



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**LA RADIO DE SERVICIO PÚBLICO EN EL D.F.: UNA OPCIÓN PARA
FOMENTAR UNA CULTURA DE ENVEJECIMIENTO Y VEJEZ ACTIVA
(CASO "POR LA VEREDA" Y "VOCES EN PLENITUD")**

TESIS



QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA

ZAIRA CELINA HERNÁNDEZ SANTILLÁN

ASESORA: MTRA. ROSAURA AVALOS PÉREZ

MÉXICO, D.F.

SEPTIEMBRE, 2015



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Agradecimientos

Quiero expresar mi sincero agradecimiento a la Maestra Rosaura Avalos Pérez, quien siempre me asesoró con una actitud entusiasta en este proyecto. Del mismo modo agradezco a mi co-asesor (aunque oficialmente no haya esta figura, pero que debería porque en la praxis existen y son necesarios), el Maestro Rubén Santamaría Vázquez, quien siempre tuvo la disposición de apoyarme cuando tuve dudas y confusiones durante este arduo proceso de realización. También quiero agradecer a mis sinodales (Eduardo F. Aguado Cruz, Areli A. Castañeda Díaz, Fátima Fernández Christlieb), por sus comentarios y sugerencias tan acertados y de gran ayuda. Asimismo agradezco a todos los que colaboraron de alguna manera en la realización de este proyecto.

Deseo externar un profundo agradecimiento a mi familia, quien siempre me ha apoyado en todos los proyectos que he ejecutado; a mis hermanos Francisco y Yazmín, que cuando les he pedido opiniones y apoyo, siempre han estado ahí; a mi tío Luis, quien es una de las principales personas que me inspiraron a abordar el tema del envejecimiento, a mis abuelitas (Carmen y Chayo), quienes desde la lejanía me acompañan, a mis padres Juan y Mary, quienes son las personas más hermosas que conozco, y que siempre me han brindado su total apoyo en este proceso y en toda mi vida.

Índice

Introducción.....	1
<u>Capítulo 1</u>	10
Radio de servicio público: Un modelo necesario en nuestra sociedad	10
1.1 El papel de los medios de comunicación masiva en una sociedad	11
1.2 La radio se mete hasta en la cocina: importancia de la radio en una sociedad	13
1.3 Antecedentes de la radio de servicio público	18
1.4 Radio de servicio público: el ingrediente secreto	21
1.5 Legislación de los medios de comunicación masiva en México	32
1.6 Educación informal en la radio de servicio público para fomentar una cultura de un envejecimiento y vejez activa	39
<u>Capítulo 2</u>.....	44
El próximo rostro de México: La vejez	44
2. Definición de vejez y envejecimiento	46
2.1 Aumento de la población vieja en el mundo, en México y en el D.F.....	52
2.2- Violencia, discriminación y abandono en la vejez	58
2.3 Viejismo y edadismo.....	68
2.4 Cultura de un envejecimiento y vejez activa	79
<u>Capítulo 3</u>.....	84
Metodología de la Investigación:	84
Análisis de Contenido.....	84
3.1 Primer paso: Monitoreo de programas de radio de servicio público que abordan el tema de la vejez y del envejecimiento.....	85
3.2 Análisis de contenido como técnica de investigación.....	90
<u>Capítulo 4</u>.....	114
Análisis de contenido de los programas de radio “Por la vereda” y “Voces en plenitud”, del Instituto Mexicano de la Radio (IMER).....	114

4.1 Análisis de <i>Por la vereda</i>	116
4.1.2 Análisis <i>Por la vereda 2</i>	127
4.2 Análisis de Voces en Plenitud.....	135
Conclusiones	149
Bibliografía	157

Introducción

En nuestro país se vislumbra un aumento acelerado de personas viejas, lo que conlleva una reestructuración de la población, modificaciones, demandas, necesidades, situaciones nuevas en nuestra historia demográfica.

Este envejecimiento poblacional inició, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), desde hace 40 años, y se ha acrecentado continuamente de manera apresurada. Se prevé que en el 2050 más de la cuarta parte de la población sea mayor de 65 años.

Ante esta perspectiva, es necesario conocer las características, definiciones, derechos y situaciones que se presentan alrededor de la vejez y del envejecimiento, además de contemplar herramientas comunicacionales que pueden hacer frente a los retos y aprovechar las oportunidades que se desencadenan de este panorama, como contribuir a la erradicación de la idea de que envejecer es negativo, y propiciar una concientización respecto a esta etapa de vida.

