximidad de la muerte, con ello no se está diciendo que las personas mayores son las únicas vulnerables ante la muerte por que no es así, sino que la idea de la muerte se encuentra más presente; Por ello es importante el balance que realiza el adulto mayor sobre lo que ha sido su vida influirá decisivamente en sus expectativas. Si es concebido en términos de frustración, de metas incumplidas, etc., sentirá que el tiempo que queda es corto para corregir o intentar algo nuevo; la vejez no será más

que la espera pasiva de la muerte. Cuando la visión es positiva y el sujeto se siente autorrealizado, todavía quedarán cosas que hacer, descubrir y disfrutar y, ¿por qué no?, el placer sexual es una de ellas (Erickson, 1980 citado en Ramos & González 1994; López, 2012).

Como bien se mencionó anteriormente, existe una gran cantidad de factores sociales que afectan a la sexualidad y que se transmiten gracias a las interacciones entre las personas, un proceso continuo de envío y procesamiento de mensajes. Algunos mensajes establecen que las personas de edad avanzada son consideradas feas, débiles, desgraciadas e impotentes, que ya no cuentan con capacidades para que se hable de sexualidad en su persona.

Entre estos factores culturales, que afectan tanto a hombres como a mujeres, se difunden de diferentes formas, pero una de las más importantes en la actualidad son los medios de comunicación, las campañas publicitarias, las películas, etc., en los cuales se transmite que sólo las personas jóvenes disfrutan del sexo y de la sexualidad: Ésta influencia de los medios de comunicación en interacción de las personas se abordará en el siguiente capítulo.

## CAPÍTULO 3 COMUNICACIÓN

### 3.1 ¿Qué es la comunicación?

La comunicación puede definirse, de forma sencilla, como un proceso que transmite información de un lugar a otro (ISEEK, s.f.); no obstante, dicho proceso se complejiza gracias a los múltiples elementos que la integran, por lo cual, la comunicación ha sido estudiada desde diferentes disciplinas como la psicología, la sociología, las ciencias de la comunicación, etnología y la cibernética, entre muchas otras; cada una de ellas centra su atención en diversos elementos, debido a la magnitud y a la complejidad de los mismos; debido a esta extensión, en tantas disciplinas, dentro del presente trabajo se optó por abordarla desde una perspectiva psicosocial.

Dentro de esta perspectiva la comunicación forma parte de un sistema social, en donde existe una continua interacción entre los miembros, lo que permite establecer los significados a los códigos que se ocupan en el intercambio de información entre las personas (Matilda & Riley citado en Díaz, Saldaña, Sánchez & Vargas, 2013). Así mismo, Pastor (2006) menciona que la comunicación es considerada como el vehículo de la interacción social, es decir, se habla de un envío constante de diferentes códigos (sistemas organizados de signos con sentido que se articulan dentro de un marco cultural), los cuales, permiten el intercambio de información entre las personas. Cada uno de estos códigos debe ser conocido por las personas que interactúan dentro del proceso comunicativo de tal forma que pueda completarse dicho proceso.

Esta perspectiva no surgió de la nada, fue necesario atravesar por diferentes teorías y modelos, para llegar a consolidarse. A continuación se hará mención de algunas de ellas, debido a su magnitud, que se consideraron relevantes dentro del presente estudio con respecto a la transmisión y recepción de un mensaje, es decir, el proceso comunicativo en las personas. Se iniciará remontándose a la época de los griegos resaltando lo que Aristóteles establecía sobre la comunicación, para el involucraba a un orador, un discurso y un auditorio; a este planteamiento se considera como la primera explicación del proceso comunicativo y del cual se van desprendiendo los siguientes.

Posteriormente a dicho modelo se le fueron agregando elementos o se le modificó el nombre de los elementos que lo componen, dependiendo del contexto cultural, por ejemplo, en la época de la segunda guerra mundial este proceso se concentró principalmente en la comunicación hacia las masas por medio de la radio o algunos otros medios de comunicación estableciendo elementos como emisor o locutor, mensaje y receptor; muchos años más adelante al proceso comunicativo se le continúan realizando cambios; verbigracia, Shannon establece que dicho proceso parte de una fuente de información llamada transmisor, el cual emite un mensaje que es trasladado por un canal y es recibido por un receptor o decodificador del mensaje, él añade que el mensaje puede verse afectado por ruido dentro del canal (Monsalve, 2003; Silva, 2016); mientras que para Berlo la comunicación se conforma de una fuente sensible a factores como la habilidad de comunicación, actitudes, sistema social y cultural formando así el punto de partida, el codificador que traduce la información a una clave, un mensaje junto con su código particular, el canal por el que se hará llegar la información y el receptor que recibe el mensaje (Narula, 2006; Otero, 1997).

A lo largo de los años estas teorías han sido fuertemente criticadas por ver a la comunicación como un proceso lineal en donde debe seguirse ese orden: de emisor ► al canal ► mensaje transmitido ► receptor, en ellos la comunicación resulta ser un proceso donde no se considera el entorno social que rodea a cada participante y mucho menos la retroalimentación entre ellos, trayendo como consecuencia que la comunicación parezca un elemento estático y con una estructura establecida, que siempre ocurre de la misma forma, cuando en realidad no es así, existe un constante movimiento entre los participantes (Miller 2005 citado en Fernández & Galguera, 2009), debido a que se encuentran en un constante cambio de roles, es decir, un emisor no permanece siempre como emisor, ni el receptor como receptor, (Martínez, 2012) dentro del proceso se está recibiendo y mandando información continuamente, todo ello hace complicado establecer cuando inicia o cuando termina el proceso. Es pues que estas críticas permiten la creación de la comunicación desde un punto psicosocial.

Dentro de la perspectiva psicosocial, autores como Pastor (2006), Fernández y Galguera(2009) y por último Rizo (2006b) establecen que la comunicación se encuentra

conformada por dos partes; una hace referencia al espacio físico llamado escena de la comunicación, este se refiere al espacio que rodea a los participantes, el espacio puede llegar a contar con un significado social que surge de los valores y las normas de la cultura, es dinámico, pues no sólo se verá influido por los participantes del proceso, sino que además el contexto influye en los participantes, en su forma de hablar, de dar a conocer los mensajes, de decodificar la información que reciba, etc., creando entonces una continua interacción entre ellos.

Y en segundo lugar se ubica a los participantes, los cuales forman agentes activos por medio de diferentes comportamientos y mecanismos psicológicos (Fernández & Galguera, 2009); en cada interacción entre ellos se proyectan modelos del mundo, los cuales parten de las experiencias de cada participante, tal como establece O'Sullivan (et al., 1997 citado en Rizo, 2006a); tanto el o los que transmiten el mensaje, como el o los que reciben la información, poseen sus propios sub-códigos, sin embargo, es necesario que estos códigos tengan una cierta coincidencia para que puedan entenderse entre ellos, lo que involucra a la primera parte.

Es necesario resaltar que los procesos comunicativos no se dan únicamente de forma oral o verbal, sino que además existen cuestiones no verbales que sirven para transmitir un mensaje, que también serán interpretados desde las experiencias de cada participante así como del espacio contextual que lo rodea.

Todos estos elementos implicados en el proceso comunicativo traen como consecuencia que un mismo mensaje pueda codificarse desde puntos de vista diferentes (Eco 1997 citado en Pastor 2006).

### 3.2 Procesos psicosociales de la comunicación

Para poder entender la interacción social entre los participantes del proceso comunicativo, Pastor (2006) establece algunos **procesos psicosociales** imbricados en la comunicación conformados por tres niveles de análisis, es necesario aclarar que la división teórica entre ellos no significa que en la interacción cotidiana actúen de forma aislada, sino por el contrario, se encuentran en interacción continua.

A continuación se mencionan brevemente cada uno de ellos:

A) Interpersonal. Hace referencia a la dinámica comunicativa que existe entre las personas de un mismo grupo; en este nivel se toman en cuenta las acciones no verbales y verbales manifestadas en las personas que se encuentran en un mismo espacio, eso implica considerar los gestos, el tono de voz, las palabras empleadas en la conversación con alguien.

B) Intergrupala. Cada individuo pertenece a un determinado grupo social (niños, jóvenes, adultos, personas mayores, un grupo de trabajo, escolar, familiar, por raza, por nacionalidad, etc.) la interacción o intercambio de mensajes con otro grupo o entre los miembros de otro grupo, es necesario aclarar que se le va a denominar comunicación intergrupala cuando cualquiera de las dos partes de la interacción se define a sí misma o a la otra como perteneciente a un grupo (Viladot, 2008).

C) **Intrapersonal:** Cada individuo al relacionarse con los demás se encuentra acompañado de percepciones, cogniciones emociones, interpretaciones, es decir, cada persona cuenta con estructuras cognitivas que le permiten recibir, clasificar y elaborar información que proviene del medio físico y social, dando lugar a manifestaciones personales.

Dentro del presente trabajo se realizará una descripción más amplia únicamente del nivel intrapersonal, desde la teoría de la cognición social.

### 3.3 Teoría de la cognición social.

Dentro de la sociedad surgen diversos fenómenos que son analizados y procesados de formas diferentes en cada individuo. Esas formas de comprender la información han despertado un gran interés en estudios de psicología, estableciendo así diferentes teorías que abordan los aspectos sociales que interactúan conjuntamente con las ideologías de las personas, sin embargo, a pesar de su extensión teórica, para fines del presente trabajo se utilizará la teoría de la cognición social (Arias, Morales, Nouvilas, & Martínez, 2012; Hewstone, Stroebe, Codol, & Stephenson, 1990; Hogg & Vaughan, 2008; Wyer, 1997).

Antes de explicar a qué se refiere la cognición social es necesario definir cognición. De acuerdo a Fiske y Taylor (1991) y a Hewstone et. al. (1990) la cognición va a ser entendida como el proceso mental por el cual los seres humanos reciben, conocen, seleccionan, organizan y aplican el conocimiento del mundo que les rodea.

Teniendo en cuenta lo anterior se procederá a explicar que se entiende entonces por cognición social.

Es posible que cuando se habla de la teoría de la cognición social se piense como una teoría única, no obstante, se conforma por diferentes posturas teóricas permitiendo analizar los fenómenos desde diferentes ángulos, a pesar de ello, cada una de ellas tiene una base en común pues surgen de la psicología cognitiva, sin ser necesariamente lo mismo; debido a que la parte cognitiva se enfoca netamente a los procesos mentales o cognitivos que surgen en las personas sin que se marque una relación entre su entorno; mientras que la cognición social se encarga del estudio de los procesos mentales (en una persona, en grupo o en eventos) mediante los cuales se conoce el mundo social, procesa y aplica (Augoustinos, Walker & Donahue, 2014; Fiske & Taylor, 1991).

Leyens y Codol (1988 p.94) insisten en que “la cognición social tiene un origen social... un objeto social... [y] es compartida socialmente, mientras que enfocarse en la parte cognitiva puede dejar este aspecto a un lado”.

Teniendo en cuenta lo planteado con anterioridad, la teoría de la cognición social es considerada como una postura que otorga diferentes explicaciones de los fenómenos

sociales, es decir, no sólo se enfoca en que los procesos cognitivos de una persona o grupo, sino que además marca la influencia ejercida de las reglas establecidas dentro de un contexto cultural, tanto en el individuo como en la misma sociedad, entendiendo a este proceso como bidireccional, ya que, el individuo también influye en el lugar donde se encuentre; una forma más simplificada de decirlo es que este modelo marca la importancia que existe en la relación de las personas con los estímulos que le rodean así como con sus interacciones (Wyer, 1997).

En resumen, para esta postura el ser humano es un ser activo, tanto recibe información de lo que lo rodea y a la par va construyendo e interactuando con sus propias cogniciones. Pero además esas estructuras cognitivas que se van creando dentro de las personas van impactando sus propias acciones, ocasionando que el medio que les rodea también se vea afectado; todo este procesamiento de información se va generando de forma automática, no se necesita estar consciente de la clasificación para poder asimilarla (Augoustinos et. al., 2014; Leyens & Codol, 1988).

Gracias a los diferentes fenómenos que van creándose en torno a la sociedad, la cognición social ha podido generar diversos planteamientos teóricos sobre: procesos de la percepción o la auto percepción, los prejuicios, estereotipos, atribuciones, la comunicación dentro de un grupo, los medios de comunicación y su influencia en los esquemas cognitivos, por mencionar algunos de ellos.

De acuerdo a Augoustinos, et, al. (2014) algunas de las principales categorías en las que se puede clasificar a los diferentes estudios, teorías y postulados dentro de la cognición social son los siguientes:

- Experimental: se busca recrear algunos fenómenos en un contexto controlado, sin que necesariamente se trate de un laboratorio, sino en un contexto lo más cercano posible a la vida cotidiana en la sociedad pero bajo ciertas condiciones para poder con ello dar explicaciones a los fenómenos
- Constructivismo: Establece la creación de un aprendizaje o un conocimiento de lo que le rodea de forma activa.

- Perceptual: Va a enfocarse en los procesos perceptuales, orientados principalmente a la visión, que contribuyen al entendimiento de ciertos fenómenos en las personas.
- Representaciones mentales: Dentro de ella se clasifican aquellos estudios que se encargan de estudiar la forma en la que se organiza el conocimiento, las evaluaciones y las expectativas sobre alguna situación; se estudia la formación de categorías, esquemas, actitudes, estereotipos. Estas representaciones mentales, como las denomina Augoustinos et. al (2014), van a ser desarrolladas directa o indirectamente por las diferentes experiencias, de igual forma, van a guiar la conducta de las personas.

Tomando esta clasificación como referencia, este trabajo podría ser incluido dentro de los estudios que se enfocan en las representaciones mentales, sin embargo, es necesario dejar claro que a lo largo del trabajo no se les llamará representaciones mentales, debido a la confusión que puede llegar a ocasionar el uso de ese término con respecto a la postura teórica de las Representaciones Sociales, para diferenciar se les llamará estructuras cognitivas, partiendo de un modelo cognitivo, específicamente partiendo desde la Cognición Social.

La mente procesa continuamente información recibida del entorno que la rodea, de cada lugar y de cada persona; esta información se organiza de acuerdo a diferentes estructuras que cada persona va construyendo, modificando, desarrollando de acuerdo a sus interacciones sociales y culturales. A esto se le conoce como cognición, en otras palabras se le conoce como el proceso mental por el cual los seres humanos reciben, conocen, seleccionan, organizan y aplican el conocimiento del mundo que les rodea (Fiske & Taylor, 1991; Hewstone, et. al., 1990). Dentro de la cognición intervienen varias estructuras tales como: las actitudes, los prototipos, las categorías, los esquemas, estereotipos, entre algunas otras.

Para poder entender el procesamiento de toda esa información sería necesario profundizar en cada una de ellas, sin embargo, dentro del presente trabajo el espacio no es suficiente como para desarrollar cada una, por lo que únicamente se manejarán tres: categorías, esquemas y estereotipos. A continuación cada una de ellas será descrita.

### **3.3.1 Categoría.**

Se refiere a la organización de objetos, lugares y personas que tienen en común una o más características (emocionales, físicas, etc.) generales; para la creación de categorías no existe un lineamiento universal al agrupar la información, dependerá de las experiencias, del entorno social y de las normas que tenga una persona (Hewstone, 1990). Dicho en otras palabras, hablar de categoría es dar un orden general a la información que se recibe, por decir, los canarios son aves amarillas, en el ejemplo es posible distinguir dos categorías implícitas: 1.- los canarios como aves y 2.- por su color puede encontrarse entre los objetos amarillos. Una categoría no explica más de la situación, simplemente acomoda la información en ideas generales que se han aprendido previamente, es necesario aclarar que un objeto, persona o lugar puede encontrarse en más de una categoría, por ejemplo un gato, es un animal mamífero, pero puede ser que sea un gato blanco, ahí ya se le asignó otra categoría; pero además que tiene ojos azules y es un gato muy cariñoso; al menos en este ejemplo han salido cuatro categorías diferentes pero no excluyentes.

### **3.3.2 Esquema.**

Para Fiske y Taylor (1990 citado en Hogg & Vaughan 2008) un esquema es una estructura cognitiva que representa conocimientos sobre un concepto o tipo de estímulo incluidos sus atributos y sus relaciones entre ellos, que permiten obtener información general o específica sobre algún objeto, persona o lugar rápidamente. Pozo (2006) establece que los esquemas son estructuras de conocimiento que contienen características de los objetos, actitudes, personas, situaciones y acciones que son almacenadas en la memoria, de tal forma que cuando la persona requiera información sobre alguna de ellas pueda recuperarla rápidamente, esta facilidad de recuperar información convierte a los esquemas en la estructura cognitiva que rige todo el procesamiento de información.

Los esquemas interactúan con otras estructuras, como las categorías, para poder organizar la información, no obstante no hay que confundirlas, existe una delgada línea teórica que diferencia a ambas estructuras; las categorías se encuentran enfocadas a

acomodar la información de forma más general, mientras que en los esquemas la información se organiza partiendo de las categorías formadas en donde no sólo se involucran conceptos, pues también incluyen procesos, lo que implica que un concepto no cobra significado únicamente por lo que lo compone, sino además de la situación que le rodea (Font, 1996; Hogg & Vaughan, 2008).

Bartlett (1955) a través de los resultados de una investigación, la cual consistió en la presentación de una máscara egipcia a uno de los participantes de un grupo, a esa persona se le pedía que dibujarán lo que veía, ese dibujo se lo mostraba a la siguiente persona y así sucesivamente, la última reproducción de la última persona terminó dibujando un rostro humano, algo completamente diferente a lo que era originalmente, con esta y otras investigaciones similares, llega a la conclusión de que cada persona cuenta con información almacenada en su memoria que le permite interpretar el mundo que le rodea, a esta información cognitiva la denomina esquemas, ellos se van a encargar de guiar la organización de la información que se percibe y la construcción de recuerdos.

Lo principal que se resalta en la teoría de Bartlett es la idea de que los esquemas son el resultado de la interacción de la persona con el medio, por lo que se van añadiendo u omitiendo detalles en el procesamiento de la información, tanto la verbal como en imágenes y en acciones, hasta convertirla lo más cercana a lo que conoce la persona o lo que le resulta familiar.

Los esquemas son plasmados a través de las conductas y de las diferentes oraciones verbales que se emplean cotidianamente. Muchas veces los esquemas no sólo se encargan de procesar la información que ingresa, sino que además cuando la información con la que se cuenta es insuficiente para generar una respuesta inmediata, se accede a las situaciones pasadas que sean similares y con ello llenar ese hueco que existe (Pozo, 2006).

Debido a la cantidad de información que procesa el cerebro se van estructurando diversas clases de esquemas, que influyen en la internalización e interpretación del nuevo conocimiento; Hogg y Vaughan (2008) los clasifican de la siguiente manera:

- Esquemas de personas: Los esquemas se crean sobre personas específicas, ello permite que en algunas situaciones se pueda interpretar y anticipar la conducta de la otra persona.
- Esquemas de roles: contienen información sobre patrones de conducta que deben de asumirse de acuerdo a la edad, el sexo, el área de trabajo, grupos sociales, entre otras.
- Guiones: Se conoce como guiones a los esquemas que se emplean para los eventos o situaciones. Usualmente se tiene una idea de las acciones que se deben de emplear en alguna situación determinada, por ejemplo, cuando alguien es nuevo dentro de un grupo, existen ciertas pautas que se llevan a cabo que permiten la integración, gracias a experiencias pasadas en situaciones similares. La ausencia de guiones dentro de una situación crean en la persona una sensación de angustia, desorientación.
- Auto esquemas: son pensamientos que se tienen respecto a sí mismo, si algo no concuerda con ese concepto es descartado por cada persona.

Este tipo de conocimientos y estructuras se encuentran en una continua interacción para tener un mayor alcance informativo; a cada esquema puede írsele anexando nueva información aumentando la extensión del mismo, no obstante, la nueva información no siempre se almacena en lo que ya existe, puesto que puede surgir un conocimiento del que no se conocía anteriormente y con ello crear un nuevo esquema.

### **3.3.3 Estereotipos.**

De acuerdo a Fernández (s.f.) un estereotipo es un cliché o un modelo fijo, compartido por una determinada colectividad, que se utiliza para conceptualizar a un determinado sujeto de conocimiento abstracto como la vejez o la juventud, la inmigración o el poder y nos sirven a modo de teorías implícitas respecto de ese sujeto de conocimiento. Estos clichés en términos generales negativos- son aprendidos a través del proceso de socialización del individuo el cual transcurre en un ambiente sociocultural determinado.

Lo importante es que, estas imágenes o clichés una vez aprendidas tienen un poder causal en el sentido de que son la causa de la conducta tanto individual como social referida a ese objeto de conocimiento, e incluso, pueden convertirse en profecías que tienden a su auto cumplimiento. Esas imágenes o clichés actúan no solo explícitamente a través de opiniones y juicios sino que lo hacen en forma implícita; en otras palabras, la gente no es consciente de algunas de sus formas de conceptualización de algunos objetos, personas o grupos, son extraordinariamente negativas e influyen, incluso determinan, comportamientos “edaistas” discriminatorios.

Por otro lado Arias, et. al. (2012) establecen que son creencias sociales compartidas acerca de las características de un grupo o de un tipo de individuos, para ellos la creación de estereotipos forma parte del proceso natural de clasificación o etiquetado por el que se internaliza el mundo exterior, imponiendo una fórmula de simplificación con la que se agiliza la tarea de obtener información pues se simplifica la complejidad de elementos externos que tienen que ser captados mediante categorías, esquemas o etiquetas.

Hess y Blanchard (1999) explican que son imágenes dentro de la cabeza, que reflejan y enfatizan características de las personas, surgen de aquellos rasgos que son más representativas en una población, esas imágenes se activan al interactuar con otros, afectando la conducta y la valoración que se realiza a cada persona. Olmo (2005) concuerda con ellos al establecer que los estereotipos son un conjunto de ideas que proporcionan una imagen que pretende caracterizar el comportamiento de las personas que componen una determinada categoría o un grupo, utilizados principalmente para tener una idea del comportamiento de otras personas.

Para Hogg y Vaughan (2008) los estereotipos funcionan y se reproducen porque se instauran como símbolos de un determinado modelo cultural y porque reproducen rasgos superficiales u obvios y, en este sentido, representan algún aspecto de la realidad a la que refieren. Sin embargo, cualquier estereotipo tiene incorporado un número amplio de presunciones falsas sobre la realidad a la que refiere. La fuerza social de uso de estereotipos radica en que refleja a la cultura en la que se instauran, proyectan valores comunes, visiones del mundo, sintetizan emociones –expectativas y miedos- colectivas.

En resumen, un estereotipo es una estructura compartida socialmente que va a proyectar diferentes conceptualizaciones, rasgos, creencias o valores de un objeto, un concepto, de una persona o de un grupo. Permiten organizar la información, sin embargo, también cuenta con presunciones falsas o negativas de los mismos; estas presunciones e ideas se manifiestan en las ocasiones de forma involuntaria o sin ser conscientes que se tienen lo que influye en las acciones u comentarios sobre los mismos.

De acuerdo a Lee (citada en Hess & Blanchard, 1999) a lo largo del tiempo en la mayoría de las culturas se han resaltado diversos estereotipos, principalmente negativos, en torno a la edad de las personas. Ella establece que éstos no sólo afectan la conducta que se tenga hacia la población de la tercera edad, sino que además, estos son internalizados por las personas pertenecientes al grupo, ocasionando que su autopercepción se vea afectada.

Para concluir con este subtema debe tenerse en cuenta que cada una de estas estructuras cognitivas se encuentran presentes en las acciones que se desempeñan día a día y que además se encuentran en un continuo cambio o crecimiento en contenido gracias a los diferentes estímulos que rodean a la persona.

Uno de los estímulos al que se le atribuye importancia por la influencia que puede ejercer en dichas estructuras han sido los medios de comunicación. Dicha temática se analizará más a fondo en el siguiente apartado.

### 3.4 Medios de comunicación / Medios de las masas

En las diferentes interacciones dentro la sociedad, no sería adecuado dar por hecho que la comunicación humana es meramente un hecho informativo, pues también existe aquella que se encarga de regular y persuadir las actitudes de las personas. Al hablar de persuasión en el presente trabajo se hará referencia a conseguir de forma voluntaria un cambio de opinión, actitud y cognición en otra persona mediante la presencia constante de ciertos estímulos que permitan ese cambio (Musitu, 1993; Reardon, 1991). Este tipo de comunicación usualmente se le relaciona con aquellos instrumentos o herramientas encargados de transmitir mensajes de manera masiva a las personas que conforman a la sociedad, habitualmente estos instrumentos son llamados medios de comunicación (Pastor, Escobar, Mayoral & Ruiz, 2011), suelen dividirse de acuerdo a su estructura física en impresos (volantes, periódicos, revistas publicidad en espacios públicos y trípticos), audiovisuales: refiriéndose a los medios que pueden ser escuchados y vistos al mismo tiempo (televisión), los radiofónicos: únicamente transmite información por medio del sonido, medios digitales (celulares, tabletas, computadoras y artefactos tecnológicos (Marshall, 2009).

Actualmente los medios de comunicación han cobrado una gran importancia en la sociedad gracias al alcance, la cantidad de información que pueden transmitir, el impacto en la población, la maleabilidad de la información, por mencionar algunas razones; la importancia que se le han dado paulatinamente ha ocasionado que las personas incrementen el periodo de exposición ante los mismos, ya sea por el internet, el periódico, la televisión, la radio, el intercambio de mensajes de texto, imágenes, video con el teléfono celular, ocasionando con ello un cambio en las actitudes de los individuos y de la sociedad en general (Igartua & Moral, 2012). Estos conocidos medios de comunicación han sido también llamados como medios de las masas, en primera porque emiten una información a grupos numerosos y en segunda porque las personas no regresan la información pues no existe una interacción directa con las personas que transmiten la información, permanecen anónimas antes los demás( Harris & Sanborn, 2014; García & Ramos, 1998), dicho en otras palabras, muchas de las personas pueden estar viendo el contenido al mismo tiempo y estar sincronizados sin que exista la posibilidad de

interactuar entre ellos creando así una masa en vez de un grupo (Rizo,2006b) y por tanto no puede hablarse de una comunicación en dónde no interactúen las partes que la componen pues existe un proceso lineal (Park, s.f.).