Aunque la Internet cada día gana más usuarios, y los medios tradicionales de comunicación masiva, como la prensa, la radio y la televisión, están regidos por una anquilosada libertad de opinión¹, de expresión, y por un modelo económico y político que los desvirtúa como herramienta de desarrollo social y educativo, es innegable que tienen mayor audiencia y penetración en nuestra sociedad, son un referente importante.

No obstante, los medios públicos, específicamente la radio, tienen características con grandes alcances que permiten accionar ante situaciones que necesitan atención.

¹ Un caso que ejemplifica esta postura es el del periodista, locutor y conductor, José Gutiérrez Vivó, quien en una entrevista que da al diario *El país*, relata su experiencia como comunicador y periodista en México; en donde menciona que se interrumpieron sus programas, tuvo demandas infundadas y sufrió de amenazas de muerte debido a su ejercicio en un programa de radio en Grupo Monitor. En esta entrevista Vivó menciona lo siguiente: "A mí me sacó del aire Felipe Calderón. Fox dio el golpe, pero fue Calderón el que desmanteló todo operativamente. La Junta de Conciliación y Arbitraje nos sacó con un fallo hecho expresamente contra nosotros. Inventaron una huelga y se fueron en mi contra, a pesar de que el patrón de los trabajadores era Francisco Aguirre, de Grupo Radio Centro. Comenzaron episodios nada agradables contra mi persona y me vi en la necesidad de retirarme del país". Consultado y sustraído en junio del 2015 en http://internacional.elpais.com/internacional/2015/03/24/actualidad/1427225529_671207.html



Por lo tanto, la línea de investigación del presente trabajo se desenvuelve bajo la parcela de dos temas que requieren ser reflexionados, explorados, estudiados desde la perspectiva de la comunicación; la vejez y el papel de los medios públicos, específicamente de la radio, en nuestro país.

Cabe señalar que los tópicos del envejecimiento pueden ser abordados desde diversos enfoques comunicacionales, así, el presente trabajo surgió con anhelos de recorrer distintas vertientes sobre el tema de la vejez frente a distintos procesos comunicativos: El papel de la danza en esta etapa de vida, la figura de los medios de comunicación masiva ante el envejecimiento, los efectos de productos audiovisuales que abordan el tema de la vejez, el desarrollo de propuestas de productos audiovisuales con objetivos dirigidos hacia este sector poblacional.

Fue poco a poco como este proyecto se fue definiendo hasta llegar a un análisis de contenido de tres programas de radio de dos series radiofónicas (uno de *Por la vereda* y dos de *Voces en plenitud*) que responden al modelo público de medios.

De acuerdo a *La imaginación sociológica* de Charles Wright Mills, el contexto en el que se encuentra inmerso un estudioso o investigador, lo transgrede, lo delimita, al igual que a sus proyectos de investigación y/o trabajos escritos. De las primeras ideas de la imaginación sociológica está la siguiente: “El individuo sólo puede conocer sus propias posibilidades en la vida si conoce las de todos los individuos que se hallan en sus circunstancias.”²

Así, una situación familiar que se relatará a continuación dirigió este trabajo hacia la exploración de la radio y la vejez, bajo la parcela de un análisis de contenido de tres programas de radio de dos series radiofónicas que abordan temas de vejez y envejecimiento, y que tienen como público objetivo a personas viejas.

Un tío tiene una enfermedad llamada glaucoma, que se le desarrolló debido a la diabetes mellitus, por lo que está perdiendo paulatinamente la vista. Él es pensionado, y, aunque antes se hacía cargo de un pequeño rancho de borregos y guajolotes, su estado de salud ha impedido que continúe, además, está educado bajo patrones que lo hacen aún menos activo, por ejemplo, nunca se hizo cargo de

² Wright Mills Charles. *La imaginación sociológica*. FCE. México, 1995. P. 25.



lavar y planchar su ropa, no se hace responsable de sus medicamentos, no realiza ninguna actividad doméstica. Al tener baja visión, sufrir de hipertensión, de problemas musculares, lleva una vida muy sedentaria, se aburre con facilidad, fuera de las actividades de una casa de día a la que acude desde hace poco tiempo, no tiene mayor entretenimiento.

Antes se entretenía con la televisión, pero ahora ya no la disfruta tanto porque ve poco, no puede leer, pero sí escuchar radio y música, aunque es claro que no disfruta de cualquier producto audiovisual, y menos de la radio, que es el medio al que tiene más accesibilidad. Ante esta situación es que surgieron cuestionamientos respecto a la radio, a sus programas, a sus formatos, a sus contenidos, para conocer sus posibilidades ante un caso como el de este familiar.