Los medios ofrecen experiencias (reales o ficticias) de todo tipo, codificadas mediante símbolos (sustituye al sujeto codificador de experiencias por excelencia que es el ser humano, ofreciéndolas en forma de símbolos mediáticos). Desde el punto de vista de los receptores, tales símbolos pueden interferir en la formación de los modelos cognitivos que se desarrollan individualmente. La memoria está llena de los símbolos asociados a la experiencia simbolizada en los medios (Bretones, s.f.).

Todos estos medios van cambiando la interacción entre las personas, así como su estructura cognitiva; es por ello que casi desde el comienzo de los medios publicitarios han ido surgiendo diversas investigaciones dedicadas a conocer el impacto de los medios en cierta población.

Uno de los teóricos más conocidos entorno a este tema fue Laswell, quien inicia su interés en la comunicación al estudiar las campañas políticas que surgían en la segunda guerra mundial, transmitidas por los diferentes medios de comunicación ocupados en esa época (Otero, 1997) posteriormente reformula su modelo, los autores no coinciden en la fecha de la reformulación del modelo, conocido como la Fórmula de Laswell. El acto de comunicación en este modelo se centra en las preguntas ¿Quién dice qué, en qué canal, a quién y con qué efecto? Esta fórmula plantea el análisis de distintos ámbitos en la comunicación de masas: medios de control de la información, contenido de los mensajes, medios de comunicación, audiencia y efectos (Díaz, Saldaña, Sánchez, & Vargas, 2013; Fernández & Galguera, 2009; Pinazo & Pastor, 2006), Otero (1997) opina que no sólo se formulan planteamientos en la comunicación de las masas, expresa que la fórmula de Laswell subdivide a la comunicación en cinco áreas de análisis: de control, de contenido, de medios, de audiencia y de efectos.

### 3.5 Televisión

Las diversas investigaciones dentro de la comunicación de las masas se han focalizado en estudiar principalmente a la televisión, pero ¿A qué se debe? Bien la televisión ha sido adoptada por diferentes personas como la principal herramienta para “informarse” de lo que ocurre a su alrededor ello gracias a diversas razones; la principal para Sartori (2006) García y Ramos (1998) es la facilidad que tiene para procesar la información, gracias al contenido audiovisual, es decir, el nivel de abstracción que debe realizarse es menor comparado con los otros medios, tales como la radio, el periódico y los folletos en donde es necesario leer y después abstraer el contenido, mientras que en la televisión basta con sentarse cómodamente frente ella sin pensar en nada más, es suficiente con ver la imagen que se muestra para comprender de lo que se habla, logrando que en ciertas situaciones la información deba ser reducida a imágenes aunque muchas veces lo que se diga no tenga una imagen concreta como conceptos de justicia equidad pero para captar la atención se acompañan de una imagen que pueda relacionársela con el concepto, trayendo como consecuencia que los procesos cognitivos al ocupar este medio sean mínimos.

Fernández (2005) lo explica de la siguiente manera: el lenguaje televisivo es ágil y sencillo; las ideas y las situaciones que presenta deben ser comprendidas por una amplia población, no importa que una persona pueda leer o escribir, mientras pueda ver la imagen podrá entender el contenido; es por ello que para Gerbner (1999) la televisión se ha convertido en una especie de nana o cuidadora para los telespectadores, pues no sólo les entretiene, sino que además les educa e influye; para él los medios tienen la capacidad de reforzar y por lo mismo cultivar estereotipos, ideas y actitudes en los receptores.

Las imágenes que se presentan en la televisión, en su mayoría, muestran espacios que resultan familiares a los televidentes, caracterizándose entonces por proporcionar una experiencia “real”, pues no sólo son imágenes fijas, sino tiene movimiento y sonido, haciendo creer a las personas que todo lo que se presenta existe, porque tiene una evidencia visual, Los tele espectadores caen en el error de pensar “Si puedo verlo, entonces es real”,

formando así la imagen de una realidad que a veces es completamente distinta a lo que las personas viven el mundo real.

Ese uso de las imágenes conjuntamente con los sonidos ha dado pie a la implementación de elementos persuasivos y subliminales, – entendiendo subliminal como aquellos elementos que se encuentran ocultos dentro de un cierto contenido, que el cerebro puede asimilar y por lo tanto puede llegar a ocasionar un cambio en las actitudes y pensamientos en las personas (Moya, 1999).

Por estas situaciones a la televisión se le han atribuido aspectos netamente negativos por algunas investigaciones, de Gruyter (s.f.) Fernández (2005), Haiek (s.f.), Zibberman y Christakis (2005), Rojas (2008) entre las que se encuentran remarcados aspectos como la violencia, la muestra de un mundo irreal y fantástico, “un medio para socializar”, la falta de creatividad, la influencia que ejercen en los actos agresivos en la conducta , por mencionar algunos; dichos mensajes, con base en los investigadores anteriormente mencionados, afectan principalmente a poblaciones vulnerables, como los niños y adolescentes, ya que su pensamiento no ha alcanzado una madurez para poder asimilar los contenidos que se presentan.

Así mismo se habla de la repetición constante de las ideas proporcionadas por quienes controlan estos medios resaltando alguna idea o creando nuevas a nivel social. Como establece Masterman (1993 p.21) “quienes controlan y trabajan en los medios no sólo tienen el poder de fijar prioridades, ofrecer explicaciones y construir sus propias versiones de los acontecimientos; pues tienen la capacidad, de proyectar estos acontecimientos como naturales y auténticos, sencillamente una manera de ser de las cosas”.

Las ideas y los hechos dentro de la televisión pueden ser fácilmente manipulados por la gran versatilidad en sus contenidos son percibidos como verdaderos y como hechos que son incuestionables que benefician únicamente a los productores y a quienes se encargan de transmitir el contenido.

De acuerdo a Núñez (2005 p.4) “las personas que ven televisión, lo quieran o no, van integrando en sus esquemas cognitivos y emocionales contenidos que son

transmitidos”. Se habla entonces de que tanto por las situaciones negativas que se planten de la televisión como por aquellas que hablen del apoyo que brinda al conocimiento de otros países y culturas; se ha establecido que ejerce una influencia en las personas. Para desarrollar este punto es necesario definir qué se entiende como influencia.

La influencia se va a entender como un proceso que ejerce un contenido o una persona a otra de tal forma que ese contenido modifica los esquemas cognitivos generando con ello un cambio en su conducta o el modo en que percibe la realidad (Feliu & Lajeunesse, 2004; Moscovici, Mugny & Pérez, 1991).

Todas las posiciones anteriormente mencionadas resaltan más una situación pasiva por parte de los tele-espectadores, en dónde ellos sólo reciben información y automáticamente se cambia su estructura cognitiva; Sartori (2006) establece que la televisión beneficia y perjudica, ayuda y hace daño. No debe ser exaltada en bloque, pero tampoco puede ser condenada indiscriminadamente; ante esa posición para algunos autores como Vera (2005), Kaplún (1994) y Jacquinot (1996) los observadores han dejado de ser esponjas que se tragan todo el contenido sin asimilarlo para convertirse en agentes activos que pueden interpretar, conocer, modificar y asimilar los mensajes del mismo, con base a sus esquemas mentales. Para ellos que las personas se sienten a ver la televisión no implica que ellas vayan a retirar todos los esquemas de su mente dejándola en blanco; al contrario, por medio de los esquemas se filtra la información que se ve, sin que se percaten de ello, ocasionado que el impacto no sea el mismo en todas las personas, para algunos puede ser perjudicial, pero para otros puede resultar benéfico.

Todo lo mencionado apunta a que los mensajes transmitidos no ocupan hechos aislados en las personas para ser entendidos, sino que más bien para que la información sea procesada se ocupan diversos elementos, tales como la percepción, el aprendizaje, las estructuras cognitivas.

La televisión puede ser analizada en forma genérica, como se ha venido haciendo, y con ello se obtendría una amplia cantidad de información, dentro del presente trabajo, ese no es el objetivo, no se busca hacer un análisis completo de todo lo que proporciona la

televisión, por lo que a continuación el contenido se centrará en la parte publicitaria de la televisión y más específicamente a los comerciales y al impacto en el nivel intrapersonal.

### **3.6 Comerciales Televisivos**

Para comenzar con este apartado es necesario establecer que los comerciales pertenecen al campo de la publicidad, cuyo objetivo fundamental es persuadir o convencer al público a adquirir determinados productos, sean estos bienes o servicios; haciéndoles creer que el producto que se presente es indispensable en su actuar cotidiano; en adicción, la publicidad es la comunicación por la cual la información sobre determinado producto es transmitida a la población (Feme, 2006).

Una de las principales herramientas para las empresas que se dedican a vender productos ha sido la televisión, pues como se mencionaba anteriormente cuenta con grandes beneficios, entre los que se encuentran: el alcance a grandes cantidades de personas en un mismo tiempo, es decir, además que se puede transmitir un gran contenido en tan poco tiempo, la facilidad de ocupar imágenes con movimiento, visualmente atractivas, acompañadas con el sonido. Todo esto ha convertido a la televisión en una puerta abierta a nuevas compañías que desean anunciar su producto.

Los comerciales televisivos, en estos días, se focalizan en dos objetivos: 1. obtener y 2.- mantener la atención; para conseguirlos van añadiendo más elementos visuales, de contenido, musicales, etc.; a la par han ido reduciendo los tiempos de transmisión de cada campaña publicitaria, obteniendo así que la televisión pueda colocar más comerciales en un periodo de diez o cinco minutos; actualmente existe una gran cantidad de opciones para evitar los comerciales, por lo que el objetivo de promocionar el producto y de generar un alto impacto en la población se ve muchas veces afectado, en especial si se cuenta con un servicio dónde sea posible evitar completamente este tipo de publicidad; otro elemento es la facilidad de pasar de un canal a otro en segundos que el control remoto otorga a la persona que observa la televisión; antes la situación no era así; cada persona que viera la televisión debía pararse a cambiar el canal, por ende el cambiar

de canal involucraba un mayor esfuerzo y se prefería dejar el canal que pararse a cambiarle y luego volverse a levantar para regresar el canal, ahora todo se realiza sentado cómodamente con un solo click (Domínguez, 2001).

Para generar el impacto deseado en la audiencia y además obtener y mantener la atención, de acuerdo a Stanton, Etzel y Walker, (2007) los comerciales ocupan elementos persuasivos transmitidos en el mensaje, que pueden ocupar diferentes modos de ejecución, los cuales consisten en:

- Presentar escenas de la vida cotidiana para que sea más creíble.
- Mostrar un estilo de vida.
- Crear una fantasía en torno al producto.
- Crear un estado de ánimo o una imagen en torno al producto, por ejemplo, un estado de alegría, o una imagen en familia convivencia, como lo que crea Coca-Cola en su producto.
- Enseñar la experiencia técnica, es decir, muestra la experiencia de la empresa al fabricar el producto.
- Presentar evidencia científica: presenta resultados realizados por instituciones dedicadas a la investigación.
- Dar evidencia testimonial
- Establecer elementos musicales y auditivos

Estos últimos elementos de ejecución tienen el que mayor peso puesto que se busca pelear contra el olvido de las personas, ocupando melodías fáciles de recordar y así lograr asociar la imagen con la música; para el establecimiento de la música en los comerciales se hacen uso de elementos pre-existentes, sonidos o canciones que llegaron a convertirse en hits en un tiempo determinado y así facilitar la asociación, o bien algunos productos crean una canción que sea corta, concisa y contagiosa. El poder de la música radica en que en algún momento con tan sólo ver la imagen puedas tener presente el comercial completo, o bien se recuerde la canción y se tenga el producto en mente (Guijarro & Muela, 2003; Sedeño, 2011).

Debido al continuo bombardeo de publicidad visual transmitida por la televisión, Cerda (2013) explica que las personas van acostumbrándose al contenido y a los diferentes mensajes que se emiten, puesto que sería sumamente agotador para el cerebro reaccionar ante cada imagen y cada sonido que se percibe, por lo que el sistema nervioso de cada persona selecciona sólo el contenido que es de interés; pero además internaliza ciertos contenidos y los incorpora en las costumbres, esquemas y hábitos que se presentan en el comercial, sin que necesariamente el individuo se percate de ello. Teniendo en cuenta este proceso de internalización que realiza cada individuo.

Orozco (2000) deja en manifiesto que esta influencia o internalización del contenido, si bien no es la única, se debe al tiempo de exposición ante esas ideas, en otras palabras a mayor exposición al mensaje, este va a ocasionar una mayor afección o influencia en la persona. Así mismo establece que los efectos que ocasione no son directos ni permanentes; sino que cambian a lo largo del tiempo y se van mezclando con acciones de la vida cotidiana; para él los efectos deben de medirse a largo y a corto plazo para conocer la exactitud de la influencia que se ejerce.

### **3.6.1 Estereotipos transmitidos en los comerciales televisivos.**

Los comerciales transmitidos usualmente reafirman ideas estereotipadas que se tienen en la sociedad de diferentes grupos poblacionales, para poder vender los productos anunciados más fácilmente, o bien se considera que estos establecen nuevos estereotipos que la sociedad adopta con el tiempo y con ello lograr la unificación de gustos, necesidades y los valores de las personas, obteniendo así la venta de sus productos. Para que dichas ideas no sean rechazadas completamente por la audiencia, los promotores de cada producto buscan celebridades o ciertas figuras representativas que a la gente les resulten familiares y agradables ante la vista; consiguiendo así una identificación con el protagonista del comercial o una aceptación de lo que se promociona; en ocasiones esas personas hacen parecer que una consecuencia del producto o de los estereotipos que se marcan negativamente dentro de los comerciales son algo positivo (De León, 2008).

Algunas de las ideas estereotipadas que se manejan en los comerciales giran en torno al rol de género, pues existen productos que deben ser usados “exclusivamente” por

las mujeres, como los productos de limpieza para el hogar, mientras que hay otros que son “exclusivos” de hombres como los carros; es común ver en la publicidad a las mujeres involucradas en cuestiones familiares y al hombre se le muestra como alguien independiente (Velandia & Rincón, 2014; Garrido, 2007); es decir que con sus códigos, simultáneamente verbales y no verbales establecen creencias consensuadas en la sociedad o arquetipos de género, aunque aún se preguntan si los comerciales son los que marcan el estereotipo o los que refuerzan el mismo (Culture And Gender Stereotyping in Advertisements, 2015; Núñez, 2005).

Los resultados de la investigación de Velandia & Rincón (2014) sobre cuáles son los estereotipos de género en los comerciales revelan que teniendo como base la totalidad de personajes representados en los comerciales, el 60% de ellos son femeninos y el 40%, masculinos.

Muchos otros estereotipos hablan de diferentes grupos raciales. En México, por ejemplo, se hace hincapié con las personas indígenas, un ejemplo de ello es la investigación que realiza Marañón y Muñiz (2012) en donde realizan un análisis de contenido de diferentes programas y comerciales de entretenimiento y ficción televisado en la ciudad de Monterrey, su fin era encontrar estereotipos que los medios plasmaban sobre los indígenas, realizaron el análisis de diferentes programas, en cada uno contaba si los personajes eran o no indígenas y si lo eran registraban las características con las que se les presentaba; ellos concluyen que los contenidos plasmados en diversos programas televisivos no sólo proporcionan entretenimiento sino que actualmente se ha convertido en una forma de aprender diversos contenidos así como estereotipos de una determinada población.

Otros estereotipos giran en torno a un rol de edad, es decir, muestran lo que una persona de un determinado rango de edad debería realizar; muestran ideas en donde la belleza es símbolo de juventud, del color de piel, de la marca de ropa que se ocupe, algunas veces se afirma que la belleza se puede comprar ofrece una gran gama de cosméticos y productos mágicos que crean la ilusión de que a mayor edad la persona es considerada fea y por ello debe ocupar ciertos productos (Suárez, 2006). Teniendo en cuenta lo anterior, es visible que los medios de comunicación, hablando específicamente de los comerciales

publicitarios, han reflejado por lo general una imagen negativa de las personas mayores, tratándolas como personas con poca energía, con una suma dependencia de las personas que los rodean, entre otras ideas que se van manejando.

En resumen la imagen social que se desprende de estos anuncios en torno a este grupo, está vinculada al estereotipo de pasividad, enfermedad, declive, deterioro y falta de autonomía personal. Sin embargo, está surgiendo un nuevo tratamiento que hace hincapié en una nueva presencia social con rasgos más positivos y vitales (Pérez, 2014).

A menudo se designa a las personas mayores utilizando una referencia, un tanto convencional, de edad cronológica dentro de una población dada. Incluso, al anciano suele “etiquetarse” como un miembro disfuncional de la vida activa y productiva. Generalmente, en la misma perspectiva, a la vejez se le percibe como edad de deterioro y no de crecimiento y desarrollo (Zetina, 1999).

Respecto a sexualidad, en los comerciales parece ser un tema exclusivo de la población adolescente y juvenil, en ciertas ocasiones e llega a mencionar a los adultos, sin embargo, n a los adultos mayores se les llega a mencionar escasamente; adicionalmente los estereotipos sexuales están acompañados del consumo de tabaco o alcohol en su mayoría, algunas veces, se destacan aspectos de la sexualidad tales como belleza, femineidad y masculinidad principalmente en anuncios de perfumes. (Díaz & Fernández, 2004)

## CAPÍTULO 4. METODOLOGÍA Y RESULTADOS

### Justificación

El presente proyecto inicia con el interés de la asimilación de los diferentes estereotipos que la sociedad evoca sobre los adultos mayores, principalmente difundidos en los medios de comunicación entre los que destaca la televisión, en ella se les presenta como personas indefensas que necesitan apoyo constante, con persistentes malestares e incomodidades; escasas veces se les presenta como un símbolo de belleza, fortaleza y lucha, de personas que pueden divertirse; más bien es todo lo contrario: la vejez es símbolo de debilidad, fealdad, etapa en donde ya la satisfacción y la diversión han quedado en el pasado (Pérez, 2014); entonces, la duda que surgió en ese momento fue ¿En verdad se perciben así los adultos mayores? ¿Ese tipo de información que se difunde a través de comerciales televisivos afecta en dicha percepción?

Al realizar una búsqueda teórica sobre el impacto y la forma en la que pueden llegar a influir estos contenidos en los esquemas cognitivos de las personas mayores, se encontraron únicamente investigaciones que hablan de los efectos nocivos en los niños, adolescentes, jóvenes y dentro de la sociedad en general, sin embargo, estas últimas terminan focalizándolas en poblaciones de infantes y adolescentes, por ejemplo, Gruyters (s.f) inicia explicando que actualmente ver la televisión por un periodo de tiempo prolongado o al menos por un par de horas, actualmente, forma parte de la vida cotidiana de cada persona, pues la mayoría de la población tiene al menos una en casa; así mismo establece un cambio ocasionado por la televisión dentro de la sociedad y en la interacción entre las personas; su explicación con las personas adultas se queda ahí, el investigador no profundiza en el tema.

Fernández (2005) menciona que la proyección de productos e imágenes atractivas en los comerciales televisivos y en diferentes programas, han incrementado el consumismo en la sociedad debido a la cantidad de publicidad que instan a comprar productos o que tiene algún mensaje oculto dentro de los mismos el cual genera una afición principalmente a los niños, netamente por la mera exposición ante ellas. Los artículos

anteriormente mencionados son ejemplos de algunas investigaciones encontradas respecto al tema de interés.

Mientras que dentro de la búsqueda teórica sobre la sexualidad se encontraron diversos estereotipos al respecto que se han establecido en la sociedad mexicana, uno de los más recalcados en diferentes contextos sociales fue el que la sexualidad pertenece a la población joven únicamente, pues se considera que la sexualidad se pierde con los años; cuando se hace mención de las personas mayores con respecto a su sexualidad, se suele opinar o creer que ya las personas están ya muy grandes para eso, que ya no tienen energías para desempeñar la sexualidad, dejando claro con ello que en la etapa de la vejez ésta es inexistente, todo ello derivado principalmente de los cambios físicos en las personas, reduciendo la sexualidad a un hecho netamente biológico (Döring, 2000; Escorcía, & Gómez, 2007; Trueba, 2008).

Reflexionando sobre ambas ideas, resultó importante conocer lo que piensa un adulto sobre lo que ve a su alrededor y los impactos que pueden tener sobre él este tipo de estereotipos.

Se elige esta población en primer lugar debido a que en los últimos años, de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2012 y 2014), la población mayor ha incrementado en México, lo que ha dado pie a la reestructuración en la dinámica dentro de la sociedad, trayendo como consecuencia que se comiencen a crear nuevos fenómenos de los que aún no se han profundizado.

Por si fuera poco dentro de la rama de la psicología en México se les ha prestado poca atención a las estructuras cognitivas en torno a la sexualidad de los adultos mayores, las investigaciones que predominan en ese tema son las médicas; además las investigaciones de sexualidad dentro de psicología recaen en su mayoría en la población juvenil; son escasas las que hablan de la sexualidad en el adulto mayor. Es por ello que el presente trabajo tiene como fin trabajar con una población que va en aumento y empezar a conocer los esquemas que forman las cogniciones entorno a su sexualidad y conocer si pueden influir los estereotipos que se manejan de la vejez transmitida en comerciales televisivos en un grupo de esta población.

Debido a la infinidad de comerciales transmitidos por televisión abierta se establece una selección que permita profundizar en el tema de interés, por lo que se establecen los siguientes dos criterios para elegirlos:

- 1.- Los comerciales debían ser protagonizados por personas de la tercera edad, para con ello conocer si existía una identificación por parte de los participantes del grupo focal y conocer con ello si existe una influencia hacia su persona.
- 2.- Comerciales que manejarán implícitamente aspectos de la sexualidad en las personas de la tercera edad.

A pesar de la escasez de los comerciales que cuenten con dichas características, fue posible seleccionar tres comerciales. A partir de ello surgió la pregunta de investigación.

**Pregunta de investigación.**

¿Qué cogniciones manifiesta un grupo de adultos mayores en torno a su sexualidad partiendo de los estereotipos transmitidos en tres comerciales televisivos?

**Objetivo General.**

Identificar las cogniciones que tiene un grupo de adultos mayores sobre su sexualidad y la influencia que pueden ejercer los comerciales televisivos.

**Objetivos Específicos.**

Identificar estructuras cognitivas en torno de la sexualidad de los adultos mayores.

Identificar esquemas sobre la sexualidad de los adultos mayores.

Conocer estereotipos sobre la sexualidad de los adultos mayores.

Conocer la influencia de los comerciales televisivos alrededor de la sexualidad de los adultos mayores.

## Conceptos básicos.

1. Cognición. Se entiende cognición al proceso mental por el cual los seres humanos reciben, conocen, seleccionan, organizan y aplican el conocimiento del mundo que les rodea (Fiske & Taylor 1991; Hewstone, et. al., 1990).
2. Cognición de la sexualidad: Partiendo de la definición anterior, se considera a la selección de información, el conocimiento que se tenga sobre ella. Se observará dentro de la investigación en ideas que se relacionen al autoconcepto, cuando se expresen ideas directas de la sexualidad, cuando transmitan opiniones sobre los roles de género.
3. Estereotipos: Los estereotipos son creencias sociales compartidas acerca de las características de un grupo o de un tipo de individuos; reproducen rasgos superficiales u obvios y, en este sentido, representan algún aspecto de la realidad a la que refieren. Son usualmente empleados de forma negativa (Arias, Morales, Nouvilas & Martínez, 2012; Hogg & Vaughan 2008).
4. Estructuras cognitivas/ Esquemas: Pozo (2006) establece que los esquemas son estructuras de conocimiento que contienen cualidades de los objetos, actitudes, personas, situaciones y acciones que son almacenadas en la memoria, de tal forma que cuando la persona requiera información sobre alguna de ellas pueda recuperarla rápidamente, ésta facilidad de recuperar información convierte a los esquemas en la estructura cognitiva que rige todo el procesamiento de información. Entonces, se va a considerar esquemas cuando fueron conocimientos aprendidos en el pasado, pero que esos aprendizajes siguen influyendo en el presente

**Tipo de estudio: Descriptivo.**

Se considera al estudio descriptivo, ya que no sólo se enfocó en encontrar las estructuras, pues además se describe lo que las personas del grupo focal van mencionando y lo que se fue encontrando en torno a dichas estructuras a lo largo de la investigación.