La estructura, los formatos radiofónicos empleados, el contenido presentado, así como todos los elementos de una producción sonora resultan determinantes en la efectividad del mensaje que se quiere comunicar, en el cumplimiento de los objetivos que se tienen planteados dentro de cualquier producto audiovisual, si cualquiera de estos elementos no son efectivos ni concuerdan con esto, se desviarán o no se cumplirán.

A través de la técnica análisis de contenido de tres programas de radio pertenecientes a dos series radiofónicas (dos de *Por la vereda* y uno de *Voces en plenitud*) del Instituto mexicano de la Radio (IMER) se pretende **conocer** las características y elementos que conforman dichos programas y **cómo** éstos fomentan y/o contribuyen a generar una cultura de la vejez y envejecimiento activo.

Cabe señalar que este trabajo pertenece a un primer nivel de investigación (descriptivo), por lo que no pretende explicar ni responder “¿por qué fomentan o contribuyen los programas de radio una cultura del envejecimiento activo?”, sino sólo describir y desmembrar a los programas de radio señalados con anterioridad, respondiendo a un **cómo**.

Con base en la descripción surgida del análisis de contenido de esos programas, se logrará conocer su estructura, el manejo de la información emitida, la producción auditiva que ejecutan, y **cómo** estos elementos contribuyen a generar una cultura de envejecimiento activo. Además, con los antecedentes y contexto de



los programas, este trabajo de investigación permitirá al lector **conocer** el panorama de la radio pública en el Distrito Federal con respecto a los temas de vejez y envejecimiento.

Así, la reflexión y el estudio de estos temas permitirán a los creadores de contenido generar productos auditivos con objetivos más claros y específicos, tomando en cuenta elementos necesarios en el quehacer radiofónico que son analizados en este trabajo.

Con este texto, los estudiosos de temas de envejecimiento podrán vislumbrar en la radio una herramienta con grandes posibilidades de educación, de estudio, de difusión, que tiene las características adecuadas para llegar a una gran población, y saber cómo aprovechar dichas características.

Cualquier lector, sin importar su especialidad, su oficio o profesión, podrá conocer un modelo comunicativo que ha sido vedado por el sistema económico y político de nuestra sociedad³, conocerá las posibilidades de los medios públicos, las características que hacen a la radio una herramienta de desarrollo social con grandes alcances, vislumbrará una forma de hacer radio que podría incidir en la erradicación de situaciones que degradan los derechos humanos y que son muy comunes en un sector poblacional viejo; como la discriminación, la violencia, la represión, el miedo, el enojo, la frustración, que es el primer paso para apelar a una sociedad más democrática.

Al abordar las características del modelo de radio de servicio público y la revisión de la legislación de los medios en nuestro país, el lector (ya sea un especialista, o por el contrario, alguien que no esté relacionado con estos temas, incluso que no tenga alguna formación profesional, porque se buscó hacer una redacción accesible para que sea entendido por el mayor número de personas, para que este texto fuera lo menos discriminatorio posible, aunque persiguiera objetivos de investigación) podrá conocer sus derechos como auditorio, como radioescucha, pero aún más importante, como ciudadano.

³ Esto se dice con base en la información encontrada y mostrada en el primer capítulo: *1.5 Legislación de los medios de comunicación masiva en México*, a partir de la página 35.



Un programa de radio con los elementos, los formatos y contenidos adecuados, que concuerden con un concepto o planteamiento específico, tendrá más posibilidades de cumplir objetivos específicos y delimitados, como, por ejemplo, propiciar de manera más eficaz un fomento de una cultura de vejez y envejecimiento activo.

Como la metodología empleada fue cualitativa (se concentra en descubrir las cualidades del objeto de estudio más que en su medición, “permite incorporar hallazgos que no se habían previsto”⁴) y bajo un enfoque hermenéutico de primer nivel, que no contempla filosofías de la hermenéutica (“la hermenéutica tiene la característica de ser progresiva, es decir, uno se va enterando poco a poco”⁵, por lo que la interpretación cambia), este proyecto de investigación tuvo cambios continuos después de haber sido registrado. Así, conforme avanzó la investigación, fue adquiriendo una forma cada vez más sólida, más clara, hasta conjuntar cuatro capítulos.

El primero lleva por nombre *Radio de servicio público: Un modelo necesario en nuestra sociedad*. Este capítulo tiene el objetivo de cubrir diferentes aspectos que explican la importancia de la radio en nuestra sociedad, su contexto histórico y político, nos permite entender cómo y porqué funciona la radio en México como lo hace.

En el segundo apartado de este capítulo se delimitan las características de la radio de servicio público desde sus orígenes, con la BBC, y se hace una revisión de la legislación, operación y funcionamiento de la radio pública en nuestro país, específicamente en el Distrito Federal.

En el último apartado del primer capítulo se expone cómo los medios de comunicación masiva logran incidir en su audiencia de manera paulatina, casi de

⁴ Mendoza Palacios Rudy. Piura. Perú, 2006. Consultado en <https://www.prospera.gob.mx/Portal/work/sites/Web/resources/ArchivoContent/1351/Investigacion%20cualitativa%20y%20cuantitativa.pdf> De acuerdo a esta cita, una metodología cualitativa admite cambios, incorporar nuevos hallazgos, no es estática, y conforme se avanza, puede presentar modificaciones, porque poco a poco se construye el objeto de estudio, o se delimita el tema. Por lo que el título de este trabajo se hizo más específico después de haber sido registrado.

⁵ De Mora Juan Miguel. *Ciclo de conferencias Hermenéutica Latinoamericana*. UPN. México. Youtube. Consultado en junio 2015 en <https://www.youtube.com/watch?v=AFIn9Yu32wE&app=desktop>



manera imperceptible, se retoma el concepto de educación informal con el objetivo de clarificar los procesos de fomento, contribución y difusión que se dan a través de los medios de comunicación masiva, para así, vislumbrar en la radio pública una opción con grandes posibilidades para beneficiar al sector poblacional viejo.

El segundo capítulo se titula *El cada vez más cercano rostro de México y del D.F.: La vejez*. En éste se presentan las definiciones conceptuales de la vejez y del envejecimiento, se definen sus diferencias, pero además, se hace una reflexión sobre su significado a nivel social.

Después se plantea el panorama del envejecimiento, en primera instancia, para entender este fenómeno demográfico a nivel mundial, para así exponer la situación tanto en México como en el Distrito Federal (D.F.).

Una vez mostrado a través de gráficas y citas el aumento de la población vieja en nuestro país, se exponen y problematizan las situaciones perjudiciales, que atentan a los derechos humanos, que se presentan en esta etapa de vida. El apartado 2.3 se dirige hacia una reflexión de cómo algunos productos audiovisuales de entretenimiento transmitidos a través de los medios de comunicación masiva contribuyen a generar estereotipos y prejuicios en contra de la vejez; el viejismo⁶ y el edadismo⁷.

Este capítulo finaliza exponiendo las características de una vejez y envejecimiento activo, que se buscan en los programas de radio a analizar en los siguientes capítulos.

El tercer capítulo, que se titula *Metodología de la Investigación. Análisis de contenido*, expone en una tabla la presencia de temas sobre envejecimiento en la radio pública del D.F., es decir, muestra la cantidad de programas que se han producido con esta temática y en qué estaciones de radio, con la finalidad de conocer la actividad que ha tenido la radio pública en el D.F. en cuanto a estos temas.

⁶ Conjunto de actitudes y acciones que desvaloran, discriminan, y generalizan, de forma consciente o inconsciente, a las personas viejas.

⁷ Actitudes y comportamientos discriminatorios y prejuiciosos hacia las personas, basados únicamente por su edad.



Esta tabla fue colocada en este capítulo porque el monitoreo que se hizo al realizarla fue parte de los pasos que se siguieron durante el proceso de ejecución de este trabajo, dicha tabla permite conocer los programas de radio que hay y que ha habido en la radio pública sobre vejez, lo que nos dio elementos para seleccionar los programas de radio analizados, y sin este monitoreo los resultados hubieran sido otros.

Pero principalmente, en este capítulo se explica porqué la técnica del análisis de contenido fue elegida, cuáles son sus objetivos, cómo se estructura específicamente en este ejercicio, cuáles fueron los pasos que se siguieron y que finalidad tienen, a qué metodología responde, además expone sus características, sus antecedentes, los métodos de los estudiosos más sobresalientes y que guiaron este trabajo; Lauren Bardin y Klaus Krippendorff.

Con base en las técnicas planteadas por Bardin y por Krippendorff se desarrollan los pasos a seguir para llevar a cabo este análisis de contenido, es decir, la técnica de dichos autores no se retoma de manera estricta, como molde o receta de cocina, sino, con base en ella se genera un modelo que responde a este caso específico, se utilizan los pasos necesarios y se amoldan.

La metodología empleada es la cualitativa, por lo que el análisis de contenido responde más a la forma que a la cantidad, no se cuantifican los elementos de los programas de radio analizados, sólo se definen, se describen y se interpretan con base en esa descripción.