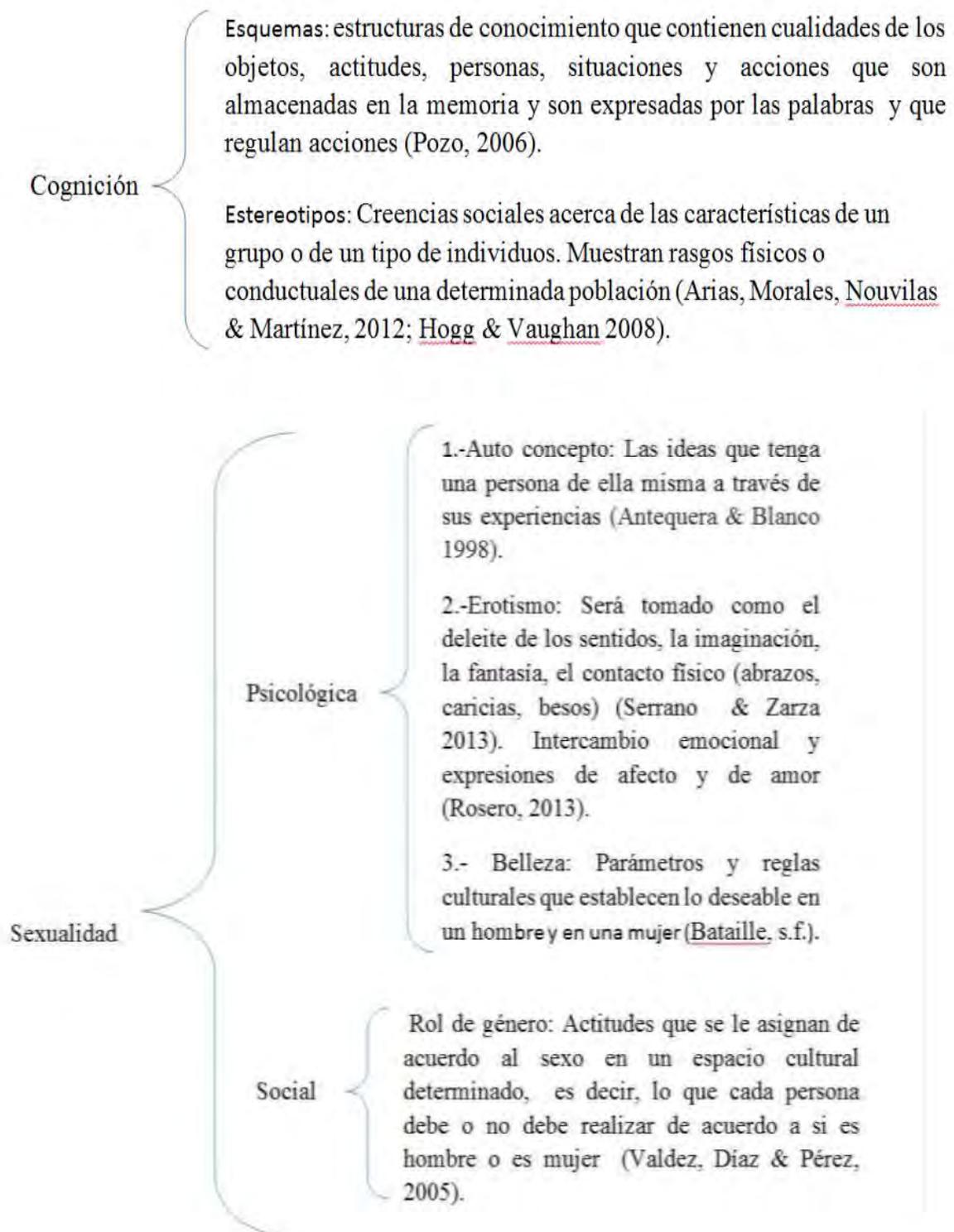
Esta es una investigación de corte cualitativo, que consiste en una investigación inductiva, que no busca confirmar ni negar una postura teórica o hipótesis, sino que busca, como se mencionaba anteriormente, describir, comprender y profundizar en diferentes fenómenos, que son explicados desde las respuestas que otorgan los propios participantes, pueden ser grupos o individuos y no únicamente desde un punto teórico. Expresado en otras palabras dentro de esta perspectiva se apunta a la comprensión de la realidad como resultado de un proceso histórico de construcción a partir de las lógicas de sus participantes, con una óptica interna y rescatando la diversidad y particularidad de cada uno. Hace en especial énfasis en la valoración de lo subjetivo. El conocimiento que se obtiene en estas investigaciones es un producto social y su producto se encuentra atravesado e influenciado por los valores, percepciones y significados de los sujetos que lo construyen, por lo que a este tipo de investigación se le considera holística, ya que, considera el pasado, el presente y el entorno de cada fenómeno, tratando así de formar el todo del mismo y obtener con ello un panorama más amplio de lo que se investiga (Báez & Pérez 2009; Galeano, 2004; Taylor & Bogdan, 1984).

Además dentro de la presente investigación se toma como base la teoría de la cognición social para el establecimiento de categorías.

Para la elaboración de las preguntas semiestructuradas de cada sesión se tomó en cuenta la temática que abordaba cada comercial, retomando las categorías planteadas para la investigación.

## Categorías.

Con lo referente a la cognición se toma como una de las principales categorías puesto que va a encontrarse involucrada en las categorías pertenecientes a la sexualidad.



### **Técnica de recopilación de datos: Grupo focal.**

Es una técnica de exploración realizada en un grupo y tiene como objetivo focalizar su atención e interés de los miembros del mismo a un tema específico de estudio e investigación, es decir, a un tema en particular (Delgado & Gutiérrez, 2004), partiendo de la interacción entre los participantes; su objetivo es buscar el cómo y el por qué las personas dirigen su atención hacia ciertos mensajes, lo que se piensa de la temática planteada, así como sus acciones ante la misma, dicho en otras palabras, el grupo focal apunta a la indagación e interpretación de fenómenos ocultos, no busca la cantidad de fenómenos, sino el entendimiento de los mismos. Lo que diferencia a esta técnica de otras realizadas en grupo es que ésta no pretende llegar a acuerdos, puesto que importa tanto lo que hay de común como lo que hay de diferente en las experiencias de los participantes (García & Rodríguez, 2000; Navarrete, Rejane, Mogollón, Fernández, Delgado & Vargas, 2006).

El tamaño de los grupos focales puede variar desde cuatro hasta 12 personas, no existe un número establecido para dichos grupos, sin embargo, se encuentra condicionado esencialmente por dos factores: deben ser lo suficientemente pequeños para que cada participante tenga la oportunidad de compartir ideas y aportar sus percepciones y lo suficientemente grandes para que haya riqueza de ideas pero sin que el grupo llegue a fraccionarse. Además estas personas seleccionadas deben contar con características específicas comunes, que van a variar con base en la investigación que se vaya a realizar (Escobar & Bonilla, 2009)

Este tipo de sesiones requiere de un moderador, este rol lo ocupa usualmente el investigador, que es el encargado de otorgar la palabra y guiar al grupo con algunas preguntas tema que parten de cuestiones generales de la temática de interés, sin embargo, pueden partir de cuestiones inductivas partiendo de las características que observe dentro del grupo. De igual forma el que se encuentra a cargo debe crear una atmósfera que le permita al grupo relajarse y permitir de este modo que surjan de manera informal y espontánea sus percepciones, actitudes y opiniones sobre el asunto que se investiga (Hamui & Varela, 2012).

## **Participantes**

El grupo estuvo compuesto por 12 personas voluntarias, pertenecientes a una Estancia para adultos mayores de la Ciudad de México, no obstante, se integraron dos o tres personas más en diversas sesiones pero ellas fueron inconstantes, es decir, solo asistieron una vez y además lo hicieron cuando la sesión ya tenía 40 min de haber iniciado, por lo que no se les consideró parte del grupo focal, aunque no se les negó la entrada.

De estas 12 personas 6 pertenecen al grupo de lectura, en las que se encuentra incluida la maestra de dicho grupo, 2 son los maestros de danzón, 2 pertenecían al grupo de gimnasia cerebral, una era la maestra de clase de repujado y el último pertenece a la clase de tanatología, en total fueron 3 hombres y 9 mujeres. A pesar de no pertenecer todos al grupo de lectura, comparten el gusto por la lectura y el aprender cosas nuevas sobre diversas temáticas. Cada una de ellas tenía la capacidad de desplazarse por su cuenta.

La persona más grande del grupo focal tenía 81 años, mientras que la más chica del grupo apenas había cumplido 60 años. Para el presente estudio se les modificaron los nombres a cada uno de los participantes y así poder mantener su confidencialidad, por lo que los nombres presentados a continuación no son los originales.

No fue posible anexar datos referentes a su educación o alguna descripción más profunda de su estado o nivel social, puesto que tanto el coordinador de la Salud en la Gustavo A. Madero como las administradoras solicitaron que eso no se anexará o preguntará para evitar incomodarlos y que se mantuviera su confidencialidad.

## **Características generales de los integrantes con respecto a la participación del grupo a lo largo de las sesiones.**

Con respecto al tema de interés se descubrió que todos los participantes cuentan con televisión en casa, y que en su mayoría se trata de televisión abierta, únicamente dos personas cuentan con televisión de paga, pero en ciertas ocasiones ven canales de señal abierta.

En general por día, los participantes del grupo llegan a ver la televisión de 4 a 5 horas aproximadamente, no obstante, hay al menos dos personas que la ven por una o dos horas; usualmente dividen ese horario de la siguiente forma por la mañana se dedican a ver noticias u algún reportaje y por la tarde noche a ver novelas o películas; explican que lo hacen en ese horario puesto que es cuando pueden estar tranquilas, sin que se les interrumpa, además de que en los horarios nocturnos pasan la mejor programación de acuerdo a ellos.

Al poder tener un espacio para conocer un poco su contexto Los canales que más ven son: el canal de las estrellas, el once, el veintidós y el canal trece.

Con respecto a la dinámica dentro del grupo, se consideró necesario aclarar la participación de las personas que conformaron el grupo, puesto que a partir de ellas se fue mejorando o cambiando la estructura establecida con anterioridad.

Dentro del grupo la persona que más participó fue la maestra de lectura Claudia, ella tiene aproximadamente año y medio asistiendo a la estancia, lo hace dando su opinión o rescatando algún punto de vista de todos los temas que se pudieron abordar a lo largo de las sesiones, en algunas ocasiones las personas que conforman el grupo de lectura le hacen preguntas o buscan su aprobación por lo que ella resulta ser una persona central en el grupo pues es una de las que saca a relucir el tema de la sexualidad de forma abierta, dando pauta a que pueda indagarse de forma directa el tema.

En participaciones le siguen Maestra Renata, encargada de las clases de repujado, Rosaura, Lupita y Sergio ellos se encargan de impartir la clase de danzón y en la estancia tienen dos años; Gonzalo, Elsa, Miguel, Cecilia, las que casi no participaron fueron Teresa, Guissel y Berenice, al intentar hacer que participaran solo afirmaban lo dicho por otra persona diciendo “pus sí así como dice ella”, o con la cabeza, Berenice y Teresa llegaron a comentar que ellas preferían escuchar y que de esa forma aprendían, que no tenían muchas ideas y que por eso no comentaban algo; Guissel dijo que muchas veces pensaba en muchas cosas y que no sabía cómo expresar sus ideas y que por eso prefería quedarse callada para seguir analizando lo que los demás decían, también se notó es que en un principio se veían tensas en sus posturas, las tres al expresarse se ponían nerviosas y

comenzaban a reír; realizaban comentarios breves y no volvían a participar en toda la sesión; junto con las personas del grupo se les invitaba a que participaran, diciéndoles que no había respuestas correctas o incorrectas, los del grupo decían que estaban ahí para aprender que no pasaba nada, principalmente la que las instaba era una servidora y la maestra de lectura, con la que ellas tienen clase, no obstante se mantuvieron sin participar demasiado, lo que sí se modificó fue que su postura, pues en la sesión dos ya era mucho más relajada que al principio.

### **Descripción del escenario - Estancia de la Sabiduría Atenea**

La estancia es un espacio público, construida por el gobierno del Distrito Federal en julio del año 2013; las personas que ingresen deben tener la edad de 60 años en adelante; para que se pueda ingresar a las instalaciones es necesario hablarle al policía que se encuentra dentro de un módulo de vigilancia. Una vez abierta la reja las personas deben registrarse en un cuaderno, en las hojas hay cuatro columnas en cada columna anotan los datos correspondientes: su nombre completo, horario de entrada, la actividad a la que se dirigen y al salir registran la hora de salida. Asisten alrededor de 100 personas a la estancia, considerando el turno matutino y el vespertino.

Dentro de la estancia se desarrollan diferentes actividades, entre las que se incluyen: el danzón, un grupo de lectura, tanatología, yoga, gimnasia cerebral, francés, inglés, pintura, repujado y canto.

### **Procedimiento**

Se comenzó a buscar información de diferentes centros de atención para adultos mayores en la Ciudad de México y de entre ellas se realizó la selección de la Estancia, por varias razones, una fue su cercanía y con ello se facilitó las visitas y el traslado del material ocupado; además por ser de las pocas en su tipo, es decir, no es considerada albergue o casa hogar, sino un lugar donde las personas pueden salir y entrar en cualquier momento, dependiendo de las actividades que cada una realice, y del interés que cada persona presenta para llevarlas a cabo, permitiendo con ello que las personas seleccionadas para el

grupo focal tuvieran la oportunidad de estar más en contacto con la difusión de los diferentes comerciales transmitidos en la televisión con señal abierta y no únicamente que su contexto fuera el lugar para adultos mayores dónde, en ciertos casos el uso de la televisión no está considerada o se encuentra limitada a cierta programación y horario. Para llevar a cabo ésta selección se consultó en la página Instituto para Adultos Mayores del Distrito Federal (IAAM), dónde se muestra un listado de albergues, casas hogar, asilos, casas de día y estancias existentes en la Ciudad de México.

Para llevar a cabo el proyecto dentro de la estancia, fue necesario realizar una visita formal donde se solicitó hablar con las administradoras de la misma, las cuales a su vez explicaron que como era una institución gubernamental que maneja datos personales de cada uno dentro de la institución se debía realizar un escrito dirigido al encargado de la salud en la delegación Gustavo A. Madero, encargado de administrar las cuestiones de la estancia, en este se debía solicitar permiso para llevar a cabo las sesiones dentro de la estancia y también para grabar en audio las sesiones.

Se visitaron así las oficinas de la Delegación Gustavo A. Madero y el departamento correspondiente entregando el escrito a las secretarías del encargado y posteriormente se le presentó el proyecto de forma personal. Una vez aclarados los alcances de la investigación se me proporcionó el mismo escrito redactado con el sello y la firma del encargado.

Se regresa a la administración de la estancia con estos documentos juntamente con los objetivos, las administradoras solicitaron no se extendiera demasiado para no interrumpir con las actividades de las personas que asistieran; por lo que se buscó que el programa tuviera una duración de cinco sesiones para la obtención de información.

El programa elaborado y presentado originalmente tuvo que ser modificado al aplicarlo con el grupo, en primera porque se buscaba que las sesiones fueran continuas y adicionalmente en la sesión número cuatro, debido a que el grupo mostró resistencia a la exposición de los comerciales y por ende a la dinámica que se estaba desarrollando. Por lo que a continuación se presenta el programa que fue aplicado y no el estructurado en un principio. Este se planeó para 5 días hábiles, los cuales fueron considerados por las actividades de las

personas participantes, quedando programadas únicamente los días martes y jueves, es decir fueron dos semanas un día realizadas por la tarde, en un horario de 16:00hrs a 17:45hr. La duración de cada sesión fue de **1hr 45min**. Es necesario añadir que las sesiones estaban consideradas para una hora, sin embargo, por la extensión de algunas ideas, o por la participación de los integrantes se contempló más tiempo, llegando incluso a alcanzar las dos horas en dos sesiones.

### **Descripción del programa de actividades**

La descripción del programa que se desarrolló con el grupo se describe a continuación. Cada sesión cuenta con tres apartados principalmente, el primero consiste en una actividad inicial, con el objetivo de crear con ella una atmosfera que permita la fluidez de las opiniones de los participantes de forma relajada y así puedan ser más apegadas a su vida cotidiana como establece Hamui y Varela (2012); posteriormente se desarrolla las actividades ocupadas específicamente para la recopilación de datos sobre los temas de interés en la presente investigación, donde se incluyen las preguntas relacionadas con el tema; en la sesión dos y tres e incluye la presentación de los comerciales correspondientes. Finalmente se estableció un tiempo de cierre de la sesión.

#### **1. Primera sesión**

##### Objetivos de la sesión

- Establecer el primer contacto con las personas que decidieron participar en el proyecto de investigación.
- Presentar los lineamientos y las actividades a realizar.
- Conocer el entorno donde se desenvuelven los participantes partiendo de ciertas preguntas

##### Materiales

- Canción de El Ruletero en algún dispositivo que reproduzca música
- Hojas Blancas
- Lápices

### Actividades Iniciales. Duración 25 minutos

Se realizó una presentación del trabajo de investigación para obtener el título de psicología estableciendo que el objetivo principal era conocer sus puntos de vista sobre algunos comerciales de la televisión. Se mencionó la institución educativa; así mismo se les presenta la hoja que contenía el consentimiento informado, donde se les aseguró que sus datos personales serán confidenciales y se les pedía permiso para usar sus opiniones como información del tema de interés, al igual que se les informaba que tenía la oportunidad de dejar la investigación libremente si en algún momento así lo decidían.

Después de ello, se inició con la presentación para generar un ambiente adecuado a lo largo de las sesiones al nombrar a cada integrante por su nombre al pedirle su punto de vista en cada ejercicio, para lo cual se decidió realizarlo por medio de la canción llamada “el ruletero” de Damaso Pérez Prado; puesto que se pensó que era una con la que podrían estar familiarizados y que además permitía el ejercicio de forma dinámica.

- Descripción de la actividad

Se inició formando un círculo de todos los miembros del grupo estando de pie, así mismo, se les preguntó si conocían o habían oído la canción en algún momento, unos la conocían pero otros no, por lo que se les reprodujo en un celular para que la escuchasen.

Posteriormente se les explicó que debían seguir el ritmo de la misma para que pudieran presentarse ante los demás integrantes del grupo, para poner el ejemplo una servidora inicia con la presentación y después continua la persona ubicada de lado derecho, cada uno tenía que retomar esta parte de la canción: “Yo soy... y los demás integrantes del grupo preguntaban al unísono ¿Quién? Y cada persona cambiaba la expresión “el ruletero” que se escucha originalmente en la melodía por su nombre. Así se presentó cada uno desde su lugar moviendo las manos al ritmo de la música.

A continuación se procedió a mostrarles algunos lineamientos, escritos a mano en una cartulina con letra grande, que permitieran una adecuada interacción entre el grupo; estos fueron:

- a) Cada opinión es importante

- b) Cualquier opinión es bienvenida.
- c) Cualquier comentario emitido será respetado.
- d) Se puede preguntar.
- e) Para hablar hay que pedir la palabra.

Actividades de recolección de datos. Duración 70 minutos

Para esta sesión se busca conocer el contexto de las personas respecto a su dinámica al ver televisión, conocer el horario en que lo hacen, así como conocer un poco del entorno donde se desenvuelve día a día cada integrante.

Para ello se utiliza la actividad nombrada “Dibujando la respuesta”

Descripción de la actividad

Por medio de las siguientes preguntas:

- ¿Ven televisión?
- ¿En qué horario y que días suelen verla?
- ¿Cuánto tiempo llegan a verla?
- ¿Qué canal les agrada más? ¿Por qué?
- ¿Qué programas les gustan?
- ¿Con quién o quiénes la ven?

Se buscó conocer si los participantes veían la televisión, el tiempo que le dedicaban y los canales y programas que más frecuentan; para contestar cada una, se les entregó un lápiz y una hoja de papel, la cual dividieron en seis recuadros por medio de algunos dobleces, cada espacio correspondía a una pregunta; posteriormente se les explicó que las preguntas no serían respondidas con palabras, sino con un dibujo.

Una vez terminadas todas las preguntas se le solicitó a cada participante que explicara sus dibujos.

Cuando finalizaron todas las explicaciones del grupo se les pidió que cerraran sus ojos y así con los ojos cerrados que recordaran algunos comerciales antiguos, que trajeran a su mente la música, lo que anunciaba y las personas que aparecían dentro del comercial; cuando recordaron el comercial levantaron la mano para indicar que ya tenían el comercial o

comerciales en mente y después de ello abrieron los ojos y se procedió a realizar las siguientes preguntas:

- ¿Qué comerciales recordaron? Y ¿Por qué los recuerdan?
- Desde su perspectiva, ¿Han cambiado los comerciales de antes a los de ahorita?
- ¿Actualmente hay un comercial que recuerden más? ¿Por qué?
- ¿Qué piensan de los comerciales?

Todo ello para conocer si en algún momento un comercial había influido en las cogniciones de los participantes, fuera uno de hace algunos años o que ya tuviera más tiempo, y si así lo fuera poder conocer el por qué, además de ver si podían existir una relación entre los comerciales que se les presentaría en sesiones futuras y de igual manera con respecto a su sexualidad.

#### Cierre de la sesión. Duración 10 minutos

Para poder con la sesión se retomaron aspectos sobresalientes durante la misma y se les pidió a cada uno sus conclusiones sobre esos temas, dentro de ellas compartieron lo que les había parecido la sesión y lo que había llamado su atención.

## **2. Segunda sesión**

#### Objetivos de la sesión:

- Identificar los estereotipos entorno al género femenino.
- Identificar esquemas sobre la imaginación, deseo, deleite de los sentidos.

#### Materiales para la sesión:

- Computadora
- Cañón
- Bocinas

### Actividad Inicial. Duración 15 minutos

Para dar inicio con la sesión se inicia con una dinámica de relajación para que las personas quiten la tensión que pusieran presentar y con ello promover la expresión de sus ideas de forma clara y tranquila.

- Descripción de la actividad

Una vez que estuvieron sentados los miembros del grupo, se les dio las siguientes indicaciones: Les voy a pedir que en su asiento tomen una posición cómoda para ustedes, sin cruzar ni brazos ni piernas, ya que estén en una posición cómoda van a cerrar sus ojos e irán siguiendo mis indicaciones para tomar y expulsar el aire. Cada vez que tomen el aire deberán concentrarse en inflar el estómago. Inhalen sostengan y expulsen lentamente por la boca, una vez más inhalen sostengan el aire por dos segundos, uno, dos, y sáquenlo lentamente por la boca.

Terminadas las respiraciones se les pidió que abrieran los ojos y que comenzaran a mover lentamente la cabeza en pequeños círculos hacia la derecha y luego hacía la izquierda; posteriormente se les indicó que estiraran los brazos hacia arriba y bajarlos lentamente. Otro ejercicio fue que tocasen su nariz con la mano derecha y con la mano izquierda toquen la oreja y al escuchar la indicación debían cambiar las manos, es decir, la mano izquierda ahora tocaría la nariz y la derecha el oído, tendrán que ir cambiando las manos en cada indicación.

### Actividades de recolección de datos. Duración 80 minutos

Una vez terminado el ejercicio se procedió a reproducir el comercial llamado: Lección N° 27 “La verde impecable” (P&G, 2015) el cual cuenta con una duración 1:36 minutos y fue transmitido en Abril 2014 en las vísperas para celebrar el mundial de futbol en Brasil. En este comercial se encuentra un hombre con una playera, manchada, de la selección mexicana, para eliminarla, Eugenio Derbez (Presentador en el comercial) invita a “las expertas de lavado” ellas son cinco adultas mayores. Durante el comercial se encuentran elementos de segundo sentido que hacen referencia a varios aspectos sobre la sexualidad, entre los que se encuentran: el deseo, el contacto físico, estereotipos sobre los

adultos mayores cubiertos por aspectos cómicos, diferentes aspectos del rol de género femenino, por hacer mención de los más sobresalientes.

Después de la presentación del comercial se realizaron las siguientes preguntas:

- ¿Recuerdan o han visto este comercial?
- ¿Podrían describirme lo que sucede en él?
- Desde su perspectiva ¿Habla sobre alguna o algunas temáticas en particular?
- ¿Qué les pareció?
- ¿Qué les llamó la atención? ¿Por qué?
- ¿Qué creen ustedes que promociona el comercial?
- ¿Qué comentan las señoras del comercial?
- ¿Qué comentarios hace Derbez?
- ¿Qué no les gusta del comercial?
- ¿A quién va dirigido el comercial?
- ¿Cómo podrían ver otras personas las acciones de las señoras?
- ¿Sería diferente si alguien más promocionará el comercial?
- Si otras personas vieran las actitudes de las señoras cuando le piden al joven que se quite la playera, ¿qué dirían de ellas?
- Al final del comercial se ve que las señoras se le acercan al joven ¿Qué podrían pensar otras personas de las acciones que tienen?

Durante las respuestas de algunas preguntas se retomaron temas de la sesión pasada, puesto que los integrantes volvieron a mencionar aspectos similares, haciendo posible obtener más información al respecto.

Cierre de la sesión. Duración 10 minutos

Se les informó que la sesión estaba por terminar y se empieza a hacer una breve conclusión construida entre el grupo, cuando eso comienza dieron sus opiniones acerca del tema, de la sesión, sobre las preguntas.

### 3. Tercera sesión

#### Objetivos de la sesión

- Identificar los estereotipos que se tienen respecto al género masculino
- Identificar estereotipos de belleza

#### Materiales para la sesión:

- Computadora
- Cañón
- Bocinas

#### Actividad Inicial. Duración 15 minutos

Para dar inicio con la sesión se inicia con una dinámica llamada “El refrán se expresa así”, teniendo el objetivo de fomentar la participación de todos los integrantes del grupo y principalmente aquellos que por alguna razón no lo hacían frecuentemente.

- Descripción de la actividad

Para esta dinámica se formaron dos grupos, con la misma cantidad de participantes en cada uno; la dinámica estuvo conformada por cinco turnos por equipo, los cuales representaron el número de integrantes dentro de los mismos. En cada turno los equipos seleccionaron a un participante, las personas no podían repetirse, éste debía pensar en un refrán, y representarlo, frente al grupo, con mímica y su equipo tenía que adivinar el refrán que representaba, si su equipo no adivinaba el otro tenía la oportunidad de hacerlo; por cada acierto se acumulaba un punto, ganó el equipo con el mayor número de acierto en el refrán.

La participación de los equipos fue alternada, es decir, pasaba un integrante del equipo uno y concluida su participación pasaba un miembro del equipo dos y así hasta que todos hubieren pasado al frente.