El método del análisis de contenido cualitativo exige desde un principio el ejercicio de interpretar; se interpretaron los elementos de los programas analizados para poder describirlos, por lo que este proyecto tiene un enfoque hermenéutico; entiende una realidad desde la interpretación de datos para después describirlos, cabe señalar que este enfoque no abarca ningún tipo de filosofía hermenéutica ni de ninguna otra, sólo se refiere a la forma de entender una realidad por medio de la interpretación.



Entonces, en este texto vamos a entender a la hermenéutica como “una técnica cualquiera de interpretación”⁸, en donde se presenta el ejercicio de interpretar, como es en los análisis de contenido que se realizaron en este trabajo.

Los elementos de estructura, como de formato y contenido de los programas son en los que se centra este análisis, y estos elementos son definidos y categorizados en este tercer capítulo, para que en el último capítulo puedan ser interpretados.

El cuarto capítulo lleva por nombre *Análisis de contenido de los programas de radio Por la vereda y Voces en plenitud, del Instituto Mexicano de la Radio (IMER)*, es en éste en el que se presentan los resultados del análisis tanto de manera condensada, con una tabla de contenido, como de manera desglosada, donde se detalla cada elemento de cada programa de radio analizado. Al final de los resultados se presentan las conclusiones de cada análisis.

Cabe señalar que se analizaron tres programas de dos series radiofónicas; *Por la vereda*, de la que se analizaron dos, y uno de *Voces en plenitud*. En el tercer capítulo se exponen los motivos tanto de la selección de los programas como de los programas de radio.

Se decidió dividir estos dos últimos capítulos para que quedara diferenciada de manera clara los antecedentes, las características de esta técnica, la metodología seguida y el desglose del análisis de contenido, así como las conclusiones a las que se llegaron en cada análisis, con la finalidad de que la estructura de este trabajo fuera lo más claro y práctico a la hora de ser consultado, para que se identifiquen de manera más rápida los elementos y categorías de este análisis.

Cabe destacar que la estructura y contenido de este proyecto tiene como objetivo dejar canales abiertos hacia la reflexión respecto a estos dos temas en los que gira en torno; la vejez y la radio pública, que es el primer paso que da la apertura para estudiar, investigar y proponer acciones que beneficien a las situaciones problematizadas en este texto.

⁸ Abbagnano Nicola. *Diccionario de filosofía. Hermenéutica*. Ed. FCE. México, 2000. P.603.



Que la lectura sea de su agrado sin importar género, religión, oficio, edad, ni ninguna característica que discrimine o excluya, pues ha sido redactado con el fin de ser leído por el mayor número de personas, porque sin importar características específicas, todos somos cercanos a estos temas.



Capítulo 1

Radio de servicio público: Un modelo necesario en nuestra sociedad

La radio, y los medios de comunicación masiva, han tenido una función social de suma importancia en las sociedades, pues éstos han constituido y expandido concepciones de vida, de cultura y de educación.

Es necesario pensar en los medios de comunicación masiva como una alternativa de desarrollo en la sociedad, y la radio de servicio público es una opción para hacerlo, por lo que es importante entender y definir su modelo para poder impulsarlo, ya sea con propuestas de contenido, consumiéndolo, o conociéndolo.

El modelo de servicio público de los medios de comunicación apela a la pluralidad, a la inclusión de todos los sectores sociales, por lo que es una herramienta adecuada para tener un vínculo con toda la población, y necesaria para consolidar una sociedad que se rige por medio de la democracia.

Sin embargo, en México predominan los radios de tipo comercial, que tienen como principales objetivos vender y entretener, mientras que los radios que se rigen con un modelo de servicio público son minoritarias.

Para reconocer la naturaleza, los alcances y posibilidades de la radio de servicio público, es necesario revisar sus antecedentes, lo que nos dará una pauta para pensar en las condiciones en las que se desarrolla la radio en nuestra sociedad.

Definir las características de la radio de servicio público nos permitirá reconocerla como una alternativa con grandes posibilidades para fomentar una cultura de la vejez y el envejecimiento activo.

En este capítulo se comparten definiciones de algunos autores respecto al servicio público radiofónico y se da una interpretación de los mismos, con la finalidad de que quede abierto el canal a la reflexión e investigación respecto a estos temas.



1.1 El papel de los medios de comunicación masiva en una sociedad

Los medios de comunicación masiva juegan un papel fundamental en las sociedades, pues éstos inciden de manera sustancial en la formación de representaciones sociales y de la opinión pública⁹. Las personas que se convierten en público pueden estar dispersas en el espacio, pero reaccionan ante un estímulo común producido por estos medios.