### Actividades de recolección de datos. Duración 85 minutos

Una vez terminado el ejercicio se procedió a reproducir el comercial llamado “Cerveza XX: El hombre más interesante del mundo” (Cerveza XX, 2015), cuenta con una duración de 20 segundos, fue transmitido en Abril del 2015.

Dentro de este comercial se observa a un hombre mayor que se encuentra sentado en un sillón de una mesa en un restaurante, flanqueado por dos mujeres jóvenes, a las cuales hace reír con una sombra de conejo creada con sus manos. Cada uno de ellos tiene una cerveza puesta sobre la mesa.

A los integrantes del grupo se les presentó el comercial dos veces, por unas fallas de sonido en la primera vez. Al término de las reproducciones se les empezó a formular las siguientes preguntas:

- ¿Recuerdan o han visto este comercial?
- ¿Podrían describirme lo que sucede en él?
- ¿Qué les pareció?
- ¿Existe algo que les haya llamado la atención? ¿Por qué?
- ¿Algo que les haya gustado?
- ¿Qué creen ustedes que promociona el comercial?
- ¿Qué hay en el lugar?
- ¿Qué están haciendo las personas dentro el comercial?
- ¿Les resulta interesante el hombre que aparece en el comercial? ¿Por qué?
- ¿Qué podrían opinar las personas del señor?
- Si en lugar de ser el “hombre más interesante”, fuera la “mujer más interesante” con dos chicos jóvenes, ¿qué pensarían las personas de ella?

### Cierre de la sesión 5 min

Las conclusiones de la sesión se focalizan en la percepción de los adultos mayores sobre el comercial y emiten su desagrado ante la sesión. En esta sesión el tiempo dedicado

a cierre de la sesión se queda corto, puesto que la administradora de la estancia informa que estaba por cerrarse, dando pie al término de la sesión sin que pudieran todos participar.

#### **4. Cuarta sesión**

##### Objetivos de la sesión:

- Conocer ideas sobre el contacto físico
- Identificar esquemas sobre las muestras de afecto

##### Materiales

- No se ocuparon materiales

##### Actividad Inicial. Duración 15 minutos

Para dar inicio a la sesión se ocupa una dinámica llamada “Cuatro ahh” la cual consistió en que los integrantes del grupo formaron un círculo estando sentados, una vez que el mismo se haya realizado se les dieron las siguientes indicaciones: voy a seleccionar a una persona al azar, esta debe iniciar un conteo diciendo en voz alta el número uno, enseguida quien se encuentre a su derecha continuará con el siguiente número, que sería el dos; y el participante de la derecha, de quien haya dicho el dos, mencionará el número tres y así sucesivamente; sin embargo, cuando se digan múltiplos de cuatro o números que contengan el número cuatro no podrán decirse, en su lugar se debe de gritar o decir ahh y la persona que se ubique junto a ella deberá continuar con el número que le sigue; por ejemplo, uno, dos tres ,ahh, cinco, seis siete, ahh, nueve, etc. Cuando se cometa un error en la numeración deberá iniciarse desde el número uno.

El propósito de esta dinámica fue activar la participación de las personas para que pudiera darse de forma más ágil durante la sesión

##### Actividades de recolección de datos final Duración 80 minutos

Al finalizar con la actividad inicial se recuperan sucesos de la sesión pasada para darles cierre y aclarar aspectos que pudieran ocasionar que en el grupo se presentará un ambiente que los incomodara y ocasionará una barrera al responder las preguntas.

Posteriormente, tomando las características del grupo, se habló sobre un segmento del libro de amor en los tiempos del cólera de García Márquez, en donde los protagonistas de la novela, Florentino y Fermina, en su juventud se mandaban cartas donde manifestaban su cariño, puesto que no podían estar juntos, puesto que por su estatus social de cada uno ocasionando que fuera un amor secreto (Márquez, 1985). Esta obra es retomada puesto habla de la relación en pareja de personas mayores, y de igual forma es un autor que rescatan los participantes en la segunda sesión.

Una vez que se saca a colación el tema de las parejas, se les pregunta ¿Vivieron alguna situación parecida a los protagonistas? ¿Cómo vivieron la situación de pareja? ¿Cómo pueden ver otras personas las acciones de los protagonistas? ¿En que cambian las relaciones actualmente? ¿Cómo viven su situación en pareja?

Así mismo en la sesión se abordaron temas de autoconcepto y belleza, retomando aspectos de la lectura cuando Fermina apaga la luz para ocultar su cuerpo y se les pregunta ¿Qué opinan al respecto? ¿Por qué creen que lo hizo? ¿Qué es la belleza para ustedes? ¿Cómo ha cambiado? ¿Creen que ha afectado la televisión en ese cambio? ¿Cómo se perciben actualmente?

#### Cierre de la sesión 15 min

La temática se fue centrando en otorgar una conclusión sobre la dinámica en pareja y aspectos de la sexualidad como la belleza, la muestra de afecto, el auto concepto; cada participante iba agregando algo para poder concluir, así mismo añaden sus puntos de vista de la sesión.

### **5. Sesión Final**

#### Objetivos de la sesión:

- Concluir temas vistos a lo largo de las sesiones.

#### Materiales:

- Agradecimiento impresos por cada participante

### Actividad Inicial 10 minutos

Para esta actividad se les colocó una serie de estiramientos para el cuerpo, así como de algunas respiraciones. Se les dieron las siguientes indicaciones: primeramente les voy a pedir que estando de pie estiren sus brazos hacia arriba lo más que puedan, sin lastimarse, los bajamos y relajamos, una vez más brazos arriba, pero ahora inhalen al subirlos, sostengan y baje lentamente expulsado el aire por la boca. Bien, ahora pueden sentarse, y estando así, muevan lentamente la cabeza arriba y abajo, suavemente ¡alto! Ahora de lado a lado ¡bien! A continuación les voy a pedir de favor que con su mano derecha toquen la punta de su nariz mientras que con la izquierda tocan su oreja derecha y vamos a cambiar ahora la mano izquierda toca la punta de la nariz y la derecha la oreja izquierda y así van a ir cambiando cuando yo les indique.

### Actividad de conclusión de la recolección de datos 70 minutos

En esta sesión se buscó crear un resumen de las ideas principales en cada sesión, partiendo de las preguntas ¿Sobre qué se ha hablado en las sesiones pasadas?. Conforme se fueron dando los temas tratados, se intentó aclarar algunos puntos sobre las sesiones pasadas.

### Cierre de la sesión 15 min

Dentro este cierre se le extendió un agradecimiento impreso a cada integrante del grupo por su participación dentro del proyecto, en este se colocó el nombre del participante junto con el siguiente texto agradecimiento a... por haber colaborado en proyecto para la obtención del título de psicología en la facultad de estudios superiores Zaragoza. Todo ello con el fin de reconocer la importancia de su participación y corresponder a todas las experiencias y pensamientos que habían compartido

Al finalizar la entrega de los agradecimientos se les pidió que extendieran sus opiniones generales respecto a la dinámica con el fin de identificar las cogniciones generadas a lo largo del proyecto que pudieron ocasionar una apertura o una limitante en la obtención de información.

### **Inicio de las sesiones.**

Para iniciar las sesiones, una de las administradoras de la estancia recomendó asistir unos días antes para que las personas fueran familiarizándose y de esa forma no se sintieran agredidos o pudieran portarse groseros con una servidora, puesto que se trataba de un espacio que consideraban sólo para ellos, y podría resultar invasivo si alguien ajeno a ese contexto se acercara a los grupos sin previo aviso; por lo que se asistió tres días antes de la fecha establecida para el inicio de las sesiones, martes, miércoles y jueves por la tarde en un horario de las 15.00 hrs. a 17: 00 hrs., en ellos se estuvo realizando una breve presentación de mi persona y del trabajo, se les explicaba a grosso modo el objetivo de la investigación, que consistía en conocer sus opiniones e ideas que pudieran tener sobre algunos comerciales de televisión.

Se les explicaba que sus datos serían confidenciales, que se trataba de un proyecto para la obtención del título en la carrera de psicología dada en la Facultad de Estudios Superiores Zaragoza de la UNAM. Se les comentó los días que se llevarían a cabo las sesiones.

Durante ese proceso se recibe una invitación para asistir a un festival interno, para que las personas pertenecientes a los grupos dónde se les había extendido la invitación al proyecto pudieran familiarizarse más y además para que las personas de otros grupos en la mañana pudieran saber sobre el proyecto y si les interesaba pudieran participar.

Se asiste al festival y la presentación la realizaron en primera instancia las administradoras de la estancia y posteriormente se me solicita que me presenté frente a las personas asistentes del festival. Al festival asistieron aproximadamente 80 personas.

El día que se dieron inicio a las sesiones sólo asistió una persona, por lo que el programa planeado no se aplica en esa sesión, pero se indaga sobre el contexto de la persona, sus gustos, sus perspectivas sobre la televisión.

El segundo día asisten cuatro personas únicamente, las cuales fueron invitadas a colaborar por el participante de la primera sesión. Antes de iniciar la sesión, una de las administradoras de la estancia recomienda que invite a participar al grupo de lectura, y que

le explicase a la maestra que era para la obtención de mi título y que era una posibilidad de seguir conociendo sus perspectivas, que si para ello me permitía tener un espacio en sus clases de lectura realizadas martes y jueves, se habla con la maestra del grupo y acepta gustosa, pero explica que ese día no les sería posible participar porque tenían otros planes: Así que dentro de la sesión se decide no iniciar dar inicio con el programa pensado para que los integrantes que se incorporaran posteriormente no se perdieran de la presentación formal y de las demás actividades; por ende se decide conocer sus actividades comunes e indagando la edad en la que comenzaron a ver la televisión, ¿cómo habían vivido esos cambios? Y los programas que solían ver, lo que les dejaron, ¿Cómo perciben ahora la televisión?

Formalmente se llevan a cabo las sesiones programadas hasta el tercer día, con 12 personas voluntarias, se les hace llegar un consentimiento informado para que lo firmaran para hacer constar que sus datos serán confidenciales y que nadie los había obligado a participar, por lo que podían retirarse de la investigación si ellos así lo disponían.

Todos los participantes estructuraban la respuesta a una pregunta partiendo primero de un relato que bien podía ser de su vida cotidiana o de su juventud, hacían comparaciones con el pasado y con lo que viven y hacen actualmente, muchas veces se tenía que replantear la pregunta elaborada inicialmente, rescatando palabras, hechos o contextos mencionados para que la respuesta quedará más clara o incluso pudiera comprenderse el significado de las palabras o cogniciones que surgían en su discurso.

### **Manejo de datos: análisis de contenido.**

Su propia denominación de análisis de “contenido”, lleva a suponer que el “contenido” está encerrado, guardado –e incluso a veces oculto– dentro de un documento físico, el texto registrado o diálogo y que analizando “por dentro”, se puede revelar su contenido de forma que una nueva “interpretación” permitiría un nuevo conocimiento (Piñuel, 2002).

El análisis puede ser temático, es decir enfocado a un tema de interés, clasificando de ese modo todo el contenido y clasificándolo en subtemas; éste tipo de análisis es ocupado principalmente para textos, lecturas, documentos, por mencionar algunos. (Andréu, s.f.)

De igual forma el análisis de contenido consiste en el conjunto de procedimientos que permiten encontrar información latente en los diferentes productos comunicativos (mensajes, textos, diálogos o *discursos*) partiendo de tres diferentes niveles planteados por Krippendorff (1990) y Piñuel (2002):

- Nivel pragmático. Descubre las circunstancias en las que la comunicación tiene lugar. Analiza cómo se toman los turnos dentro de un grupo, o la actividad que permite se vayan presentando diversos datos relevantes para la investigación.
- Semántico. Tiene que ver con el sentido de las palabras, frases o párrafos con el análisis de las categorías o temas propuestos. Se enfoca en el desglose los significados o el sentido que se le da a cada una de ellas.
- Sintáctico. Se interesa por la estructura gramatical de las oraciones, expresadas o escritas, también pretende estudiar la relación entre las estructuras con el tema de interés. Usualmente se encarga de buscar la frecuencia de las frases o palabras.

No necesariamente en un análisis de contenido se busca indagar en los tres niveles, ya que, puede estar enfocado únicamente a alguno de los niveles.

Teniendo en cuenta lo anterior se decidió elegir este método ya que los esquemas son elementos cognitivos no visibles que se encuentran inmersos en los diálogos entre las personas, en las acciones o posiciones que se tiene frente a un tema, que siempre van a estar presentes en las respuestas u opiniones que se tomen frente a determinada situación, como establecen Piñuel y García (2001) la comunicación es un patrimonio cognitivo, que se almacena en la memoria de los sujetos y que se activa cuando estos entran a tomar parte de una interacción comunicacional en forma de “esquemas previos” que no tienen límites exactos, sin que, necesariamente, sean descubiertos a primera vista, puesto que son estructuras profundas de las que uno puede percatarse únicamente prestando atención a las frases y actitudes que toma una persona.

Es así que en el presente trabajo se buscan: conocimientos y estereotipos sobre la sexualidad, la conceptualización de sexualidad para las personas, ideas sobre la belleza y el autoconcepto con base a la etapa de desarrollo en que se encuentran.

El análisis de contenido se realizó en el niveles semántico y pragmático, ya que se busca principalmente los significados de las frases expresadas, la influencia de los comerciales y los esquemas que permean cada una de ellas, así como en aquella pregunta o comentario involucrado dentro de ese contexto que permite que se vayan realizando las diversas participaciones del grupo; y no tanto la estructura gramatical y la composición de las oraciones, de igual forma, no se pretende buscar la frecuencia en la que aparecen las ciertas palabras.

Para poder realizar el análisis se acude a los audios grabados por sesión, retomando los diversos diálogos dados por los participantes para posteriormente colocarlos, conforme a las categorías establecidas con anterioridad, en diferentes cuadros. Cada uno desglosa las estructuras encontradas.

## **Resultados**

Para presentar los datos obtenidos a continuación se rescatan frases y experiencias de los participantes, que permitieron realizar el análisis de los resultados conforme a lo que establece Krippendorff (1990) y Piñuel (2002), a nivel semántico por la búsqueda de significados, cogniciones y esquemas, en cada una de las categorías planteadas con anterioridad. Así como a un nivel pragmático, referente a la participación de algún integrante del grupo que dio pauta a una respuesta significativa en el presente trabajo; ambas manifestadas con sus palabras o sus acciones. No obstante, no sólo se plasma el contenido establecido inicialmente, sino que se anexan temáticas descubiertas en el proceso.

Es importante aclarar que a pesar de que la mayoría de los integrantes del grupo participo en dar las respuestas a cada una de las diferentes preguntas formuladas sólo se retoman líneas o fragmentos de algunas personas con las que coincide el grupo. Las

respuestas retomadas para la presente investigación fueron sometidas a análisis por lo que continuación se toman en cuenta las acciones y frases expresadas por los participantes y no exclusivamente sus palabras, pues para poder obtener su significado y toda la riqueza obtenida en los datos encontrados usar únicamente palabras limitaría el análisis.

Cada apartado tiene un subtítulo asignado de acuerdo al contenido de su discurso y teniendo siempre en cuenta las categorías asignadas con anterioridad, aunque también se presentan cuadros con datos que no estaban contemplados dentro de la investigación, pero se consideraron relevantes colocarlos, permitiendo así un mayor conocimiento con respecto al contexto de los integrantes del grupo.

En la parte inicial de cada tabla aparece el nombre de la categoría a la que corresponde, posteriormente se desglosa el contenido relacionado a esa categoría. Para facilitar el análisis del contenido cada categoría, tanto de la sexualidad como de la cognición se subdividió en diferentes subcategorías marcadas por las columnas de las tablas.

Lo que se rescata en cada categoría fue recopilado a lo largo de las diferentes sesiones, es decir, las respuestas no se obtuvieron en una sola sesión. A pesar de que se rescata a lo largo de las sesiones no en todas las sesiones se habló sobre todos los temas. Para evitar colocar en cada diálogo el nombre modificado de cada participante, se ocuparon únicamente las dos primeras letras del nombre, quedando de la siguiente manera: Maestra Claudia (MC) Maestra Renata (MR), Rosaura (Ro), Lupita (Lu), Sergio (Se), Gonzalo (Go), Elsa (El), Miguel (Mi), Cecilia (Ce), Teresa (Te), Guissel (Gu) y Berenice (Be).

En algunos cuadros se encontró una diferencia entre lo que manifiestan los hombres de las mujeres, por lo que dentro del esquema encontrado se especificará con una M al final si fue algo referente a lo que las damas manifiestan, mientras que se colocará una H si perteneció a un esquema planteado por los hombres; en dado caso que el esquema haya sido por ambos se colocará una M&H al final de cada uno. Estas siglas estarán marcadas al final del esquema dentro de un paréntesis con letra mayúscula.

### Sexualidad Psicológica

Las siguientes tablas corresponden a la categoría de **Autoconcepto** se distribuyen de la siguiente forma: primeramente el número de la sesión a la que corresponde cada cognición manifestada por los participantes, en segundo lugar la pregunta, actividad o comentario que dio pauta a esa cognición manifestada, la tercera corresponde a las cogniciones de los participantes, enseguida las acciones o pensamientos actuales que tienen las personas y por último el esquema que las engloba

#### 1.1 Tabla Auto concepto/ 1er esquema encontrado

Categoría: Autoconcepto regido por el esquema la edad permite un crecimiento intelectual				
Nº Sesión	Actividad, pregunta o comentario que detona la respuesta	Cogniciones manifestadas	Acciones y/o pensamientos actuales	Esquema encontrado
2	Pregunta: ¿Me gustaría saber para ustedes que es la sexualidad?	“Casi nunca se habla de la regla delante de un hombre, sin embargo hoy lo pudimos hacer, porque creo que la edad nos permite eso” Ce	“Entre nosotros no cabe tanta ignorancia, ya no.” Lu	La edad permite un crecimiento intelectual (M&H).
2	Pregunta: Ahora me gustaría conocer algo por parte de los hombres ¿había algo en específico? Nivel pragmático: Este comentario parte de la explicación que dan los hombres respecto a cómo era para los hombres hablar de sexualidad.	“...había mucha ignorancia la verdad, hoy por lo que yo he leído, he estudiado, por lo que yo he aprendido...”Se “...Nadie, nadie a mí me dijo, todo esto se tiene que ir adquiriendo por el medio que le permite a uno cometer errores con los amigos...”Mi	“...yo sigo leyendo, me gusta conocer sobre nuevas cosas” Go	
3	Actividad: Obtención de información partiendo del comercial de cerveza XX Nivel pragmático: la señora Guissel dice “todos somos iguales y lo que importa es la educación”	“Si y lo que también va ayudando a que no seas tan elitista es la edad...” “Entra uno en las etapas donde antes yo nunca, pero como ahora sí...” MC (“Si eso es verdad” Gu)	...entonces ahora dos rayitas le voy a bajar a mi ego y a mi pretensión MC	

Categoría: Autoconcepto regido por el esquema importa más como me sienta y la actitud que se tome que la edad...				
Nº Sesión	Actividad, pregunta o comentario que detona la respuesta	Cogniciones manifestadas	Acciones y/o pensamientos actuales	Esquema encontrado
2	Actividad: Obtención de información partiendo del comercial Lección N° 27 “La verde impecable” Pregunta ¿Qué piensan del comercial?	“y yo creo que todo lo podemos hacer, mientras nosotros lo podamos hacer y mientras tengamos dos manos para trabajar” Lu.	“Yo sigo cuidando de mi persona, haciendo cosas en mi casa” Lu. “Se sigue aprendiendo” Se	Es más importante la actitud de aceptación que se tome con la edad hacia su persona antes que lo que opinen las demás personas (M&H).
3	Actividad: Obtención de información partiendo del comercial de cerveza XX Nivel pragmático: la señora el establece que el comercial marca una diferencia de clases	“... Yo no vengo o ando diciendo hay mira ese su suéter ... pues así le gusta así como a mí me gusta mi playera estampada y así me siento feliz” Ro	“todas las mañanas cuando abran los ojos véanse en el espejo, y así con las lagañas colgando digan que chula amaneciste (se da un beso) y así es como yo te quiero, dense un abrazo afectivamente, yo normalmente lo hago.” MC	
3	Nivel pragmático: “Lo que también va ayudando a que no seas tan elitista es la edad...” MC	“Más que nada es también como me sienta” MR (“Lo principal es eso” Mi) “No es como me ven sino como me siento y que los demás me acepten como soy y como estoy” Ro “También la actitud, que vienen de los buenos pensamientos...Los buenos pensamientos te dan una actitud buenísima” MR		
4	Actividad Obtención de información partiendo de la mención de un fragmento del libro “El amor en los tiempos del cólera” Pregunta: ¿Cómo se sienten en esta edad?	“...Se está en una disposición de disfrutar la vida” El “Me siento feliz con la persona que soy” Lu (“y yo también” Se y yo El, Mi, MC, Gu, MR, Te) “Yo he sido muy observadora y a mi difícilmente se me olvida algo, estoy tan lucida” MC LU Somos dos El. Tres MR Yo la verdad no soy tan observadora y se me van las cosas Ro Yo la verdad soy bien despistada	“si no, no podría apoyar a mis nietos ni tener buenas amistades, porque me alimentan de su energía buena, pero yo también estoy dando mi energía” MR	

Tabla 1.3 Autoconcepto/ 3er esquema encontrado

Categoría: Autoconcepto regido por el esquema de que las personas de la tercera edad aún son activos				
Nº Sesión	Actividad, pregunta o comentario que detona la respuesta	Cogniciones manifestadas	Acciones y/o pensamientos actuales	Esquema encontrado
1	Pregunta: ¿Qué opinan sobre los comerciales actualmente? Nivel pragmático: se hace mención del comercial “hazlo seguro” y explican que se les puede decir a los hijos que pongan atención al contenido de lo que se muestra.	“...bueno nosotros ya estamos en la etapa de abuelas...” MC		Se consideran personas activas, que buscan seguir aprendiendo de la vida (M&H).
3	Después de presentar el comercial de la Cerveza XX manifiestan que se están percibiendo por parte de la investigadora como agentes pasivos	“yo me remontó a tu edad o más años atrás, de 15 años y uno piensa hay los viejitos, son los que están en el rincón, a lo mejor porque yo vi a mi abuela de niña porque no había estos grupos...” El		
5	Actividad: Aspectos de conclusión recolección de datos  Nivel pragmático: Comentario sobre la tercera sesión y la dinámica en dónde consideraron que se les veía pasivos	“...ustedes los jóvenes piensan que nosotros los viejos no sabemos nada” MC  “yo creo que la diferencia de abuelos es que antes nada más los veíamos que se sentaban y ahora la misma sociedad los ha cambiado por que ahora son abuelos activos” Mi  “los tiempos han cambiado y nosotros hemos levantado esa bandera, porque hay algunas personas que piensan que los adultos mayores como nosotros ya no tenemos nada que manifestar” Se “Hay muchas cosas de que hablar” Ro	“A mis compañeritas yo les digo ah miren me llegó un whats y dicen ah no nosotros no tenemos y les digo traten de ponerse al día con un medio de comunicación tan importante” MC “... Hasta quiero abrir mi Instagram” MR	

Las siguientes tablas corresponden a la categoría de **Erotismo** se distribuyen de la siguiente forma: primeramente el número de la sesión a la que corresponde cada cognición manifestada por los participantes, en segundo lugar la pregunta, actividad o comentario que dio pauta a esa cognición manifestada, la tercera corresponde a los recuerdos manifestados por los participantes, enseguida las cogniciones manifestadas y por último el esquema que las engloba, no obstante en dos cuadros fue necesario anexar una columna para las acciones o pensamientos actuales y por último el esquema que las engloba

Tabla 1.4 Erotismo/ 1er esquema encontrado

Categoría: Erotismo				
Nº Sesión	Actividad, pregunta o comentario que detona la respuesta	Recuerdos manifestados en relación a la actividad, pregunta o comentario	Cogniciones manifestadas	Esquema(s) encontrado
2	Actividad: Obtención de información partiendo del comercial Lección N° 27 “La verde impecable “ Pregunta ¿Además de estar promocionando el producto notan algo más? Nivel pragmático “Aquí las señoras muestran su sexualidad...” Se	“...a mí me dijo una personita que horas antes de morir su padre de 90 años, el murió a las once de la mañana y a las ocho de la mañana le agarro el seno a una persona que le estaba limpiando, una enfermera que estaba limpiando y corrió la muchacha como loca, la muchacha le dijo disculpe por lo de mi padre y la enfermera le dijo no se preocupe, ni modo de regañar a mi padre a la hora de morir” Go	“...El hombre a su edad tenía ese deseo... diferentes compañeros de vida que nunca me han dicho que su límite no es la edad” Go  “...para mí no hay edad de la sensualidad, lo que yo pienso en es que el amor la sensualidad, el sexo pues en otra palabra, no hay edad” Lu	El deseo y el deleite de los sentidos se mantienen con el transcurso de los años (M&H).  Hablar de esos temas es más accesible si los manifiesta un hombre (H&M).
	Pregunta: ¿Cómo podrían ver otras personas las acciones de las señoras?		“...hay personas, que sin generalizar, que van con su esposo y se enojan porque voltean a ver un rostro bonito, una presencia delicada, un cuerpo bien marcado, que a lo mejor nosotros en esta época ya no lo tenemos , pero no tiene nada de malo que volteen a verlo” MC “ni en la mujer no el hombre tiene porque terminarse el gusto por algo atractivo” MC, Lu	

Tabla 1.5 Erotismo/ 2do esquema encontrado

Categoría: Erotismo				
Nº Sesión	Actividad, pregunta o comentario que detona la respuesta	Recuerdos manifestados en relación a la actividad, pregunta o comentario	Cogniciones manifestadas	Esquema encontrado
3	Actividad: Obtención de datos por medio del comercial Cerveza XX “El hombre más interesante del mundo” Pregunta: ¿Qué podrían opinar las personas del señor?	Cuando el señor Gonzalo al término de la sesión 2 manifiesta esta idea, basándose en un libro de Gabriel García Márquez llamado memorias de mis putas tristes, las señoras que se encontraban presentes comenzaron a incomodarse pues el señor comienza a explicar que es una historia en donde la fantasía del protagonista, él cual es una persona mayor, es tener relaciones con una chica virgen, explica que la temática es interesante pues deja de manifiesto que la sexualidad y el deseo no tienen edad, pero al estar describiendo la temática, las señoras comienzan a platicar en un tono de voz elevado, y una de ellas comienza a repartir separadores dándole la espalda al señor, cada vez levantan más el volumen las señoras pero a pesar de ello el señor sigue explicando, cuando de repente una señora se volta y responde que a pesar de ya estar viejitas ellas siguen teniendo pudor, el señor se sorprende de la respuesta y contesta que él no estaba diciendo nada malo, la señora le da la espalda y el señor decide dejar de hablar sobre ello.	“también personas de la tercera edad que todavía puede andar con chicas” Ro, Go	Los hombres mayores pueden presentar interés en mujeres jóvenes (H).
	Pregunta: ¿Les resulta interesante el hombre que aparece en el comercial? ¿Por qué?		“lo quieren manejar como interesante por el dinero y por eso lo siguen las muchachitas “ El “Sí, pues con dinero baila el perro” Gu “ Yo quisiera ver a ese mismo señor salido de obrero con su overol manos callosas y sin dinero y además con olor nada deseable y a ver si se le cercan (risas de las mujeres) no digo de 25 y las de 35 tampoco y mucho menos nosotras " MC	Las jóvenes se fijan en las personas mayores por dinero (M).