“Los medios de comunicación difunden, promueven, condensan ideas, valores y sentimientos de los objetivos de una institución”¹⁰, por lo que refuerzan o generan opiniones de temas de índole político, social o económico en un determinado momento. Estas opiniones e ideas generadas trascienden a la acción de los individuos expuestos a su contenido.

Los espectadores o consumidores reaccionan con base en las opiniones e ideas que son expresadas por los medios, los cuales no sólo inducen ideas y opiniones públicas, también recrean una realidad mediática que es perjudicial o que está alejada de la realidad social. Un ejemplo de esto es la imagen perjudicial¹¹ de la vejez, que se suele relacionar con enfermedad, sufrimiento, y que incita a las personas a hacer hasta lo imposible para perdurar la juventud.

Esta imagen de la vejez, que es una mera construcción mediática, responde a un sistema capitalista que rige nuestra sociedad, que aprovecha a la edad para crear discursos publicitarios que menosprecian a la vejez y que enaltecen a la juventud, por lo que, entre otras causas, imperan los medios de comunicación comercial, privada, que tienen como único objetivo obtener ganancias económicas. No obstante, convendría que incluso un modelo comercial de medios estuviera

⁹ Karl Young (1986), define a la opinión como una “creencia fuerte pero menos que un conocimiento basado en pruebas, sobre algún tema controversial” (p.22). Por público entendemos como “gente o miembros de una comunidad, nación o sociedad que sustituye un grupo psicológico y amorfo” (p.8). Por lo que podemos entender a la opinión pública como una creencia que sostiene un grupo psicológico y amorfo de personas.

¹⁰ *Ibíd.* página 14

¹¹ Con base en los datos que se presentan en el capítulo segundo de este texto.



regido de manera eficaz por un reglamento y/o ley que contemple no sólo el beneficio de los empresarios, sino de la audiencia, que enaltezca una ética de medios, por lo que no necesariamente este modelo es perjudicial.

Debido al papel tan importante que juegan los medios de comunicación masiva, algunos autores y especialistas en el tema les han adjudicado el nombre de “el cuarto poder”.

Según Javier Esteinou Madrid¹², “el estado nación que existía después de la independencia y la revolución mexicana, ya no existe bajo la figura del estado republicano constituido por los tres poderes, que son el ejecutivo, el legislativo y el judicial, sino que ahora estamos ante la figura de un nuevo estado de naturaleza híbrida, que está conformado por el poder ejecutivo, legislativo, el judicial y el poder mediático privado, y son estos cuatro poderes los que se disputan hacia donde se orienta el país.”¹³

Un caso que ejemplifica la incidencia e importancia de los medios de comunicación masiva en nuestra sociedad se observa en los resultados de una campaña propagandística de las pasadas elecciones presidenciales del 2012, con el triunfo de Enrique Peña Nieto, que a pesar de las múltiples implicaciones de fraudes que se le atribuyeron en su periodo de gobernador en el Estado de México (como lo fue la matanza en Atenco en el 2006¹⁴), esto no impidió que ganara la presidencia de la nación debido a la imagen pública que le crearon diversos medios de comunicación masiva.

¹² Doctor en Sociología por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. Fue Vicepresidente de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), obtuvo la medalla de plata "Gabino Barrera", Distinción al Mérito Académico que otorga el Consejo Universitario de la UNAM; Premio Internacional en el Primer Concurso Latinoamericano del Libro de Comunicación por parte de la Fundación Friederik Ebert y el Centro Internacional de Estudios Avanzados de Comunicación y Premio Nacional de Periodismo 2004 que entrega el Club de Periodistas de la Ciudad de México A.C.

¹³ Javier Esteinou Madrid. Estado y radio pública. Primer curso radiofónico IMER: Todo sobre la radio. IMER, México, 2010. Cuarta emisión.

¹⁴ “El tres y cuatro de mayo del 2006 más de 3.500 efectivos de la policía atacaron a los pobladores, dejando un saldo de dos jóvenes asesinados y 207 detenciones. De ellas, 47 eran mujeres, de las cuales, 26 denunciaron haber sufrido torturas y agresiones sexuales por parte de algunos miembros del cuerpo de policía.” Robles Humberto. Atenco: Un caso de terrorismo de Estado. *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*. No 112 2010/11, pp. 131. Respecto a este hecho, no se dio mayor difusión en los medios de comunicación.



Si se toma en cuenta que El Movimiento Progresista declaró ante diversos medios de comunicación que "el Partido Revolucionario Institucional (PRI) invirtió en la campaña de su candidato, Enrique Peña Nieto, 4,599.9 millones de pesos, en publicidad en bardas y espectaculares, tiempos pagados en radio y televisión, en eventos multidisciplinarios y en el uso de aviones privados y helicópteros para el traslado del candidato priísta, cuando el tope de gasto era de 336 millones, es decir, lo superó por más del 1,000%"¹⁵, se reconoce el gran impacto de la propaganda, los contenidos e información que se transmite en la radio y la televisión.