## 1.6 Tabla Erotismo / 2do esquema encontrado

Categoría: Erotismo					
Nº Sesión	Actividad, pregunta o comentario que detona la respuesta	Recuerdos manifestados en relación a la actividad, pregunta o comentario	Cogniciones manifestadas	Acciones y/o pensamientos actuales	Esquema encontrado
4	Actividad El amor en los tiempos del cólera, eso establece un contexto con respecto a los protagonistas de la obra pero me gustaría preguntarles a ustedes ¿Cómo eran sus relaciones amorosas?	“A mí me gustaba salir a caminar, pasear por algún parque” Se	“Yo era de escribir con respecto a la cita que habíamos tenido y a la siguiente cita yo llevaba unos pensamientos relacionados con la tarde que estuvimos” Se “Antes era la poesía” MR	“Nosotros como pareja estamos bien... seguimos bailando, tenemos como pareja de baile 5 años” Se y Lu	La base principal para una buena relación en pareja es tenerse respeto mutuamente (M&H).
		“para que a mí me dejarán salir tenía que cargar con mis hermanas, a mí me tocó incluso ir a la feria, para salir con el joven a la feria, y no le hice caso porque siempre les daba a mis hermanas, para que estuviéramos los dos platicando, para que se subieran a la feria” Lu	“Yo pienso que la prioridad son los valores, el respeto, porque muchas veces puede haber la atracción física y se ilusionan se enamoran...pero si no se mantiene el respeto, la confianza, el enamoramiento se enfría... Yo siempre he creído que el amor se transforma para que pueda ser perdurable en cierta crisis... yo no me case enamorada, (MC Yo tampoco; ni yo Gu)...pero el respeto tiene mucho que ver (Lu , sí es la base)” El Ro es que habiendo respeto desde un principio, pero si desde el principio es la falta de respeto, tú me ofendes yo te ofendo	Con mi pareja llevo 37 años de casada... lo conocí en una fiesta de mi hija... no les voy a decir que todos los días son dulzura porque sería mentirles hay ratos en que no mas quiero darle dos vueltas al pescuezo, pero cuando yo pongo las cosas en una balanza, se inclinan en lo mejor y lo peor se queda corto; además nunca nos hemos dicho una mala palabra y nos respetamos... quiero mucho a mi pareja...MC	

Tabla 1.7 Erotismo 4to y 5to esquema encontrado

N° Sesión	Actividad, pregunta o comentario que detona la respuesta	Recuerdos manifestados en relación a la actividad, pregunta o comentario	Cogniciones manifestadas	Acciones y/o pensamientos actuales	Esquema encontrado
4	Nivel pragmático: “El amor se transforma para que pueda ser perdurable en cierta crisis...” El		El amor era de llevarse con mucho cuidado y con mucha discreción era muy recatado” MC “El amor no tiene edad” MR		
			“Para mí el amor no todo felicidad, tienes que sufrir, te tienes que caer para poder decir esto si esto no, el amor se tiene que sufrir para poder disfrutar” Go	“con mi esposa nos tenemos que caer para poder mejorar, ver las cosas...” go	En el amor se tiene que sufrir para poder disfrutarlo (H).
5	Pregunta: ¿Qué aspectos debe tener una persona para que les resulte atractiva?	“antes veías a un chavo con su pantalón( LU a la cintura) bien planchado su camisa por dentro así limpio planchadito Ro “antes veías la figura de un hombre, los veías acinturados, pomposos” Lu “Y los caballeros de antes eran limpios, peinados, los dientes...”MC	“Y decías que chavo tan guapo...” Ro “huy y a mí en lo personal era lo que me podía encantar de un hombre” Gu “antes volteabas a ver los zapatos de un hombre, porque te decía mucho de su persona” MR	“y ahora no todos guandafones, descuidados pues” Bl “Ahora las chicas no se fijan en si un hombre está limpio” Ro “Y ahora aunque estén pomposos no se les ve porque traen el pañal colgando” Lu “Ahora están peor que los niños con su pañal Ce”	Una persona arreglada, preocupada por su ropa y aseo personal resulta ser una persona atractiva (M&H).
		“parte de los consejos que me dio mi mamá: fijate que no se le vea la etiqueta, porque es una mujer descuidada, pero sobre todo que fueran bien arregladitas” Mi	“Parte del atractivo de la dama es su forma de vestir, yo siempre me fije en damas que anduvieran presentables, yo también tenía que estar presentable...también la forma de hablar es muy importante, puede haber una persona muy bien vestida pero su forma de expresarse no va de acuerdo con su ropa.” Se	“Y ahora las damas son muy descuidadas y mal habladas ” Mi “sí como que no se ve bien que una mujer use groserías para expresarse” Go	

Las siguientes tablas corresponden a la categoría de **Belleza**, se distribuyen de la siguiente forma: primeramente el número de la sesión a la que corresponde cada cognición manifestada por los participantes, en segundo lugar la pregunta, actividad o comentario que dio pauta a esa cognición manifestada, la tercera corresponde a los recuerdos manifestados por los participantes, enseguida las cogniciones manifestadas, posteriormente las acciones o pensamientos actuales que tienen las personas y por último el esquema que las engloba

Tabla 1.8 Belleza

Categoría: Belleza					
Nº Sesión	Actividad, pregunta o comentario que detona la respuesta	Recuerdos manifestados en relación a la actividad, pregunta o comentario	Cogniciones manifestadas	Acciones y/o pensamientos actuales	Esquema encontrado
2	Actividad: Obtención de información por medio del comercial lección 27 “la verde impecable” Pregunta ¿Qué les refleja el comercial?	“...Para mí ver un cuerpo desnudo para mí es un arte, yo así lo aprendí y lo sigo viendo igual, ahora sí que no me espanto ni nada porque yo pose... Lu	“...así que es una cosa hermosa todo eso” Lu  “...tanto como se es joven, tanto como es adulto la belleza de la mujer, siempre va a ser la belleza” MR  “Una mujer sigue siendo bella... Se		El cuerpo humano es bello en sí mismo, sin importar la edad (M).  Se habla de belleza al hablar de mujeres (M&H).

Tabla 1.9 Belleza

Categoría: Belleza					
Nº Sesión	Actividad, pregunta o comentario que detona la respuesta	Recuerdos manifestados en relación a la actividad, pregunta o comentario	Cogniciones manifestadas	Acciones y/o pensamientos actuales	Esquema encontrado
4	Pregunta: ¿Antes cuáles eran los parámetros de belleza?	<p>“Algo que distinguía a una mujer antiguamente era usar media de raya (todas si eso sí)... porque eso era un signo de elegancia y distinción en la mujer... Se distinguía a la mujer joven de la mujer de respeto, nadie decía ni de la viejita, ni del adulto mayor no, era de la mujer de respeto; porque la joven usaba medias de nylon y las adultas usaban la media de popotillo” MC</p> <p>“Una cosa que distinguía a la mujer era la media de raya” MR</p> <p>“La crinolina se ocupaba mucho en mis tiempos” MC si también la llegue a usar MR, Lu</p> <p>“No, para mí los vestidos de línea A...Yo usaba vestidos y mi mamá me hacía mis cinturones” ” Ro</p> <p>“Los varones con sombrero y siempre con los zapatos boleados...”</p> <p>“ Se</p>	<p>“Y ahora te volteas a ver para ver como veo, aunque nadie te volteé a ver pero yo me veo yo, yo ... porque es lo que te proyecta la persona, los años que tenga pero es algo de acá dentro que se proyecta” Ro</p> <p>“si me pongo algo para resaltar lo poco que me queda hasta yo me siento a gusto, pero sino voy a estar(hace movimientos de estarse bajando la falda)porque uno mismo sabe que no le queda” El</p> <p>“belleza va como con la moda” Lu</p>	<p>“ahora hay muchas señoras que no se visten conforme a su edad” Gu</p> <p>“...si se respetara todas se lucirían, de acuerdo a la forma de uno” El</p> <p>“La moda lo que te acomoda” MC</p> <p>“...perdón pero lo demás cada quien que se vista como quiera, si alguien viene vestida con un top así, pues hay que respetarla, no soy yo es ella, bueno mi punto de vista” Te</p> <p>“No es que hay edad para todo” Gu</p> <p>“Bueno si...la figura no ayuda, por eso la moda lo que te acomoda, de acuerdo a nuestra propia silueta” Bl</p> <p>“</p>	Algo que puede resaltar la belleza de una mujer, es ocupar ropa acorde a su edad y con lo que le siente bien (M).

Tabla 1.10 Belleza

Categoría: Belleza					
Nº Sesión	Actividad, pregunta o comentario que detona la respuesta	Recuerdos manifestados en relación a la actividad, pregunta o comentario	Cogniciones manifestadas	Acciones y/o pensamientos actuales	Esquema encontrado
4	Nivel pragmático: “Antes como dama se preocupaba uno antes de salir el cómo se iba a ver” Ro	“Realmente había mucho recato, no andábamos tapadas, que no se nos veía nada, no con pantalón porque sí, la mayoría de las mujeres ocupábamos falda debajo de la rodilla, calcetas y tenisitos...” MC	“antes a la rodilla pero ahora todo enseñan que falta de respeto para ellas... “Lu	“Ahora Parecen de las que están esperando cliente” Ro (Todas sí)	El no cuidar de tu aspecto, ni dedicarle tiempo a tu persona como mujer es una falta de respeto hacia sí misma (M&H).
5	Actividad: recolección de datos final Pregunta: Retomando lo que se mencionaba con anterioridad ¿Han percibido un cambio en la belleza de las mujeres?	“La falda lo más arriba que se usaba era a la rodilla” MR  “antes te cuidabas de que los señores no se den cuenta de que no tengo la pestaña china, ahora ya no” MC	“ahora ya no salen las damas y se van pintando, arreglándose hay si con los tubos, los chongos, pintándose” Ro “Yo creo que es una falta de respeto a su persona” Gu “Es cuidar de ti mismo en ese tipo de aspectos” Te Lu. Para mi es mi intimidad porque no voy estar exhibiéndome ahí, pintándome “Que falta de respeto para ellas mismas” Mc “Para mi ver a las mujeres que se pintan en los metros o donde sea para mi es falta de respeto para uno mismo” Lu “Sí a tu persona, porque no le dedicas ni 5 minutos a tu persona, como que ya lo dejas al final” Ro “Así como que se quite su babero para ir al mercado” Mi	“Yo cuando veo a una joven ya impecable la felicito, porque deberás tenemos que darnos 5 min para nosotras...” Lu Dedicarle un tiempo a tu persona un rato, estés joven o estés grande... porque yo misma me quiero así que me dedico un espacio para mi sola, aunque no vayas a salir, dedícate un espacio. Gu	

## Sexualidad Social

Las siguientes tablas están relacionadas a los **Roles de género** asignados de acuerdo al sexo de las personas, estas se distribuyen de la siguiente forma: primeramente el número de la sesión a la que corresponde cada cognición manifestada por los participantes, en segundo lugar la pregunta, actividad o comentario que dio pauta a esa cognición manifestada, la tercera corresponde a los recuerdos manifestados por los participantes, enseguida las cogniciones manifestadas participantes, posteriormente las acciones o pensamientos actuales que tienen las personas y por último el esquema que las engloba

Tabla 1.11 Roles de género en la mujer

Nº Sesión	Actividad, pregunta o comentario que detona la respuesta	Acción asignada al sexo	Recuerdos manifestados en relación a la actividad, pregunta o comentario	Cogniciones manifestadas	Acciones y/o pensamientos actuales	Esquema encontrado
2	Actividad: Obtención de información del comercial lección N° 27 “Las expertas de lavado” Pregunta ¿Sería diferente si alguien más promocionará el comercial?	Lavar la ropa	“A mí me tocó vivir con 9 hermanas y no nos permitió porque antes no había toallitas nada,(uno las lavaba, las hacía MC) las lavaba y nos enseñaban a uno a tenerlas relucientes de blancas... y estaba con nosotras para enseñarnos a lavar... pero nunca permitió que la ropa interior nos la lavara nadie, eso era íntimo “Personal, por el amor de Dios” MC (Todas asienten con la cabeza)	“El hecho de que estén ahí las señoras, que ya sean adultas mayores es por que traen el cúmulo de experiencia ellas son la experiencia en cuanto a lavado, en cuanto al conocimiento de productos para lo mismo” Se “Las damas son las que saben más de ello” Go “Nosotras lavamos Be”  “Uno está más familiarizado con el comercial pues es lo que se hace normalmente” Ro	“No obstante todos tenemos experiencia, hasta una joven de veinte años sabe lavar” Te  “hay hombres que lavan mejor que la mujer” MC, Ro, Lu, Ce.	Las mujeres son las que se dedican a lavar la ropa (M&H)

Nº Sesión	Actividad, pregunta o comentario que detona la respuesta	Acción asignada al sexo	Recuerdos manifestados en relación a la actividad, pregunta o comentario	Cogniciones manifestadas	Acciones y/o pensamientos actuales	Esquema encontrado
3	Actividad Obtención de información partiendo del comercial Cerveza XX “El hombre más interesante den mundo” Pregunta ¿Qué opinan sobre este comercial?	Lavar la ropa		...Yo lo veo mejor en el otro comercial, porque somos mujeres y lavamos ropa... MC		Las mujeres son las que se dedican a lavar la ropa (M&H).
2	Pregunta: ¿Para ustedes que es la sexualidad? Nivel pragmático: ....lo más permisivo eran diez de la noche(todos y ya era tarde)MC	Salir a	cuando uno llevaba chaperón podía llegar a las diez de la noche MC yo fui muchas veces chaperón Lu (risas, yo también)	“No dejaban salir solas a las mujeres” Mi		Una mujer que salía con un hombre, principalmente,
4	Pregunta En otras sesiones me comentaban acerca del chaperón ¿A qué se referían?	diversos lugares	“para que a mí me dejarán salir tenía que cargar con mis hermanas, a mí me tocó incluso ir a la feria, para salir con el joven a la feria” Lu  “..se supone, yo fui chaperón de mi hermana, pero se vuelve uno chantajista, yo hacía que me compraran algo para que los dejara estar solos MR	“Para salir una mujer debía de ir acompañada, a esa persona se le llamaba chaperones” Gu <sup>1</sup>	“Ahora ya no lo hacen” Ro	u a otro lugar siempre debe ir acompañada (M&H).

<sup>1</sup> Observación A pesar de que mencionan que cualquier persona cercana, principalmente familia, de confianza ya sea primos, tíos hermanos; son mayormente nombradas las mujeres para ser chaperonas

Categoría: Roles de género en la mujer

Nº Sesión	Actividad, pregunta o comentario que detona la respuesta	Acción asignada al sexo	Recuerdos manifestados en relación a la actividad, pregunta o comentario	Cogniciones manifestadas	Acciones y/o pensamientos actuales	Esquema encontrado
4	Pregunta En otras sesiones me comentaban acerca del chaperón ¿A qué se referían?	Salir a diversos lugares	<p>“yo iba de chaperona con mi hermana, yo tenía 18 y ella 16, porque mi papá me mandaba a cuidarla, porque él le llevaba diez años” Lu</p> <p>“también lo que servía a las hermanas más chicas era que la mamá te decía vas a lavar los trastes toda la semana, vas a planchar toda la semana,... entonces la que se ponía más viva que ya tenía novio o pretendiente, le decía a la otra, vas a querer que te acompañe el domingo, si manita, pues haces mi quehacer “ MC</p>	<p>“las chaperones era a parte que no te dejarán sola y que te cuidarán” Ro</p> <p>“Generalmente era la hermana mayor, o también podía ser la tía, el que fuera mayor era un signo de respeto, pero aparte la confianza quien daba el permiso, para que cuidara a la que iba a salir.” Se</p> <p>“...a pesar de eso las chicas salían embarazadas, con tanto cuidado pero si” MR</p> <p>“Si había hasta muchachas que ni se sabía que tenía novio y de repente estaban embarazadas de donde quien sabe” Ro</p>	<p>“Bueno todavía mi esposo lo hizo con mi hija, si no va tu prima tú no vas” MR</p> <p>“Mi hija también iba acompañada” Go</p>	Una mujer que salía con un hombre, siempre va acompañada de otra mujer (M).

## Categoría: Roles de género en la mujer

Nº Sesión	Actividad, pregunta o comentario que detona la respuesta	Acción asignada al sexo	Recuerdos manifestados en relación a la actividad, pregunta o comentario	Cogniciones manifestadas	Acciones y/o pensamientos actuales	Esquema encontrado
4	<p>Actividad Fragmento del libro el amor en los tiempos del cólera Pregunta: ¿Cómo eran sus relaciones amorosas?</p> <hr/> <p>Pregunta ¿Qué era darse su lugar?</p>	Antes de iniciar una relación	<p>“Antes por más que yo quisiera andar con un chavo le daba una larga de 20 días, un mes, Ro “</p> <hr/> <p>“...si me dejo que me abrace que me bese, que van a decir si no es mi novio, si ya que te agarraba la mano era mucho...como te iba a llegar el amigo te va a besar y te va a abrazar con toda la confianza, no no” Lu</p>	<p>Cuándo ibas con tu novio nada más la manita” Ro</p> <p>“las mujeres se daban su lugar, se daban a desear” Gu</p> <hr/> <p>“Darse a respetar antes de la relación y durante” MC</p> <p>“Cuidar de lo que te hacían” Ro</p>	<p>“ahora los chavitos son los que se dan a desear... la chava es la que casi casi se les lanza, estaba viendo en la televisión a la chava que le dice al chico, ¿Te quieres casar conmigo? Y yo digo ¿qué? Yo entre mi ¿ahora la mujer es la que lanza la propuesta? Ahora las mujeres son las que ruegan las que persiguen al varón” Ro</p> <p>“El noviazgo no es igual” MR</p>	<p>Una mujer debe darse a desear y darse su lugar antes de iniciar una relación (M).</p> <p>La mujer no toma la iniciativa, la toma el hombre (M).</p>

Tabla 1.12 Roles de género en el hombre

Nº Sesión	Actividad, pregunta o comentario que detona la respuesta	Acción asignada al sexo	Recuerdos manifestados en relación a la actividad, pregunta o comentario	Cogniciones manifestadas	Acciones y/o pensamientos actuales	Esquema encontrado
4	Actividad Fragmento del libro el amor en los tiempos del cólera Pregunta: ¿Cómo eran sus relaciones amorosas?	Antes de iniciar una relación	<p>“antes los hombres tomaban iniciativa” Mi</p> <p>“El novio o el pretendiente tenía que pedir permiso, no para casarte, sino para andar, para salir, principalmente al papá o al varón de la casa” MR</p> <p>“Sí se pedía permiso para visitarla” MC</p> <p>Claro sí, si Lu</p>	<p>“Yo a eso le llamo principios, educación” MC</p> <p>Respeto Lu</p> <p>“Lo que más se ha perdido yo creo es el respeto, ya los muchachos no respetan a las niñas igual, talvez las mujeres tengan la culpa por que luego tiene unas boquitas que cuidado” Mi</p>	<p>“en la actualidad los chamaquitos cómo que son más penosos” Ro (todos asienten con la cabeza)</p> <p>“A mí me tocó después de sesenta años asistir a la casa de mi esposa con su hijo, pues para mi él era el hombre de la casa y yo traigo mi educación desde abajo, yo no hago cosas a medias, o las hago bien o no hago nada, entons llegue y platique con él, mira tenemos una relación tu mamá y yo, y yo quiero contar con tu permiso para poder visitarla o irnos a otro lado, yo no quiero estar en la esquina, espiando a ver a qué horas sale, esos tiempos para mí ya pasaron, quiero contar con tu consentimiento, la respuesta de él fue, no hay ningún impedimento de que andes con mamá, siempre y cuando ella lo quiera, y si alguno de mis hermanos se opone me dices” Se</p>	Un hombre debe tomar la iniciativa en una relación, así como solicitar permiso para salir con la mujer como una muestra de respeto (M&H).

Las siguientes tablas corresponden a la **Cognición sobre la sexualidad**, se distribuyen de la siguiente forma: primeramente el número de la sesión a la que corresponde cada cognición manifestada por los participantes, en segundo lugar la pregunta, actividad o comentario que dio pauta a esa cognición manifestada, la tercera corresponde a los recuerdos manifestados por los participantes, enseguida las cogniciones manifestadas, posteriormente las acciones o pensamientos actuales que tienen las personas y por último el esquema que las engloba

Tabla 1.13 Cogniciones sobre la sexualidad / 1er esquema encontrado

N° Sesión	Actividad, pregunta o comentario que detona la respuesta	Recuerdos manifestados en relación a la actividad, pregunta o comentario	Cogniciones manifestadas	Acciones y/o pensamientos actuales	Esquema encontrado
1	<b>Pregunta:</b> Desde su perspectiva, ¿Han cambiado los comerciales de antes a los de ahora?	“quería comentarles también ahorita hay un comercial que ha sacado el gobierno del distrito federal, que a mí se me hace muy bueno pero que pasa inadvertido, un comercial donde se ve que van caminando los chamacos y se dice uno a otro que el condón es indispensable(Lu está muy bueno ese) y que sería maravilloso el hijo para una mujer no para una niña ese es un buen comercial” MC “cuando murió mi hija tuve que hacerla de mamá y como mamá como que te da pena hablar de manera explícita, no sabes cómo explicar, pero cuando me tocó la segunda parte, dije pues tengo que hablar, pero ellas precisamente me hablaron” MR	“lo que pasa es que es un tabú hablar de sexo, antes no te decían nada, porque eran muy cuadrados, ahora todo ha cambiado” Gu  “pensé como a lo mejor no sé bien las cosas o a lo mejor no estoy bien informada me las lleve a una plática sexual y ahí les explicaron tanto a ellas como a mi exactamente, la responsabilidad de los condones” MR	“Ahora hasta las mamás le dicen ahí están los condones para que no te vayas a embarazar (MC y no es malo)... “si no es malo pero ahora digo que con tanta facilidad que hay sobre eso que hasta el mismo padre le proporciona al hijo y la madre a la hija, sabes que mira protégete...Ro hijo pero ya no hay tanto como antes que venía la primera menstruación y huy no te daba pena hasta decir (y preguntar MR) y te contestaban pero a medias” Ro	Los tiempos han cambiado, pues actualmente es más fácil que los padres o las personas mayores aborden temas sexuales (M&H).

Tabla 1.14 Cognición sobre la sexualidad/ 2do esquema encontrado

Nº Sesión	Actividad, pregunta o comentario que detona la respuesta	Recuerdos manifestados en relación a la actividad, pregunta o comentario	Cogniciones manifestadas	Acciones y/o pensamientos actuales	Esquema encontrado
1	Nivel pragmático: ...un comercial donde se ve que van caminando los chamacos y se dice uno a otro que el condón es indispensable...”Mc		“lo que pasa es que es un tabú hablar de sexo, antes no te decían nada, porque eran muy cuadrados, ahora todo ha cambiado” Gu	“Con el tiempo se han ido quitando esos tabús” Ce	
2	Pregunta Ahorita que escuchaba sus comentarios me gustaría saber ¿para ustedes qué es la sexualidad?	<p>“a mí me llegó un amigo y me dice ¿ya fuiste a la calle chueca? No, no sé qué es eso (risa ves ahí está la inocencia Ro), yo entre ocho te llevo y a los ocho días me llevo a la famosa calle chueca que no era otra que la calle del órgano, donde estaban las chicas a disposición del bolsillo de cada uno y ese fue mi primer encuentro sexual con pareja pero anteriormente tenía uno que haber ocurrido a la masturbación como introducción a la práctica sexual” Se</p> <p>“Fue un mundo de escuchar cosas la verdad muchas veces no ciertas, muchas veces mis amigos fantaseaban con conocer a una mujer y así y después un choque de ver que muchas cosas que comentábamos eran ciertas” Go</p>	<p>“Para mi tabú” Go</p> <p>“hablar de sexualidad, hablar de las partes nobles de hombre o de mujer era tabú, uno iba conociendo a través de la vida con la experiencia que uno iba teniendo pero a nosotros nadie nos habló de preparación para una relación” MC</p> <p>“En mi tiempo nunca supe yo de una eyaculación precoz, de una menstruación, de que yo tenía que aparearme con un mujer, en una palabra mal dicha pero.... Nadie, nadie a mí me dijo, todo esto se tiene que ir adquiriendo por el medio que le permite a uno cometer errores con los amigos” Se</p> <p>“...y todo eso para mí fue nuevo porque a mí nadie me dijo mira agarra un libro sabes que en esto te puedo orientar nadie, ahora sí que fue de oídas de amigos” Go</p>	<p>“...Y ahora que estoy de este lado yo le digo a mis nietos ve con gente que sepa más que yo , y ahorita tengo ese choque con mis hijos, pues ahorita doña me cuesta trabajo hablar con ellos de sexualidad, a mí me cuesta trabajo, ¿Por qué?, porque no tengo la información, no la tengo, me cuesta demasiado a mí” Go</p> <p>“Porque le dicen haber hijo quiero platicarte del sexo, si papá que quieres saber, yo te lo explico” MC</p>	La sexualidad era tabú (M&H); lo que se conocía era por medio de los amigos, inclusive hablar de prácticas sexuales (H)

Nº Sesión	Actividad, pregunta o comentario que detona la respuesta	Recuerdos manifestados en relación a la actividad, pregunta o comentario	Cogniciones manifestadas	Acciones y/o pensamientos actuales	Esquema encontrado
2	Pregunta Ahorita que escuchaba sus comentarios me gustaría saber ¿para ustedes qué es la sexualidad?	<p>“...yo por ejemplo tenía veintidós años y no sabía que el hombre con la mujer tenían relaciones sexuales; y además a mi cuando yo tuve mi primer regla, un día mi abuelita, porque me críe con una abuela, ella me dijo ahora sí, de aquí en adelante te vas a tener que cuidar, cuídate de que un hombre te bese las orejas porque ahí perdiste (risas) había un chico por ahí, que digo a lo menor porque a mí no me gustaba, me caía mal me molestaba, y yo le sacaba la vuelta y un día me estaba esperando y así en la vueltecita exactamente de un lado y yo venía del otro y sale y me hace (levanta la boca en forma de beso) sentí que me besó por la oreja, lloré como dos días (risas) haber estúpidamente, muchas de las cosas que después nos manejaban satanizadamente no fueron realidad”</p> <p>“Una vez una hija que estaba recién casada y que iba a tener su luna de miel, se acerca su mamá y le dice ahora si hija desátate, y la hija se queda que me desato, y a que voy a la luna de miel, ella nunca supo que era una luna de miel” Go</p>	<p>“eso que comentaba el señor que te tocó hacer era coloquial entre los jóvenes, pero las mujeres no, ni siquiera idea teníamos” Ro</p> <p>“La cosa que va haciendo tabú, pero llega un momento, por decir te casas, yo no supe de sexo hasta que me case....” Lu</p>	<p>“para mi gusto actualmente, perdón por que cada quien en su criterio tiene su forma de pensar, yo le doy gracias a Dios de haber vivido esa hermosa época con esos tabús con esas exigencias tan marcadas, con esos límites tan extra limitados en donde lo más permisivo eran diez de la noche,(todos y ya era tarde” Bl</p> <p>“Yo no culpo a mis papás por que tuvieron los mismos o más tabús que nosotros” Ro</p> <p>“En el taller de lectura, yo he tratado de que estos temas que en algún momento fueron temas de mucho tabú... poco a poco aquí nos hemos ido soltando el pelo” MC</p> <p>“Yo tuve propósitos en la vida uno que mis hijos estudien, porque a mí como era mujer a mí no me dejaron, estaba en una escuela de monjas y lo que aprendí allí... y otro propósito que yo hice es que con mis hijos, tuve ocho hijos, no va a haber tabú a la hora de la comida hablábamos de todo y yo crecí y mi esposo y yo crecimos junto con los hijos” Lu</p> <p>“Mi hijo cuando empezó a tener la pubertad, lo encontré tocándose y le dije ven eso no se hace así, agárrate y hazlo así (junta las manos y comienza a jalar) y hasta la fecha me platica lo que hace es un chico de treinta y siete años y me dice cuándo se va a acostar con una mujer, lleva sus condones, los trae siempre en las maletas y me platica... que crees que se vino una muchacha a quedar conmigo y paso esto y esto, perfecto nada más ten cuidado. Y yo pensaba a lo mejor los amigos le van a enseñar una cosa que no es, mejor se la enseñó yo” Te</p>	La sexualidad como tabú, algo que no se habla abiertamente entre las mujeres, pero se ha ido modificando con el tiempo (M)

Tabla 1.16 Cognición sobre la sexualidad / 4to esquema encontrado

Nº Sesión	Actividad, pregunta o comentario que detona la respuesta	Recuerdos manifestados en relación a la actividad, pregunta o comentario	Cogniciones manifestadas	Acciones y/o pensamientos actuales	Esquema encontrado
2	<p>Actividad Obtención de datos partiendo del comercial Lección 27 "La verde impecable"</p> <p>Pregunta: ¿Además de lo que está promocionando el comercial notan algo más?</p>	<p>“...a nosotros nadie nos habló de preparación para una relación...”</p>	<p>“La sexualidad de la señora, para mí no hay edad de la sensualidad, lo que yo pienso en es que el amor la sensualidad, el sexo pues en otra palabra, no hay edad” Lu</p> <p>“Aquí las señoras lo que hacen es mostrar su sexualidad y por lo que yo sé la sexualidad muere con uno, no termina, lo que sucede es que hay prejuicios, sobre todo desde el aspecto religioso, que no le permiten sobre todo a la mujer externar el deseo que está provocando tal o cual persona, afortunadamente hoy es menos eso “Se “...se dio porque pues la sexualidad forma parte de la naturaleza, a ver a nosotros no nos lo enseñaron, pero al perro tampoco, a la víbora tampoco al orangután tampoco y todo el mundo lo ejerce” MC</p>	<p>“hoy por lo que yo he leído, he estudiado, por lo que yo he aprendido hoy sé que el ser humano está dotado de tres instintos primarios, el instinto gregario, el instinto de la procreación que el algo natural y el instinto de la supervivencia, dichos de otra forma muy coloquial no es otra cosa más que sexo, visto como algo natural, poder y dinero, esos tres instintos requieren ser atendidos “ Se</p>	<p>La sexualidad permanece a lo largo de los años, pues forma parte de un proceso de la naturaleza (M&amp;H).</p>
5	<p>Retomando lo visto en sesiones pasadas ¿Cómo concluirían lo hablado respecto a la sexualidad?</p>		<p>“La sexualidad se acaba hasta el cadáver, hombre o mujer.” Go</p> <p>“Se ha comprobado la sexualidad en niños, el hecho de decir que un feto no quiere decir otra cosa, si se le toca al bebé mientras está dormido y reacciona, porque es un ser vivo” Mi</p>	<p>“Es erróneo decir que nosotros ahorita ya no tenemos sexualidad porque ahí está, es algo natural” El</p>	

Las siguientes tablas corresponden a la **Influencia que ejercieron los comerciales en las personas del grupo**, se distribuyen de la siguiente forma: primeramente el número de la sesión a la que corresponde cada cognición manifestada por los participantes, en segundo lugar la pregunta, actividad o comentario que dio pauta a esa cognición manifestada, la tercera corresponde a los recuerdos manifestados por los participantes, enseguida las cogniciones manifestadas, posteriormente las acciones o pensamientos actuales que tienen las personas y por último como influye en ellas. En los últimos cuadros fue necesario cambiar la influencia puesto que en ellos se manifestaba un esquema

Tabla 1.17 Influencia de los comerciales en las personas de la tercera edad

Nº Sesión	Actividad, pregunta o comentario que detona la respuesta	Comercial	Recuerdos manifestados en relación a la actividad, pregunta o comentario	Cogniciones manifestadas	Acciones y/o pensamientos actuales	Influencia
1	Pregunta: ¿Qué comerciales recordaron? Y ¿Por qué los recuerdan?	Sombreros tardan	“Eran unos sombreros muy elegantes” MC “Yo por un tiempo llegué a ocupar esos sombreros” Se	“Ese comercial lo recuerdo porque mi papá usaba esos sombreros” Lu “Si yo también”... Gu		Se recuerdan comerciales que para ellos simbolizaban algo más que el producto anunciado (M&H).
		Chocomilk	“A mis hijos les encantaba...” Lu “Lo ocupaban para mis malteadas de chocolate” El	“Tiene un sabor peculiar” MC “Muy sabroso” Se	... Y ahora a sus 39 años mi hijo es todavía de chocomilk ... hasta la fecha cuando va a la casa me dice mamá tienes chocomilk y no le gustan los pasteles o cosas dulces, pero el chocomilk le encanta	
		El trencito del chocolate express	“ A mi ese programa se me hacía muy divertido y eran bromas muy inocentes” MR	“Era divertido, además nos recuerda al teatro fantástico, dónde salía Cachirulo MC	Cuatro participantes del grupo se pusieron a cantar la canción	

Tabla 1.18 Influencia de los comerciales en las personas de la tercera edad

N° Sesión	Actividad, pregunta o comentario que detona la respuesta	Comercial	Recuerdos manifestados en relación a la actividad, pregunta o comentario	Cogniciones manifestadas	Acciones y/o pensamientos actuales	Influencia
1	Pregunta. ¿Actualmente hay un comercial que recuerden más? ¿Por qué?	Comercial de Diego Luna madre más mentirosa el anuncia el suavitel	“...y si teneos a los padres los tenemos dentro...”MR “tengo un hijo que vive en puerto Vallarta y cuando él me habla por teléfono luego me dice hay mamá como me gustaría estar cerca de ti y le digo estás hijo, estas cierra tus ojos y permite que te acune en mis brazos (se le cristalizan los ojos y se le empieza a quebrar un poco la voz, salen algunas lágrimas) siempre estaré ahí para ti...” MC	“me gusto, ese comercial me hace chillar...lo veo y les juro que yo lloro, se me salen las lágrimas cuando dice miente, la mama miente cuando dice que va estar contigo toda la vida y es la realidad queremos hacer sentir a esos hijos que siempre vas a estar con ellos” Ro “Si ese esta bueno, a mí me saca las lágrimas Gu “Tiene un contenido muy bonito” Lu “Te deja pensando... Ce	“Yo siento que sí que mientras tu no la olvides siempre va a estar ahí” Ce “Físicamente yo tengo a mis padres, me acuerdo y me levantan cuando me siento mal pues mi mamá tuvo ataques epilépticos y mi fue una guerrera Por lo que yo soy una guerrera también” Lu “Los papás no se van a ir mientras los tengas en tu corazón” Se	Se recuerdan comerciales que para ellas simbolizan algo más que el producto anunciado, asociándolo al lado emocional (M),

Tabla 1.19 Influencia del comercial Lección 27 “La verde impecable”

Nº Sesión	Actividad, pregunta o comentario que detona la respuesta	Comercial	Recuerdos manifestados en relación a la actividad, pregunta o comentario	Cogniciones manifestadas	Acciones y/o pensamientos actuales	Esquema encontrado
2	Pregunta: ¿Cómo podrían ver otras personas las acciones de las señoras?	Lección 27 “La verde impecable”	“a mí me tocó verlo, una señora en silla de ruedas, con uno de los muchachos muy guapos allí ella abarrotadísima, una cosa que te quedas sorprendida, no se paró porque ya deberás no, a mí en lo personal no me gusta” Lu	“muy buen papel” Ce “yo digo que atrevimiento el salir ahí, que atrevidas esas personas creen que se ven muy bien, digo que atrevidas” Ro “pero forma parte de un trabajo” “El hecho de que estén ahí las señoras, que ya sean adultas mayores es por que traen el cúmulo de experiencia, ellas son la experiencia en cuanto a lavado, en cuanto al conocimiento de productos para lo mismo” Se “Eso sólo pasa en el comercial” Gu “eso es para un anuncio pero no, pero si las hay eh, no si eso sí” Lu	“Yo creo que nosotras en el estado de las señoras yo no creo que seamos capaces de eso (Lu. Yo tampoco) (todas no, no)  “Personas que tú ves que gritan te quedas sorprendida, porque es gente adulta, entonces dices, no puede ser” El	A cierta edad en las mujeres el tener determinadas conductas no es adecuado porque no va conforme a ella (M).
	Pregunta. ¿Por qué les sorprendió esa actitud?			“Lo que pasa es que una persona a su edad... y hacer tanto despapaye como que dices no es posible” Lu “Es algo de los límites de la edad” Mc “Exacto, hay cosas que están en su lugar y cosas que no” Ro		

Tabla 1.20 Influencia del comercial Cerveza XX “El hombre más interesante del mundo”

Nº Sesión	Actividad, pregunta o comentario que detona la respuesta	Comercial	Recuerdos manifestados en relación a la actividad, pregunta o comentario	Cogniciones manifestadas	Acciones y/o pensamientos actuales	Esquema encontrado
3	Pregunta: ¿Qué les pareció?	Cerveza XX “El hombre más interesante del mundo	<p>Un festejo de una compañera nos invitó y estaba ahí su hijo apoyándola... al terminar le dijo a su mamá hay mamá cuando las vi dije hay no puras viejitas, jamás imagine que fueran tan activas, tan divertidas, tan alegres, tan bailadoras sin una gota de alcohol.</p> <p>“Antes en las discotecas o austerias no se tomaba alcohol, era malteada, pastel” El</p>	<p>“no me interesa el comercial en primera porque no me interesa el licor y porque no me gusta las diferencias de clases” El</p> <p>“ Yo no tomo y me aburre” Gu</p> <p>“este no está enfocado a nuestra generación” MC</p>	<p>“Ahora la cerveza ya no es exclusiva del hombre ahora chelean chicos, grandes y mujeres” Go</p> <p>“A mí no me gusta” Lu</p> <p>“Uno no necesita tomar para divertirse” MR. MC. Ro, El</p>	<p>No es necesario el alcohol para poder divertirse (M).</p> <p>Las mujeres casi no toman (M&amp;H).</p>
	¿Antes sólo lo hacían los hombres?			<p>“Sí era más marcado” Mi</p> <p>“Podían hacerlo las mujeres pero era criticado” MR</p> <p>“ Si decían mira está tomando y la señalaban” Ro</p>		

N° Sesión	Actividad, pregunta o comentario que detona la respuesta	Recuerdos manifestados en relación a la actividad, pregunta o comentario	Cogniciones manifestadas	Acciones y/o pensamientos actuales	Esquema encontrado
1	Pregunta: ¿Qué piensan de los comerciales?	“Antes los comerciales no te presentaban tantas mentiras” Se	“Ahora más que nada son puras fantasías lo que te platican, cosas mágicas, que te dice, que exagera las cosas, te anuncian un tratamiento en donde estoy gorda, gorda y al ratito quedo esbelta y de los alimentos... como que no les pongo atención la verdad” Ro “Son mentiras” Ce		
2	Pregunta ¿Qué les pareció?		...Tratan convencer que ese es el mejor producto que los demás” Se “Y como lo logran, a través de lo chusco” se trata de acaparar la atención” MC		A los comerciales no se les presta atención
3	Nivel pragmático: “Mira la dinámica con los comerciales es algo tediosa porque” MC			“Pues te pones a hacer lo que tienes que hacer ... cierro la puerta, subo a abrir la ventana” Mi “lo primero que dices en cuanto venga el comercial voy a hacer lo que tengo pendiente” El “No le dedico tiempo a los comerciales” Lu	cuando no te ensañan algo o lo que muestran son puras mentiras (M&H)
3	¿Qué opinan de los comerciales dónde presentan a las personas mayores como pasivas?		“A mí la verdad me da flojera, porque no tiene algo que aprendas de ese comercial” Ro “Todo muy absurdo” El “No siempre son verdad” MR		

A modo de realizar un resumen de los resultados obtenidos, se muestra a continuación una tabla en dónde se indica el número la sesión junto con los principales temas sobre sexualidad abordados en cada una, teniendo siempre en cuenta las categorías establecidas.

Tabla 1.21 Temas principales de cada sesión

Sesión	Temas principales en cada sesión
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Influencia de los comerciales antiguos</li> <li>• Opinión sobre los comerciales presentes</li> <li>• Tiempo de exposición frente a la televisión</li> <li>• Personas con las que ven la televisión</li> <li>• Sexualidad partiendo del comercial que transmite el gobierno de la ciudad de México, en dónde invita a los jóvenes y adolescentes para que no tengan hijos a edad temprana.</li> </ul>
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Autoconcepto</li> <li>• Cogniciones sobre la sexualidad.</li> <li>• Deseo.</li> <li>• Fantasía</li> <li>• Roles de género</li> <li>• Roles de edad</li> </ul>
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estereotipos.</li> <li>• Autoconcepto.</li> <li>• Cogniciones de la publicidad entorno a los adultos mayores.</li> <li>• Cambios en la comunicación.</li> </ul>
4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Roles de género</li> <li>• Relación de noviazgo y matrimonio</li> <li>• Autoconcepto</li> </ul>
5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cogniciones de la sexualidad</li> <li>• Belleza entorno a la moda</li> <li>• Autoconcepto</li> <li>• Erotismo/ gusto por lo atractivo</li> <li>• Deseo</li> </ul>

## CAPÍTULO 5 DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.

A pesar de la información que se ha empezado a gestionar en torno a la sexualidad, la mayoría de la sociedad la sigue visualizando como el conjunto de aspectos biológicos asociados exclusivamente al sexo y justo esa idea la refleja el grupo que participó en esta investigación, ya que, para ellos la **sexualidad** es entendida como un proceso natural que no necesita enseñanza y que se presenta tanto en humanos como en los animales, puesto que forma parte de la naturaleza lo que permite que pueda mantenerse a lo largo de la vida; si bien ellos sólo la explican en dicho nivel, fue notable que a lo largo de la investigación se manifestaron aspectos psicológicos y culturales de su vida referentes a la sexualidad, como establece Marina (2002).

Hablando ahora del **aspecto psicológico** y considerando que una de las partes que la integran es el **erotismo** definido como aquel que deleita a los sentidos y los deseos, siendo la capacidad de sentir deseo, satisfacción y placer de acuerdo a Serrano y Zarza (2013); dentro de la presente investigación las personas mayores establecen que el gusto por algo atractivo no se pierde con la edad; así mismo ellos aclaran que alguien agradable a la vista y atractivo es aquella persona que cuida de su persona y de su forma de vestir, sea hombre o sea mujer.

Dentro del **deseo**, algunas damas y hombres llegan a establecer, mientras se discutía sobre el comercial de cerveza XX, que una persona de la tercera edad hombre todavía puede llegar a andar con chicas, sin embargo, esa idea no parece estar dentro de sus esquemas, ya que de acuerdo a Pozo (2006) y a Bartlett (1995) un esquema involucra también acciones y no sólo opiniones sobre un tema; y ¿Por qué se cuestiona acerca de la existencia de ese esquema? Se plantea esa afirmación puesto que al final de la sesión 3, cuando un señor del grupo al estar platicando sobre esta idea basándose en el libro “Memorias de mis putas tristes” de Gabriel García Márquez, el cual a grosso modo habla sobre el deseo que tiene un adulto mayor de poder estar con una joven, las señoras, ahí presentes, se comienzan a incomodar y tratan de evitarlo hablando en voz alta, el señor sigue explicando su punto de vista y ellas comienzan a hablar más alto, hasta que enojada una señora le responde que aun siendo viejitas ellas tienen pudor; este suceso capta la

atención por ser una conducta diferente a lo que dicen en un principio, por un lado se afirma que para el gusto por algo atractivo no tiene edad y además de afirmar en una ocasión que un señor puede andar con una chica, pero por otro se rechaza en las acciones cuando alguien del grupo del sexo opuesto manifiesta una idea relacionada a ello, quedando entonces el erotismo relacionado con la edad y afirmando de cierta forma lo que dentro de la sociedad se establece.

De igual forma es notable que se habla en relación a lo que un hombre puede hacer aun siendo mayor de edad, es decir, él puede andar con chicas más jóvenes debido a la posición económica que pueda llegar a tener o a la cantidad de dinero que posea, de acuerdo a las mujeres del grupo; sin embargo, cuando ellas explican lo referente a su sexo establecen que una mujer a determinada edad se emocione demasiado por un hombre o en alguna otra situación como una despedida de soltera o una fiesta, es algo sorprendente o algo que sólo pasa en la televisión, puesto que ya no es edad para estar haciendo ese tipo de cosas pues pueden llegar a caer en la ridiculez la persona que lo realice.

Se hace evidente que a pesar de que se ha evolucionado en estos temas y haya existido cierta modificación respecto a su comunicación, siguen percibiendo el erotismo como algo prohibido, pues es una idea que ha sido arraigada desde mucho tiempo atrás en la sociedad mexicana de acuerdo a Döring (2000) y por lo tanto la modificación de la misma no ocurre tan rápido, puesto que la sociedad sigue marcando ciertos lineamientos alrededor de ello. Se recomienda así profundizar en el tema en investigaciones posteriores puesto que dentro del presente trabajo las cogniciones anteriores fueron las únicas que pudieron rescatarse respecto a este, ya que hablar de erotismo implica más características.

En la **parte cultural** de la sexualidad, como lo establecía Bolín & Whelehan (2009), se descubrió que para los integrantes del grupo ésta era sinónimo de tabú, principalmente en su juventud, ocasionando que fuera un tema del que no se podía hablar libremente; describen que sus padres y en general la sociedad de esa época no les explicaba nada a las mujeres sobre la menstruación, ni a los hombres sobre la eyaculación y mucho menos del acto sexual entre un hombre y una mujer; una persona no podía expresar sus dudas al respecto porque era mal vista, o si en algún momento se daba la oportunidad de formular la pregunta esta era respondida de forma evasiva o con señas de desaprobación.

Los hombres manifiestan principalmente que lo que conocían era por medio de sus amigos, caso que no sucede de la misma forma en las mujeres, quienes manifiestan que entre ellas era escaso que se llegaran a tocar temas relacionados a ello.

No obstante, a pesar de llegar a ser un tema tabú en la época de su niñez, adolescencia y juventud, gracias a los diferentes temas y diálogos a lo largo de las sesiones con las personas del grupo, fue posible observar que ellas, al menos por medio de sus frases y actitudes expresaban un cambio en la manera de comunicar aspectos relacionados a la sexualidad. Manifiestan que esto surge a partir de la interacción con los hijos o con los nietos. Este tipo de interacciones permiten apreciar lo que establecen Matilda y Riley (citado en Díaz, Saldaña, Sánchez & Vargas, 2013) pues su cambio de cogniciones respecto al tema ocurrió por la interacción que entre las personas cercanas logrando con ello establecer nuevas formas de comunicación.

Quienes iniciaron con sus hijos indican que no querían que estos tuvieran el mismo tabú que ellos, por lo que se dedicaron a ir aprendiendo conjuntamente; sin embargo, otros integrantes manifiestan lo siguiente: *“como mamá como que te da pena hablar de manera explícita, pero cuando me tocó la segunda parte con mis nietas dije pues tengo que hablar, pero ellas precisamente me hablaron a mí y me dijeron y pensé como a lo mejor no sé bien las cosas o a lo mejor no estoy bien informada me las lleve a una plática sexual”* ( ver tabla 1.13), esta idea se complementa con la siguiente dada por otro participante *“...yo le digo a mis nietos ve con gente que sepa más que yo...pues ahorita me cuesta trabajo hablar con ellos de sexualidad ¿Por qué?, porque no tengo la información...”* (tabla 1.13); esto es interesante resaltarlo puesto que se relaciona con lo que establece Hogg y Vaughan (2008) al mencionar que las personas necesitan construir estructuras llamadas guiones que permitan tener una idea de cómo actuar durante una situación, en la primera por ejemplo, la señora ya había manifestado tener cierto contacto con la situación en sus hijos y al presentársele nuevamente con sus nietos pudo actuar de forma diferente, mientras que en la segunda se presenta dificultad porque se sigue sin tener un conocimiento de cómo abordar el tema.

En estas últimas cogniciones manifestadas se deja de manifiesto que su preocupación radica en la falta de conocimiento que perciben algunas personas de este grupo en torno al tema,

por lo que para ellos es indispensable la búsqueda de un especialista del tema y hable a las nuevas generaciones; esto permite abrir la siguiente interrogante en torno al estereotipo que se tiene actualmente el cual indica que las personas mayores están cerrados a esta clase de temas por creerlos negativos, temas “impensables” ¿Es en realidad por ello que no se habla de este tema? ¿Cómo afecta el cambio de esquemas culturales en ello? ¿Existe una posibilidad de que no se quiera hablar de un tema del que ellos no creen poseer el conocimiento necesario para responder a las interrogantes que se les llegaran a formular? Por lo que se propone para futuras investigaciones profundizar al respecto.

Otro aspecto de la sexualidad que pudo rescatarse a lo largo de las sesiones fueron **roles de género**. En este caso en particular fue el presentarles el comercial de las expertas de lavado donde se marca un estereotipo y un rol de género femenino respecto a que las mujeres son las que lavan la ropa; este en realidad no influye en sus esquemas, pues para ellos son cosas que ya se veían y se enseñaban, sin embargo, hay algunas variaciones respecto a dicho estereotipo, pues algunas damas del grupo establecen que ya todos pueden lavar pues ya cuentan con experiencia y no sólo las damas. Este encuentro sólo permite continuar con la interrogante que establece Núñez (2005) ¿Los comerciales crean los estereotipos o reafirman los que ya existen? Con base a lo que pudo obtenerse en la presente investigación reafirman los que ya existen pero dándole cierta variación para que se piense que se ha modificado.