Con este ejemplo se hace evidente que los medios de comunicación masiva son pieza clave en el acontecimiento político, económico, cultural y en la conformación de nuestra sociedad.

Al reconocer la importancia de los medios de comunicación masiva en nuestra sociedad, es necesario prestar atención en sus contenidos, que definen sus objetivos, incidencias y características.

La diferencia entre los modelos de comunicación pública, privada y estatal, reside principalmente en su contenido (sin descartar otras características que se mencionarán más adelante), que es el que delimitará el uso y aprovechamiento de estos medios en nuestra sociedad.

Así, los medios de comunicación masiva han sido estudiados desde diferentes perspectivas y tradiciones; como las investigaciones sobre los efectos, sobre los usos y las gratificaciones, el enfoque culturalista y los análisis de contenido, que es en el que se desarrollará este trabajo.

1.2 La radio se mete hasta en la cocina: importancia de la radio en una sociedad

Aunque los medios de comunicación masiva (radio, televisión, periódicos, revistas, Internet) inciden notoriamente en nuestra sociedad, la radio es de los medios de mayor facilidad de acceso en cualquier ámbito; la podemos encontrar en un celular,

¹⁵ Montalvo Tania L. *La base del juicio de inconformidad de López Obrador*. CNN México. 13 de julio de 2012. Consultado en marzo del 2014 en <http://mexico.cnn.com/nacional/2012/07/13/rebase-de-tope-de-gasto-de-campana>



en un teatro en casa, en la televisión, en la Internet, además puede ser escuchada por personas que no ven o que no saben leer.

Un artículo de opinión del Centro Virtual Cervantes que cita a la Organización de las Naciones Unidas para la Educación (UNESCO), alude que la radio “es la única técnica de comunicación avanzada que se ha incorporado realmente al Tercer Mundo, se ha expandido y culturizado ampliamente por todos los países donde las condiciones lo han permitido.”¹⁶

La radio promueve un espacio de diálogo y cercanía con el auditorio porque su dinámica sonora genera una empatía con los radioescuchas, además, existe la posibilidad de una interacción más próxima entre el público con los conductores, pues incluso los radioescuchas pueden hablar y mantener un contacto directo con los presentadores por medio de llamadas telefónicas, y ahora por Internet.

El que exista una sensación de cercanía auditiva de parte de los radioescuchas genera identificación con su entorno y con ellos mismos, lo que podría generar sensibilidad y reflexión de parte de estos oyentes de radio.

Un programa de radio parte de una realidad social concreta del grupo humano al que se dirige, ayuda a ese grupo a asumir y tomar conciencia de esa realidad, y se identifica en su acción educativa con los intereses sociales del grupo.¹⁷

Un ejemplo del gran impacto que puede ocasionar la radio es el famoso caso del radio teatro *La guerra de los mundos* de Orson Wells del año 1938, el cual causó gran conmoción y miedo entre los radioescuchas, lo que produjo que cientos de personas cayeran en histeria y llamaran a la policía de su localidad, esto según diversas fuentes de información, como el portal de Internet de *El Mundo Es* o el sitio web de *Henciclopedia.org*.¹⁸

¹⁶ Castro Dolores. *Radio y transformación*. Centro Virtual Cervantes. Congreso de Zacatecas. Consultado en mayo del 2013 en:

<http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/zacatecas/radio/comunicaciones/castro.htm>

¹⁷ Kaplún Mario. *Producción de programas de radio. El guión, la realización*. Ed. Cromocolor. Ciespal, Quito. Segunda reimpresión, Mayo 1994.

¹⁸ Carlos Reherrmann. *Guerras de los mundos*. Consultado en <http://www.henciclopedia.org.uy/autores/Reherrmann/Guerrasdelosmundos.htm> en febrero del 2014.



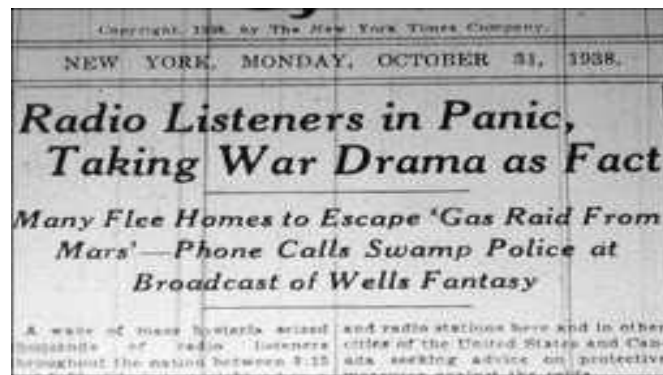
En consecuencia de las reacciones producidas a causa de la dramatización *La guerra de los mundos*, el periódico New York Times publicó en su primera página el siguiente encabezado: “Pánico entre auditores que confundieron programa bélico de ficción con la realidad”¹⁹.