Otro rol de género que marcan las personas del grupo y que no se encontraba marcado en ningún comercial que se les haya presentado, surge al hablar sobre la relación de pareja, este tiene que ver con lo que un hombre debe hacer al momento de empezar una relación con una chica, para ellos el hombre debe solicitar permiso al padre o al hombre del hogar para iniciar con ella una relación de pareja e inclusive en su juventud solicitar un permiso para salir. Este rol en particular es un esquema en las personas de este grupo, pues no sólo permeó sus conductas en el pasado, sino que establece una conducta en el presente, pues para ellos es una muestra de respeto y ese esquema es aún más visible cuando una pareja del grupo narra cómo se conocieron después de enviudar y para iniciar formalmente el señor fue a solicitar permiso al hijo de la señora para iniciar esa relación.

Con respecto a género fue posible encontrar que en ciertas temáticas como la belleza o la actitud ante alguna situación cambiaba respecto al sexo, debido a la educación que cada uno recibió, es decir, se ven reflejadas las diferencias educacionales, en un contexto histórico específico, entre un hombre y una mujer y con base en ello las personas emiten opiniones y se estructuran esquemas.

Teniendo en cuenta lo establecido anteriormente en torno a la sexualidad pudo apreciarse un cambio en sus esquemas, puesto que establecen que con la edad han ido superando los tabús con los que crecieron, ahora pueden “reírse de ellos”, todo gracias a la experiencia y al continuo conocimiento que han adquirido; además con la expresión de estas cogniciones se manifiestan otras conjuntamente sobre el concepto que tienen de ellos mismos, llamado **autoconcepto**; ellos no se perciben como personas que con la edad se hayan vuelto más tercos, sino por el contrario, la edad los ha transformado en personas más accesibles a hablar de otros temas y a dejar la “ignorancia” que ellos mencionan en otros tiempos, uno de esos temas es la sexualidad. Esto se contrapone con lo establecido por Alcade y Laspeñas (2005), Alicia (1987) pues ellos consideran que un adulto va perdiendo su capacidad de aprendizaje, que se mantienen posturas más enérgicas respecto a los temas, además que la visión que tienen ante ellos mismos es negativa pues intentan luchar con sus decadencias físicas, pero en este caso no fue así.

Retomando esta perspectiva de autoconcepto los adultos no se visualizan con el clásico estereotipo que se maneja en gran parte de la sociedad de las personas mayores sobre ser inactivos, cerrados que ya no pueden moverse, que ya no se divierten, que no se consideran bellas, que tiene poca lucidez, estereotipo plasmado algunas veces en ciertas campañas televisivas. Estas cogniciones encontradas en este grupo focal difieren de la idea plasmada teóricamente pues ésta manifiesta que “si la sociedad acepta una imagen “x” de la vejez, estará contribuyendo a que sus ciudadanos se encaminen hacia esa imagen en lo que se denomina profecía autocumplida. Generando de este modo un círculo vicioso, que se repite constantemente” (Ramos & González 1994 p.163). Puede que si ejerza una influencia para que las personas adopten determinados roles pero no siempre es así, como se ve reflejando al menos en este grupo. Cabe añadir que ese estereotipo de las personas mayores vistas como pasivas y aburridas también lo tenían anteriormente las personas que

formaron parte del grupo focal, específicamente en su juventud, pero ellos han cambiado esos esquemas en la convivencia con otros y por las actividades que realizan cotidianamente; además de ello, perciben que la sociedad se ha modificado al brindar espacios a los adultos mayores o al crear actividades que los mantengan activos; si entonces se retoma este planteamiento que ellos estipulan en torno a la sociedad entonces lo que plantea Ramos y González (1994) es aplicable puesto que como la sociedad ha modificado la imagen de la vejez a un rol más dinámico, las personas han podido adoptar ese rol activo.

Por tanto cuando ellos ven un comercial en dónde las personas mayores se ven pasivas e indefensas “les da flojera” porque no tiene nada que enseñarles ese comercial y que prefieren realizar otro tipo de actividades mientras transmite este comercial. La cognición que se encontró respecto a los comerciales es que para que uno de ellos capte su atención debe de enseñarles algo.

Teniendo en cuenta lo de los comerciales, dentro del grupo se manifestaron **cogniciones** particulares, puesto que para ellos el contenido es absurdo, fantástico e irreal la mayoría de las veces; esto va de acuerdo a Stanton et. al (1999) quien refiere que estos son algunos métodos de ejecución que realizan los comerciales para generar un impacto positivo en los telespectadores, sin embargo para este grupo, ese tipo de ejecuciones genera un rechazo; esto se vio reflejado en la tercera sesión, cuando se les mostró el comercial de XX “El hombre más interesante del mundo”, pues para ellos resultó ser una propaganda que remarca las clases sociales, además de ser un contenido que no estaba dirigido a ellos por lo que se promociona, encontrando así un esquema que permea esa información basado en lo que retoman las personas al explicar que anteriormente era mal visto que una mujer tomará ¿Cómo afecta eso? Pues resulta ser que en su mayoría las personas que integraban el grupo eran mujeres, entonces posteriormente fue posible descubrir porque el rechazo ante ese comercial. Además de que consideraran que no es necesario ingerir bebidas alcohólicas para divertirse.

No obstante esto fue descubierto durante el análisis, pero en ese momento ocasionó que las preguntas planteadas se comenzarán a esquivar o a contestar con respuestas sin un contenido más profundo, ese cambio dentro de la dinámica con el grupo fue notable ya que en las sesiones pasadas existió una gran apertura los diferentes temas, además que

entre ellos empezaron a sacar temas de conversación y por un momento dejaron de poner atención a lo que se estaba hablando, durante ello se comenzó a cuestionar la orientación de la investigación, pues ellos percibían que era algo más relacionado a la mercadotecnia que a la psicología, mostrando así una contradicción con sus expectativas puesto que, de acuerdo a sus opiniones, esperaban que se les instruyera respecto al tema y no sólo que vieran comerciales para dar su opinión. Este hecho fue una de las complicaciones que la presente investigación tuvo, puesto que no se esperaba encontrar a personas de esta edad que fueran tan abiertas a ese tipo de temáticas y que además todas las personas del grupo fueran lectoras, obteniendo con ello que les resultara tedioso por el contenido superfluo que ellos notaban en los comerciales.

Por ello se decidió que en la cuarta sesión el tercer comercial contemplado, Tenna pants “Pañales para adultos”, no se les presentará y así evitar que la comunicación con el grupo se cerrara aún más; fue así que se optó por focalizar las preguntas sobre temáticas de interés dentro de la investigación cómo fueron esquemas y estereotipos en torno a: belleza, erotismo, autoconcepto, rol de género, sin que hubiera un comercial que detonará las respuestas; para lo que se seleccionó un libro, porque como mencionaba anteriormente este grupo tenía un gusto particular por la lectura, que pudiera dar apertura a las diversas temáticas de la sexualidad pero en adultos mayores, es así que en esa sesión se partió del libro *El amor en los tiempos del cólera* de Gabriel García Márquez, principalmente de la comunicación amorosa que tenían los protagonistas tenían por medio de cartas

Cabe resaltar que durante la primera sesión, principalmente, el grupo sacó a luz varios comerciales actuales, entre los que se encontraban *El de la madre* miente protagonizado por Diego Luna, el comercial plantea diferentes frases sobre lo que hace o dice una mamá pero que muchas veces no son verdad; cuando alguien lo mencionó la mayoría expresó que cuando lo veía le daban ganas de llorar, que el contenido era bonito, que decía la verdad. La frase del comercial que más remarcó el grupo fue la siguiente: “La mamá hace pensar que estará contigo toda la vida” y conjuntamente con esta frase, los participantes del grupo empezaron a compartir experiencias alrededor de ella, cómo les hacía sentir, como la habían transmitido a sus hijos aquellas que en el grupo eran madres. Otro comercial que fue mencionado por el grupo fue el de “Es tu vida, Es tu futuro”, que es

un comercial en dónde los adolescentes explican lo que implica tener un hijo a determinada edad. Una persona del grupo dice que son temas a los que no se les toma mucha importancia, este comercial fue uno de los que permitió sacar el tema de la sexualidad, para ellos este en particular resultó novedoso por que anteriormente esos temas no se mencionaban. Este tipo de comentarios permitieron conocer cuando llega a influir un comercial en este grupo en particular, principalmente en las damas, pues no se trata netamente de la música que pueda tener, ni de las personas que lo protagonicen, es decir, no sólo crea una fantasía entorno a un producto como establecen Stanton, Etzel y Walker, (2007); sino que además evocan recuerdos, activan esquemas, producen emociones que les permiten tener en mente ese comercial y no otros.

Lo mencionado en el párrafo anterior se hace más evidente cuando expresan de los comerciales antiguos tales como: el de sombreros tardan este en su mayoría lo recuerdan porque sus padres ocupaban esos sombreros; otro fue el del trencito del chocolate express, pues hacía mención de un programa, popular en su juventud, que les divertía en gran manera; en cuanto alguien lo nombró todos los del grupo comenzaron a cantar la canción, ocurrió lo mismo con uno en dónde productos Colgate, Palmolive y fabricantes de jabón deseaban una feliz navidad. Este suceso se relaciona con lo que mencionaba Sedeño (2001) que la música en los comerciales busca pelear contra el olvido de las personas y estos comerciales, de acuerdo a lo que comentaron los del grupo salieron en los años 50's, pero siguen estando presentes en las personas por la canción del comercial, resultó curioso observar que bastó con que un miembro del grupo los mencionara para que todos los presentes se pusieran a cantar en conjunto la canción del comercial aunado a ella pueden describir lo que aparecía y quien lo protagonizaba. Con ello es posible concluir que la influencia además de venir acompañada por diferentes elementos que otorga el comercial, se encuentran aspectos con gran carga emocional, cognitiva y cultural; contradiciendo completamente lo que menciona García (2008) al decir que las imágenes, sonidos y mensajes subliminales influirán en las personas con el simple hecho de exponerse ante dicho estímulo.

Algo que pudo encontrarse gracias al comercial sobre “las expertas de lavado” y que no fue considerado dentro de la presente investigación fueron los roles de edad, es decir,

las acciones que se establecen respecto a la edad de las personas, obteniendo con ello que la cultura establezca expectativas de cada individuo acorde a sus edad, cosas que puede y no debe hacer en cierta edad, marcando los estereotipos de cada grupo (Santaemilia, 2003). Este grupo deja manifiesto que todo tiene una edad y que existen ciertos límites en tus conductas por lo cual también eso es un esquema.

Otra complicación dentro de la investigación surgió al hacer explícitas las expectativas de las sesiones, la mayoría coincidió en que estaban ahí para conocer más sobre algún tema, aprender de nuevas dinámicas; ellas esperaban que la función de la psicóloga fuera explicarles, corregirlas si en algún momento dado estaban asumiendo una posición errónea, otros por su parte esperaban sólo hacer comparaciones entre los comerciales. A pesar de aclarar los objetivos de la investigación desde un inicio, y entre los cuales el objetivo no era afirmar o negar una respuesta que ellos otorgaran sino conocer su punto de vista; las expectativas de los participantes complicaron la participación en la sesión dos y tres principalmente; esperaban que de los comerciales se realizará un análisis exhaustivo dado como “experta de la psicología”, de igual forma cuando comentaban algo esperaban aprobación o corrección al respecto. De cierta forma no esperaban ser ellos los que fueran respondiendo dudas, sino al contrario ellos plasmar sus dudas para que fueran aclaradas.

Con todos los ejemplos anteriormente descritos es posible concluir dentro de este grupo, particularmente, la influencia que ejercen los comerciales no ocurre de forma pasiva atribuidos netamente a la cantidad de horas que ven televisión como establece Orozco (2000) y Núñez (2005); por el contrario se establecen de forma activa, es decir, los observadores no son esponjas que se tragan todo el contenido sin asimilarlo para convertirse en gente activa que puede interpretar, conocer, modificar y asimilar los mensajes del mismo, con base a sus esquemas mentales, concordando con lo que establece Jacquinot (1996), Kaplún (1994) y Vera (2005). Para ellos las personas que se sientan a ver televisión lo hacen con los esquemas que se encuentran en su mente, por los cuales se filtra la información que se ve, sin que se percaten de ello, ocasionado que el impacto de un comercial no sea el mismo en todas las personas, por ejemplo, las personas del grupo no retoman cualquier comercial sino aquellos que les permiten traer a la mente

acontecimientos importantes en sus vidas, a personas como sus padres, sus hijos; no importando si son comerciales antiguos o actuales, protagonizados o no por adultos mayores: Para los integrantes de este grupo los comerciales que remarquen aspectos negativos de esta población lo único que pueden ocasionar es un rechazo, pues no plantean ideas con las que se encuentren de acuerdo o que les muestre algo innovador de lo cual aprendan algo nuevo..

Otra conclusión se encuentra relacionada a los esquemas personales puesto que difícilmente son distinguidos, por formar parte de la vida cotidiana y es hasta que otra persona con otros esquemas puede distinguir y percibir la diferencia, dándola a conocer por sus comentarios. Dentro de la presente investigación se descubrieron esquemas personales que tuvieron que ser superados para continuar con el desarrollo de la investigación, entre los que se visualizaban a los adultos mayores como personas cerradas a algunos temas y que no iban a hablar de la sexualidad tan abiertamente y fue durante la sesión tres para ser exactos, que las personas del grupo plantearon que se sentían percibidos como pasivos debido a las preguntas que estaba realizando, pues para ellas eran superfluas, sin chiste. Incluso durante algunas sesiones llama la atención como es que los integrantes del grupo sacaran a relucir el tema de la sexualidad y que el ambiente fuera permitiendo preguntar directamente lo que ellos entendían por sexualidad; como bien menciona, Fernández (s.f.), los estereotipos pueden determinar la conducta que se tiene hacia ciertas personas, como ocurrió en este caso, por lo que el entorno cultural influye en cada uno de nosotros de igual forma. Así mismo participantes, como se mencionaba con anterioridad, esperaban ser instruidos respecto al tema, puesto que de acuerdo a sus esquemas era la investigadora la “experta en el tema” y por ello la dinámica en un principio se tornó complicada cuando ellos plasmaban su punto de vista, pues a cada respuesta que emitían esperaban ser corregidos o que se argumentará teóricamente su respuesta, negándola o afirmándola de alguna forma.

En conclusión cada individuo al relacionarse con los demás se encuentra acompañado de aspectos biológicos, aspectos psicológicos como son las percepciones, cogniciones emociones, interpretaciones y aspectos culturales; permitiéndoles ser personas sexuadas no importando su edad. Además cada una de estas características marca la forma

en la que cada una va a expresar la sexualidad. Si bien se han establecido ciertos tabús y creencias respecto a la misma, es necesario que este tipo de investigaciones se sigan llevando a cabo pues dentro de nuestro país la psicología se ha quedado atrás con respecto a estos temas.

Se recomienda profundizar en esta población, pues continua en crecimiento y ha sido también una de las que han sufrido cambios en sus interacciones y estructuras cognitivas, no son los mismos adultos mayores que hace unos años así como no lo son otras poblaciones. Las personas del grupo buscan ser vistas como personas más activas e independientes de lo que se ha pensado. O establecido socialmente

Así mismo es posible conocer que la televisión no sólo influye en los infantes y jóvenes, sino también la población puede verse afectada o beneficiada por lo mismo; pero además dando un panorama diferente al que usualmente se plantea en las investigaciones cuando se habla de influencia de los medios de comunicación o de la televisión, pues habitualmente hacen referencia a una influencia pasiva, en dónde con el simple hecho de mirar por largos periodos y escuchar la información que se genera en ellos, las personas cambiarán sus conductas y esquemas, pero dentro de este grupo no sucedió de esa forma, pues a pesar de tener diariamente una exposición de 4 a 5 hrs. Diarias, se ve que no todos los contenidos impactan igual, es necesario comenzar a ver a los espectadores como agentes activos ante los estímulos que se les presentan.

## REFERENCIAS

- Aguilar, Y., Valdez, J., González, N. & González, S. (2013). Los roles de Género de los Hombres y las Mujeres en el México contemporáneo. *Enseñanza investigación en Psicología*. Universidad Autónoma del Estado de México, 18(2), 201-227. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/292/29228336001.pdf>
- Alberich, T. (2008). Envejecimiento físico, psicológico y social. En A. Barranco y A. Funes (Eds.), *Intervención social y sanitaria con mayores: manual de trabajo con la 3ª y 4ª edad* (pp.17-47).Madrid: Dykinson.
- Alcade I. & Laspeñas M. (2005). La dimensión sociocultural del envejecimiento *Ocio en los mayores, calidad de Vida*. Recuperado de [dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/116546.2.pdf](http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/116546.2.pdf)
- Alicia, G. (1987). Percepción de la vejez en diferentes estratos cronológicos. *Revista latinoamericana de Psicología*. 19(2), 147-158.
- Alvarez, V. & Sabatini, B. (2007). Anatomical and physiological plasticity of dendritic spines. *Annual Review of Neuroscience*, 30, 79-97.
- Andréu, J. (s.f.) Las técnicas de análisis de contenido: Una revisión actualizada. Departamento de Sociología, Universidad de granada. Recuperado de <http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf>
- Antequera, R. & Blanco A. (1998). Capítulo 4: Percepción de control, autoconcepto y bienestar en el anciano. En Salvarezza, L. [Ed.] *La vejez: una mirada gerontológica actual*. Buenos Aires, Argentina: Paidós. (pp. 97-114).
- Arias, A., Morales, J., Nouvilas, E., y Martínez, J. (2012). *Psicología Social Aplicada*. Madrid, España: Medica Panamericana.
- Artola, A. (2005). Cambios fisiológicos en la sexualidad de la tercera edad. *Medicina integral* <http://www.monografias.com/trabajos25/sexo-tercera-edad/sexo-tercera-edad.shtml>

- Asili, N. (2004). *Vida plena en la vejez: Un enfoque multidisciplinario*. México: Pax. México.
- Augoustinos, M., Walker, I. & Donahue, N. (2014) *Social Cognition: and integrated Introduction*. (3ra Ed.) Washington, DC: Sage.
- Ávalos, J. (2013). *Derechos reproductivos y sexuales*. Libro virtual Jurídico: Instituto de Investigaciones Jurídicas, Suprema Corte de la Nación Recuperado de <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/8/3568/38.pdf>
- Báez, J. & Pérez, T. (2009). *Investigación Cualitativa* (2<sup>da</sup> Ed.) Madrid, España: EISIC
- Baitalle, G. (1997). *El erotismo* (1ra Ed.) Barcelona, España: Turquets Editores, S.A.
- Bartlett, F. (1995). *Remembering: a Study in experimental Social Psychology*. United Kingdom: Cambridge University Press. Recuperado de [https://books.google.com.mx/books?id=WG5ZcHGTrm4C&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.mx/books?id=WG5ZcHGTrm4C&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Basilía, S. (s.f.). *Historia, Sociedad y Anciano Adulto mayor y la Sociedad* Recuperado en: <http://www.portalgeriatrico.com.ar/detallenotas.asp?clase=Adulto+Mayor+y+la+Sociedad&Id=116>
- Bataille, G. (s.f.). Capitulo XIII La belleza *El erotismo Scan Spartakú* (pp 106-110). Recuperado de [http://www.olimon.org/uan/bataille-el\\_erotismo.pdf](http://www.olimon.org/uan/bataille-el_erotismo.pdf)
- Bentosela, M. & Mustaca, A. (2005). Efectos cognitivos y emocionales del envejecimiento: aportes de investigaciones básicas para las estrategias de rehabilitación. *Interdisciplinaria*. Buenos Aires 22(2), 211-235. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/180/18022205.pdf>
- Berger, K. (2009). *Psicología del desarrollo: Adulter y la vejez*. (7<sup>a</sup> Ed). New York City: Panamericana.

- Bobenrieth, M. (1976). *Problemas de aprendizaje en el adulto mayor*. Washington, D.C. (pp. 18-26). Recuperado de <http://www.binasss.sa.cr/revistas/hcr/n12-131977/art4.pdf>
- Bolín, A. & Whelehan, P.(2009). *Human Sexuality, Biological, Psychological and Cultural perspectives*. Madison, New York: Routledge.
- Bretones, M. (s.f.) Las bases psicosociales de la comunicación. Universidad de Barcelona. Recuperado de <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/5863/1/Las%20bases%20psicosociales%20de%20la%20Comunicaci%C3%B3n.%20Bretones.%20Versi%C3%B3n%20del%208%20de%20Enero%20de%202009..pdf>
- Brumfiel, E. (2001). Asking about Aztec Gender: The Historical and Archaeological Evidence. En Klein, C. (ed.) *Gender in Prehispanic America*. Washington: Dumbarton Oaks.
- Castañedo, C. & Sarabia, C. (2013) Cambios psicológicos, sociales y familiares al proceso de envejecimiento *Enfermería en el envejecimiento*. Universidad de Cantabria, España.
- Caudillo, C. & Cerna, A. (2007) *Sexualidad y vida humana*. Distrito Federal, México: Universidad Iberoamericana.
- Cayo, G., Flores, E., Perea, X., Pizarro, M. & Aracena, A. (2003) La sexualidad en la tercera edad y su relación con el bienestar subjetivo: Chile. Recuperado de [http://www.redadultosmayores.com.ar/buscador/files/DEMOG020\\_CayoRios.pdf](http://www.redadultosmayores.com.ar/buscador/files/DEMOG020_CayoRios.pdf)
- Cerda, H. (2013). *Mitos de la sociedad moderna. Un negocio lucrativo*. Bogotá, Colombia: ECOE Ediciones.
- Cerveza XX (2015, 04, 22). El hombre más interesante del mundo jugando a las sombras [Archivo de video]. Recuperado de

<https://www.youtube.com/watch?v=jgPUlzbe8AA&list=PLhPrAwI90cFLLgF9AqJetqdQj49mhrl37&index=5>

Cobo, J. (s.f). Cambios físicos y psíquicos de la vejez, Tema 3. Recuperado de:  
<http://www.logoss.net/uploads/cursos/temamuestra/tema271.pdf>

Cuello, C. (s.f). La vejez y la muerte Recuperado el 2 de marzo 2016 de  
[http://www.querencia.psico.edu.uy/revista\\_nro4/celica\\_cuello.htm](http://www.querencia.psico.edu.uy/revista_nro4/celica_cuello.htm)

Culture And Gender Stereotyping in Advertisements (2015) Social Phych Online  
Recuperado de <http://socialpsychonline.com/2015/08/culture-gender-stereotyping-advertising/>

Delgado, J. & Gutiérrez, J. (2004). *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*. Madrid, España: Síntesis S. A. pp. 287-316.

De León, J. (2008) *Cuando las consecuencias no son suficientes*. Nashville, Tennessee, Estados Unidos: Grupo Nelson.

Del Popolo, F. (2001). Características sociodemográficas y socioeconómicas de las personas de edad en América Latina, Serie Población y Desarrollo. *Comisión Económica para América Latina y el Caribe/Centro Latinoamericano y Caribeño de Demografía*, Santiago, Chile. (14), 1-84.

Diario Oficial de la Federación (2002) Ley de los Derechos de las Personas Adultas Mayores Recuperado de [https://legislacion.vlex.com.mx/vid/ley-derechos-personas-adultas-42583696?\\_ga=1.192451946.1979902412.1492733944](https://legislacion.vlex.com.mx/vid/ley-derechos-personas-adultas-42583696?_ga=1.192451946.1979902412.1492733944)

Díaz, A. & Fernández, F. (2004). Adquisición de estereotipos sexuales a través de los medios de comunicación. *Comunicar*. 121-123 recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/1049934.pdf>

Díaz, A., Saldaña, D., Sánchez, I. & Vargas, U. (2013). Teorías de la comunicación. [Mensaje en un blog]. Facultad de Estudios Superiores Aragón México: UNAM  
Recuperado de

<http://hacialacomunicacionyelperiodismo.blogspot.mx/2013/04/modelos-de-la-comunicacion.html>

Domínguez, I. (2001). *Impacto de la publicidad en el impacto del consumidor*. (Tesis para licenciatura, Universidad Veracruzana) Recuperada de <http://cdigital.uv.mx/bitstream/12345678/22/1/DominguezMartinez.pdf>

Döring, M. (2000). *El mexicano ante la sexualidad* México: Fontamara.

Escobar, J. & Bonilla, F. (2009) Grupos Focales: una guía conceptual metodológica. *Hispanoamericanos de Psicología*. 9(1), 51-67 Recuperado de <http://www.tutoria.unam.mx/sitetutoria/ayuda/gfocal-03122015.pdf>

Escorcía, B. & Gómez, M. (2007). *Concepto de sexualidad en la vejez desde la perspectiva de género* (Tesis para obtener el título de psicología, no publicada) Facultad de psicología: México.

Excélsior (15 junio 2016) Más del 10% de la población en México, mayor de 60 años. [Sección Nacional – Estados]. Recuperado de <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2016/06/15/1098876>

Expansión (12 agosto 2015) Los adultos mayores ganan terreno en la población recuperado de <http://expansion.mx/economia/2015/12/08/los-adultos-mayores-ganan-terreno-en-la-poblacion-inegi>

Faller, A. & Schünke, M. (2006). *Sistema Endocrino Estructura y función del cuerpo Humano*, España: Paidotribo.

Feliu, J. & Lajeunesse, S. (2004). Influencia Conformidad y obediencia. La paradojas de la interacción social. En Ibañez, T. (Ed.) *Introducción a la psicología social*. Barcelona: UOC.

Feme, N. (2006.). Los mensajes subliminales en las publicidades. Recuperado de <http://biblioteca.duoc.cl/bdigital/admi/mensajes-subliminales.pdf>

- Fernández, C. & Galguera, L. (2009). *Teorías de la comunicación*. México: Mc Graw Hill.
- Fernández, M. (2005). La influencia de la televisión en los hábitos del consumo del telespectador: Dictamen de las asociaciones telespectadoras. *Comunicar*. Huelva, España (25) Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/158/15825083.pdf>
- Fernández, R. (s.f.). Psicología de la vejez. Recuperado de <http://www.encuentros-multidisciplinares.org/Revistan%C2%BA16/Roc%C3%ADo%20Fernandez%20Ballesteros.pdf>
- Fiske, M. (1980) *Edad Madura ¿Lo mejor de la vida?* Holanda: Multimedia Publications.
- Fiske, S. & Taylor, E. (1991). *Social Cognition*. (2da Ed) US: Mc Graw Hill International.
- Fjell, A. & Walhovd, K. (2010). Structural brain changes in aging: Courses, causes and cognitive consequences. *Reviews in Neurosciences*, 21, 187-221.
- Font, V. (1996). Esquemas cognitivos: Algunos ejemplos de su aplicación a las matemáticas. *Suma* Recuperado de <https://revistasuma.es/IMG/pdf/22/051-057.pdf>
- Galeano, M. (2004). *Diseño de proyectos en la investigación cualitativa*. Colombia, Universidad Eafit: Fondo Editorial.
- Garay, S. & Montes de Oca, V. (2011) La vejez en México: una mirada general sobre la situación socioeconómica y familiar de los hombres y mujeres adultos mayores. *Perspectivas sociales*. 13(1) Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3705692>
- García, M. & Rodríguez, M. (2000). El grupo focal como técnica de investigación cualitativa en salud: diseño y puesta en práctica. *Atención Primaria*, 25(3). Recuperado de:

<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S021265670078485X>

- García, P. (2005). Identidad de género modelos explicativos. *Escritos de Psicología* (7) Universidad de Huelva, España. Pp. 71-81
- García, S. & Ramos, L. (1998). *Medios de comunicación y violencia*. Distrito Federal, México: Fondo de cultura económica.
- Garrido, M. (2007). Estereotipos de género en publicidad: La creatividad encrucijada sociológica. *Creatividad y Sociedad*. Recuperado de <http://www.creatividadysociedad.com/articulos/11/Creatividad%20y%20Sociedad.%20Estereotipos%20de%20ge%CC%81nero%20en%20la%20publicidad.pdf>
- Gerbner, G. (1999). Cultivation analysis: An overview. *Mass Communication and Societ*. California, United States 34(1), 175-194.
- Giro, J. (2005) [Coordinador]. *Envejecimiento demográfico*. Envejecimiento Salud y Dependencia. Universidad de la Rioja. pp17. Párr. 1 y 2.
- Goldman, L. & Schafer, A. (2011) *Common clinical sequelae of aging*. (24° Ed). *Filadelfia:Goldman's Cecil Medicine*.
- Gollan, T., Salmon, D., Montoya R. & Galasko, R. (2011). Degree of bilingualism predicts age of diagnosis of Alzheimer's disease in low-education but not in highly educated Hispanics. *Neuropsychologia*, 49, 3826-3830.
- Gómez, J. (2013). *Psicología de la sexualidad*. Madrid, España: Alianza editorial.
- Gonzalbo, P. (2011). La familia en México en la época colonial. *H México*. Centro de Estudios Históricos. Recuperado de <http://www.h-mexico.unam.mx/node/6550>
- González, J., Núñez, C. Glez, S. & García, M. (1997). Autoconcepto, autoestima y aprendizaje escolar. *Phicothema*, 9(2), 271-289. Recuperado de <http://www.psicothema.com/pdf/97.pdf>

- González, R., Nuñez, L., Hernández, O. & Betancourt, M. (2005). Sexualidad en el adulto mayor: Mitos y realidades. *Archivo Médico de Camagüey*. Camagüey, Cuba 9 (14), 1-10.
- Gruyters, W. (s.f.) Como la televisión ejerce influencia en la sociedad. Universidad de Groningen. Recuperado de <http://odur.let.rug.nl/dejonge/courses/ckio/web/trabajos/gruyters.pdf>
- Guijarro, T. & Muela, C. (2003) *La música, la voz, los efectos y el silencio en la publicidad*. Madrid, España: Dossat 2000.
- Haiek, E. (s.f.). Efectos de la televisión en la sociedad. RRPP Portal de relaciones públicas [Apuntes, Tesis] Recuperado de <http://www.rrppnet.com.ar/efectostv.htm>
- Ham, R. (1999) El Envejecimiento en México: de los conceptos a las necesidades. Toluca, Estado de México: Papeles de población 5 (19), 7-21
- Hamui, S. & Varela, M. (2012). Técnica de grupos focales: Investigación en educación médica. *Elsevier*. 2(1), 55-60
- Harris, J & Sanborn, F. (2014). *Cognitive Psychology of Mass Communication*. ( 6ta Ed.) New York, Estados Unidos: Routledge, Taylor & Francis group.
- HelpAge (2015) Global Age watch Index recuperado el 28 de marzo 2016 de <http://www.helpage.org/global-agewatch/population-ageing-data/population-ageing-map/>
- Herrera, A. (2003). Sexualidad en la vejez ¿Mito o realidad? *Revista Chilena de Obstetricia y Ginecología*. Chile 68(2). Recuperado de [http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0717-75262003000200011&lng=es&nrm=iso&tlng=e](http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-75262003000200011&lng=es&nrm=iso&tlng=e)
- Hess, T. & Blanchart, F. (1999). Age stereotypes as person perceptions schemas. *Social Cognition and Aging*. Orlando, Florida: Academic Press. p.176.

- Hewstone, M., Stroebe, W., Codol, J. & Stephenson, G.(1990). Cognición social. *Introducción a la Psicología Social*. Barcelona, España: Ariel. pp 99-195.
- Hill, C. (2008) Chapter 1: The study of Sexuality. *Human Sexuality : Personality and Social Psychological Perspectives*. United States : Sage publications. (pp 1-25).
- Hogg, M. & Vaughan, G. (2008). *Psicología social* (5ta ed.) Madrid, España: Médica Panamericana.
- Iacob, R. (2013). Las emociones en el curso de la vida. Un marco conceptual. *Revista Temática Kairós Gerontología*. Sao paulo, Brazil. 16(4), 15-39.
- Igartua, J. & Moral, F. (2012). Psicología de los medios: Panorama y Perspectivas. *Escritos de Psicología*. 5(3) Recuperado de [http://www.escritosdepsicologia.es/descargas/revistas/vol5num3/vol5num3\\_1.pdf](http://www.escritosdepsicologia.es/descargas/revistas/vol5num3/vol5num3_1.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2016). Estadísticas a propósito del día mundial de la población 11 de julio. Recuperado de [http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/aproposito/2016/poblacion2016\\_0.pdf](http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/aproposito/2016/poblacion2016_0.pdf)
- ISEEK (s.f.) What is communication? Recuperado de <http://education.iseek.com/iseek/clean/result.html?tr=http%3a%2f%2fwww.skillsyouneed.com%2fgeneral%2fwhat-is-communication>.
- Jacquinet, G. (1996). *La escuela frente a las pantallas*. Buenos Aires, Argentina: Aique
- Jayme, M. & Sau, V. (2004). Distinguiendo género de sexo: algunas definiciones. *Psicología diferencial del sexo y del género*. España: Icaria. (pp. 54-91).
- Kalra, G. Subramanyam, A. & Pinto, C. (2011). Sexuality: Desire, activity intimacy in the elderly. *Indian Journal and Psychiatry*. 53(4), 300-306.
- Kaplún, M. (1994). El estudio de la recepción: un área prioritaria de investigación ante los nuevos desafíos. *Investigar la comunicación*. Propuestas iberoamericanas. México, Universidad de Guadalajara.

- Katchadourian, H. & Lunde, D. (1980). *Fundamentals of human sexuality* (3er. Ed.). New York: Holt Rinechart & Winston.
- Krippendorff, K. (1990). Metodología de análisis de contenido: Teoría y práctica. Barcelona, España: Paidós
- Lamm, L. & Porias, S. (2007). Cambios fisiológicos durante el envejecimiento del sistema reproductor masculinos. *Medigraphic, Revista de Endocrinología y Nutrición*: México. 5(4), 207-216.
- Lee, M. (1999) A Social Cognitive Perspective on Age Stereotypes. En Hess, T. & Blanchart, F.(Eds.) *Social Cognition and Aging*. (pp. 175-19) Orlando, Florida: Academic Press.
- Ley General de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes (2014) Cámara de diputados Recuperado de [http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGDNNA\\_041214.pdf](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGDNNA_041214.pdf)
- Leyens, J. & Codol, J. (1988). "Social cognition", En M. Hewstone, W. Stroebe, J.-P. Codol & G. M. Stephenson (Eds.), *Introduction to Social Psychology*. Oxford: Blackwell.
- López, F. (2012) *Sexualidad y afectos en la vejez*. Madrid, España: Pirámide. Recuperado de [https://books.google.com.mx/books?id=OsSUBQAAQBAJ&pg=PA103&dq=el+tacto+en+la+vejez&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwj6r\\_zf0b3QAhXhjlQKHSHZAZMQ6AEIKTAB#v=onepage&q=el%20tacto%20en%20la%20vejez&f=false](https://books.google.com.mx/books?id=OsSUBQAAQBAJ&pg=PA103&dq=el+tacto+en+la+vejez&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwj6r_zf0b3QAhXhjlQKHSHZAZMQ6AEIKTAB#v=onepage&q=el%20tacto%20en%20la%20vejez&f=false)
- López, M. & Rodríguez, M. (2011). *Género y sexualidad en el México antiguo*. Puebla, México: Centros de Estudios de Antropología de la mujer.
- Loreto, C. (2006). La sexualidad en la vejez. *Indice*. (15) Recuperado de <http://www.revistaindice.com/numero15/p14.pdf>
- Marañón, F. & Muñiz, C. (2012). Estereotipos mediáticos de los indígenas. Análisis de las representaciones en programas de ficción y entretenimiento de televisoras en

- Nuevo León. *Razón y Palabra*. Monterrey, Nuevo León (80), 1-23. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4744565>
- Marina, J. (2002). *El Rompecabezas de la sexualidad* Barcelona, España: Compactos Anagrama.
- Márquez, G. (1985). *El amor en los tiempos del cólera*. Ciudad de México: Diana.
- Marshall, M. (2009). *Comprender los medios de comunicación: Las extensiones del ser humano*. Barcelona, España: Paidós.
- Martin, H. y Halverson, C. (1983). Gender constancy: A methodological and theoretical analysis. *Sex Roles*, (9), 775-790.
- Martínez, M. (2012). Definición y alcance de la comunicación: Una aproximación psicológica. *Psicología de la comunicación*, 3-23. Universidad de Barcelona  
Recuperado de [http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/30802/7/PsicologiaComunicaci%C3%B3nMMartinez\\_M.pdf](http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/30802/7/PsicologiaComunicaci%C3%B3nMMartinez_M.pdf)
- Masterman L. (1993). *La enseñanza de los medios de comunicación*. Madrid, España: Ediciones de la Torre.
- McCary, J., McCary, S. Álvarez, L., del Río, C. & Suárez, L. (1996). *Sexualidad Humana de McCary*. (5ta Ed.). México: Manual Moderno.
- Medwave (2001) Cambios fisiológicos en la tercera edad, Physiological changes of aging Revista biomédica Recuperado en <http://www.medwave.cl/link.cgi/Medwave/PuestaDia/Congresos/1110>
- Mesonero, A. (2013) Envejecimiento y funciones cognitivas: Las pérdidas de la memoria y los olvidos frecuentes. *International Journal of Developmental and Educational Psychology. IFAD Revista de Psicología*. 2 (1), 317-326.
- Monsalve, A. (2003). El modelo de Shanon. *Teoría de información y comunicación social*. Quito Ecuador: ABYA YALA. pp. 24-28. (libro)

- Morales, V. (2011) Adultos mayores, población con mayor tasa de crecimiento. Boletín UNAM. Ciudad Universitario, Ciudad de México Recuperado de [http://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2011\\_507.html](http://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2011_507.html)
- Moscovici, S; Mugny, G & Pérez, A. ( 1991). *La influencia social inconsciente. Estudios de psicología social experimental*. Barcelona, España: Anthropos.
- Moya, F. (2012) ¿Declive permanente en las capacidades de las personas mayores? En López & Noriega (Eds), *Envejecimiento y relaciones intergeneracionales*. (pp 29-65) Madrid, España: CEU Ediciones.
- Moya, M. (1999). Persuasión y cambio de actitudes. *Psicología Social*. Madrid, España: MC Gaw Hill.
- Mulligan, T. (1998) *Cambios físicos que afectan la sexualidad en la vejez*. Universidad del Valle: Colombia 29, 148- 154.
- Musitu, G. ( 1993). *Psicología de la comunicación humana*. Buenos Aires, Argentina: Lumen.
- Myers, D. (2005) La cultura del género, *Psicología*. (7° Ed.) Buenos Aires, Madrid: Panamericana. pp. 127- 133.
- Narula, U. (2006). Basic Communication Models. *Communication models*. New Delhi, India: Distributors, Publisher. pp 11- 44.
- Navarrete, L. (Ed), Rejane, M. , Mogollón A., Fernández, J., Delgado, E. &Vargas, I. (2006) *Introducción a las técnicas cualitativas de investigación aplicadas en salud* (pp. 62- 70) Universidad Autónoma de Barcelona.
- Núñez, S. (2005). Género y televisión: Estereotipos y mecanismos de poder en el medio televisivo. Madrid, España. *Comunicar*. 25(2), 1-6.
- Olmo, M. (2005). Prejuicios y estereotipos: Un replanteamiento de su uso y su utilidad como mecanismos sociales. *Educación* . Huelva, España. 7, 13-23. Recuperado

de<http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1957/b15162084.pdf?sequence=1>

- Orozco, G. (2000) *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*. México: Instituto para el desarrollo Comunitario A.C.
- Otero, E. (1997). *Teorías de la comunicación* (2da Ed.), Santiago, Chile: Colección textos universitarios.
- Páramo, V. (2009). Sexualidad sana; Efectos psicológicos. *Sexualidad: Intención Atención, dedicación: Formación Alcalá*. pp. 37-40. (libro)
- Park, R. (s.f.). La masa y el público: Una investigación metodológica y sociológica. Recuperado de [http://reis.cis.es/REIS/PDF/REIS\\_074\\_19.pdf](http://reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_074_19.pdf)
- Pastor, A., Escobar, D., Mayoral, E. & Ruíz, F. (2011). *Cultural general, lengua, comunicación y Literatura*. Madrid, España: Paraninfo.
- Pastor, Y. (2006). *Psicología social de la comunicación. Aspectos básicos y aplicados*. España: Pirámide.
- Perdomo, I., Leyani, N., Segredo, A. M. y Martín, X. (2010). cmi131c.pdf. Retrieved April 16, 2015, Recuperado de: <http://www.medigraphic.com/pdfs/revcubmedgenint/cmi-2013/cmi131c.pdf>
- Pereira, C., Seoane, E. & Sueiro, E. (2001) La educación para la salud y el consumo en las personas mayores desde los estímulos culturales, en Colom A. & Orte C. (Coords.). *Gerontología educativa y social*. España: Palma.
- Pérez, A. (2014). La percepción social de la vejez. Recuperado de <http://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/585/La%20percepcion%20social%20de%20la%20vejez.pdf?sequence=1>
- Pérez, V. (2005). El deterioro cognitivo: una mirada previsor. *Revista Cubana de Medicina General Integral*. La Habana 21(1-2) Recuperado de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S086421252005000100017&script=sci\\_arttext](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S086421252005000100017&script=sci_arttext)

- Petrassi, M. La agenda de la opinión pública a través de la discusión grupal. Una técnica de investigación cualitativa, en Lia, A (2004) (Ed). *Metodologías cualitativas en ciencias sociales. Modelos y procedimientos de análisis*. Buenos Aires, Argentina: Biblos.
- Phillips, L., MacLean, R. & Allen, R. (2002). Age and the Understanding of Emotions, Neuropsychological and Sociocognitive Perspectives, *Oxford Journals*. Aberdeen University Recuperado de <http://psychogerontology.oxfordjournals.org/content/57/6/P526.full?sid=149017bd-2578-45f9-ba68-6c8fd225a836>
- Pinazo, S. & Pastor, Y. (2006). Modelos teóricos en el estudio de la comunicación, en Pastor Y. (Coord.). *Psicología Social de la Comunicación. Aspectos Básicos y Aplicados*. Madrid: Pirámide. pp. 19-43
- Piñuel, J. & García, J. (Junio de 2001). Research Group nº 51 (ISA). “Autopoiesis y comunicación”. III Congreso Internacional de Sociocibernética. León, Guanajuato México
- Piñuel, J. (2002) Epistemología, metodología y análisis de contenido. *Estudios de Sociolingüística* 3(1), 1-42.
- Pozo, J. (2006). Enfoque semántico: Teoría de los esquemas. *Teorías cognitivas del aprendizaje* (9º Ed.) Madrid, España: Morata S.L. pp. 133- 145.
- P&G (2015, 02,05). Lección N° 27” La verde impecable” [Archivo de video] recuperado de [https://www.youtube.com/watch?v=ZXjyRky8\\_Yw&list=PLuT2cfNltu-VfjoFFhM4ut2azt6CO35E3&index=2](https://www.youtube.com/watch?v=ZXjyRky8_Yw&list=PLuT2cfNltu-VfjoFFhM4ut2azt6CO35E3&index=2)
- Ramírez, M. (s.f). El adulto mayor a lo largo del tiempo Recuperado en: <http://www.adigac.org/Documents/articulo%20Karla%201.pdf>
- Ramos F. & González H. (1994). La Sexualidad en la Vejez. En Buendía J. (Ed.) *Envejecimiento y Psicología de la Salud* (pp. 151-178). España: Ed. Siglo XXI

- Reardon, K. (1991). *La persuasión en la comunicación: Teoría y contexto*. México: Paidós Mexicana.
- Richard, W. & Besdine, M. (s.f). Changes in the body with aging. MerckManual Profesional Version for doctors: Kenilworth,NJ, USA. Recuperado de <https://www.merckmanuals.com/home/older-people-s-health-issues/the-aging-body/changes-in-the-body-with-aging>
- Rizo, M. (2006a). La interacción comunicológica de la interacción. La interacción y la comunicación desde los enfoques de la psicología social y la sociología fenomenológica. Breve exploración teórica. *Análisis*, 33. Academia de comunicación y cultura: Universidad Nacional Autónoma de la Ciudad de México. Recuperado de <https://ddd.uab.cat/pub/analisi/02112175n33/02112175n33p45.pdf>
- Rizo, M. (2006b). La psicología Social como fuente teórica de la comunicología. Breves reflexiones para explorar un espacio conceptual común. *Andamios*, 3(5), 163-164.
- Rodríguez, L. (2015). Descenso del deseo sexual y salud sexual del varón. Instituto de Urología y Medicina Sexual: México Recuperado de: <http://www.institutouroandologico.com/servicios/descenso-deseo-sexual/>
- Rojas, L. (s.f.) La mujer mexicana a través de los años: Repercusiones históricas laborales como factores de empuje en la migración internacional. Recuperado de [http://caterina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lri/rojas\\_g\\_i/capitulo2.pdf](http://caterina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lri/rojas_g_i/capitulo2.pdf)
- Rojas, V. (2008) Influencia de la televisión y de los videojuegos en el aprendizaje y conducta infanto-juvenil. *Chil, pediatr.* 79(1) Santiago, Chile, 80-85.
- Rosero, C. (2013). Erotismo en la Sexualidad. *Revista de Psicología*. 4(2) Universidad Mariana, Colombia, 1-13.
- Santaemilia, J.(2003). *Género, Lenguaje y Traducción*. Valencia, España: Generalitat Valenciana

- Santrock, J. (2006). Sección 9: Vejez. *Psicología del desarrollo Humano*. (10° Ed). Madrid, España: Mc Graw Hill. (pp. 610-698)
- Sartori, G. (2006). Progresos y regresiones. *Homo videns. la sociedad*. México: Punto de lectura. pp. 47-49.
- Sedeño, A. (2011) La música en los comerciales televisivos. El arma secreta. Recuperado de [http://www.sinfoniavirtual.com/revista/018/musica\\_comerciales\\_televisivos.php](http://www.sinfoniavirtual.com/revista/018/musica_comerciales_televisivos.php)
- Seegmiller, J. (1990). Age-Related Physiological Changes and Their Clinical Significance *Western Journal of Medicine*: University of California. pp 434-440. Recuperado de <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1273316/pdf/westjmed00220-0011.pdf>
- Serrano, C. & Zarza, P. (2013). Erotismo consumo cultural que evidencia violencia simbólica. *Uaim*, 9(3), 101-119.
- Silva, C. (2016). El enfoque interaccional de la comunicación humana: Marco teórico y conceptual. Desarrollo y Revisión crítica. [Resumen, Tesis de posgrado] Repositorio académico de la ciudad de Chile. Recuperado de <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/138857?show=full>
- Smith & Gove (2005). Physical Changes of Aging University of Florida Recuperado de <https://edis.ifas.ufl.edu/pdffiles/HE/HE01900.pdf>
- Soto, A. (2005) Los derechos sexuales y reproductivos en México. Distrito Federal, México Folleto: Movimiento Ciudadano. Recuperado de <http://movimientociudadano.mx/sites/default/archivos/tareas-editoriales/Divulgacion%20y%20Difusion%204.pdf>
- Stanton, W., Etzel, M. & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing*. (14° Ed.). México: MC Graw Hill.

- Stein, L. (s.f). Sex and Seniors: The 70 Year- Itch. *Health day* Recuperado de <https://consumer.healthday.com/encyclopedia/aging-1/misc-aging-news-10/sex-and-seniors-the-70-year-itch-647575.html>
- Suárez, J. (2006) *La mujer construida: Comunicación e identidad femenina*. España: MAD.S.L.
- Taylor, S. & Bogdan, R. (1984) Introducción a los métodos cualitativos de investigación. New York City, UA: Paidós.
- Thews, G., Mutschler, E. & Vaupel, P. (1983). Capítulo 19: Órganos de la reproducción y embarazo. *Anatomía, Fisiología y Patofisiología del hombre*. Barcelona España: Reverte
- Trueba, J. (2008) *Historia de la sexualidad en México*. México: Grijalbo.(libro)
- Valdez, J., Díaz, R. & Pérez, B. (2005). *Los hombres y las mujeres en México: dos mundos distantes y complementarios*. Toluca (México): UAEM.
- Velandia, A. & Rincón, J. (2014) Estereotipos y roles de género utilizados en la publicidad transmitidas a través de la televisión. Bogotá, Colombia. *Universitas Psychologica*, 13(2), 517-527. DOI:10.11144/Javeriana.UPSY13-2.ergu
- Velázquez, S. (s.f). Sexualidad responsable. Universidad Nacional Autónoma del Estado de Hidalgo Recuperado de <https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/14913/PR-ES44.pdf?sequence=1>
- Vera, L. (2005). Televisión y espectadores. *Comunicar*. Huelva, España (25), 203- 210 Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/158/15825028.pdf>
- Viladot, A. (2008). *Lengua y comunicación intergrupala*. Barcelona, España: UOC
- Wong, L.; Alvarez, Y.; Domínguez, M & González, A. (2010) *La sexualidad en la tercera edad. Factores fisiológicos y sociales*. Médica Electrónica. Recuperado

de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1684-18242010000300011](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1684-18242010000300011)

Wyer, R. (1997) *Advances in Social Cognition: The automaticity of every day life*. X New York: Psychology Press.

Zetina, G. (1999). *Conceptualización en el proceso de envejecimiento*. Toluca Estado de México: Papeles de población 5 (19), 21-41.

Zibberman, F. & Christakis, D. (2005) Children television viewing and cognitive outcomes: a longitudinal analysis of Nacional Data. Recuperado de <http://jamanetwork.com/journals/jamapediatrics/fullarticle/486070>

### **Referencias de Instituciones**

American Psychological Association (APA) (2011). Definition of terms: Sex, Gender, Identity, Sexual Orientation. Recuperado de <http://www.apa.org/pi/lgbt/resources/sexuality-definitions.pdf>

Consejo Nacional de Población (CONAPO) (2005) Índices de marginación por entidad federativa. Recuperado de [http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Indices\\_de\\_marginacion\\_2005\\_](http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Indices_de_marginacion_2005_)

Instituto Nacional de Geriátrica (17 noviembre 2016). Envejecimiento. Secretaría de la Salud. Recuperado de <http://www.geriatria.salud.gob.mx/contenidos/menu5/envejecimiento.html>

Instituto para la atención de Adultos mayores del Distrito Federal <http://www.adultomayor.df.gob.mx/>

Instituto para la Atención de Adultos Mayores del Distrito Federal (IAAM) (06 agosto 2016) Recuperado de <http://www.adultomayor.df.gob.mx/>

Instituto para la Atención de Adultos Mayores del Distrito Federal (IAAM) Listado de albergues, casas hogar, asilos, estancias y casas de día para adultos mayores. Recuperado de

[http://www11.df.gob.mx/virtual/joomla\\_adultomayor/index.php/avisos-importantes/93-albergues-casas-hogar-asilos-estancias-casas-de-dia-para-adultos-mayores-en-la-ciudad-de-mexico](http://www11.df.gob.mx/virtual/joomla_adultomayor/index.php/avisos-importantes/93-albergues-casas-hogar-asilos-estancias-casas-de-dia-para-adultos-mayores-en-la-ciudad-de-mexico)

Instituto Nacional de Estadística y geografía. (2012) Censo poblacional índice de envejecimiento por entidad federativa y sexo. Recuperado (25 junio 2016) de <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/sisept/Default.aspx?t=mdemo151&s=est&c=29257>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. [INEGI]. (2014) Estadísticas a propósito del día Internacional de las personas de edad Recuperado (2 abril 2016) de <http://www.inegi.or.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/contenidos/estadisticas/2014/adultos0.pdf>

Sociedad Norteamericana de Menopausia (2010). La menopausia. El estrógeno y la progesterona utilización en mujeres posmenopáusicas. 17 (2), 242- 255.