Figura 1



Fuente: Imagen consultada en junio de 2014 en:
<http://www.elmundo.es/>

Figura 2



Fuente: Imagen consultada en junio de 2014 en:
http://hypatia.morelos.gob.mx/reportajes/guerra_mundos.htm

Claro está que es diferente la penetración de los medios de comunicación en cada país, pues los contextos son diferentes. El radio teatro *La guerra de los mundos* se desarrolló en Estados Unidos de América con un contexto político específico que incidió para tener el impacto que tuvo. Con este ejemplo se observan los alcances

¹⁹ Olalla Cernuda. *El día que los marcianos cambiaron la historia de la radio*. El Mundo Es.
<http://www.elmundo.es/elmundo/2005/06/27/comunicacion/1119887341.html> Consultado en junio del 2014.



que puede tener la radio en cualquier lugar cuando se utilizan los elementos radiofónicos y sonoros adecuados a cada contexto social.

No obstante, en México la radio tiene y ha tenido un papel muy importante; una de sus oleadas más significativas en nuestro país fue la *época de oro de la radio*²⁰ (1930-1941), cuando este medio aún tenía poca trayectoria en estas tierras.

Para ratificar la importancia de los medios de comunicación, y específicamente de la radio en el D.F., basta observar diversas estadísticas que se han presentado sobre su uso.

La Asociación de radio del Valle de México menciona que “en el D.F., cada persona sintoniza 39.6 horas semanales de Radio, mientras que en el Valle de México se sintonizan cuatro horas diarias fuera del hogar.”²¹ Es evidente el gran alcance de la radio en la población del Distrito Federal.

También la radio es uno de los medio de comunicación con mayor penetración a nivel nacional, según el blog oficial del periódico *El Universal*, es el segundo con mayor cobertura e influencia en México²². Dicho blog publicó en abril del 2013, que la ciudad con mayor porcentaje de hogares con radio es el Distrito Federal, con 90.8%.

El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), en el 2010, realizó una *Encuesta Nacional de hábitos, prácticas y consumo culturales en el Distrito Federal* (D.F.), la cual publicó que el 80.8% de la población del D.F. escucha la radio²³, como se observa en la *Gráfica 1*.

²⁰ La radio tuvo tanta inserción en la sociedad que incluso hasta nuestros días siguen vigentes cantantes y compositores que nacieron en aquella época, como lo es Agustín Lara, Sabre Marroquín, Francisco Gabilondo Soler, Consuelo Velázquez, o de orquestas como la de Juan García Esquivel. Esta época se caracterizó por las transmisiones en vivo de dichos cantantes y autores. Posteriormente comenzaron a producirse radionovelas como Chucho el roto o El conde de Montecristo, que ganaron muchos radioescuchas.

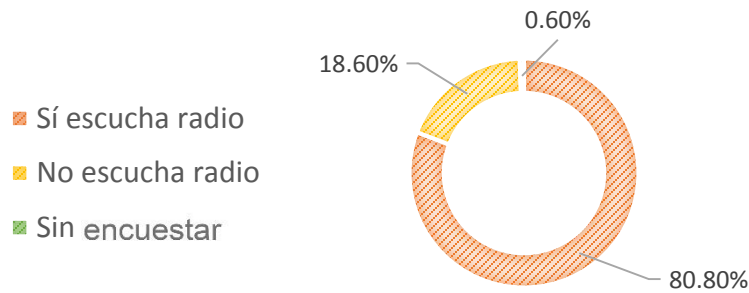
²¹ Asociación de radio del Valle de México. *Use la radio*. Consultado en mayo del 2013 en <http://laradioenmexico.mx/description/use-la-radio/>

²² Consultado el 12 de marzo del 2014 en http://blogs.eluniversal.com.mx/weblogs_detalle17854.html

²³ Consultada el 12 de marzo del 2014 en http://www.conaculta.gob.mx/encuesta_nacional/



GRÁFICA 1



Fuente: Elaboración propia. Datos sustraídos de la *Encuesta Nacional de hábitos, práctica y consumo culturales Distrito Federal*. Conaculta. 2010. Consultada en abril del 2014

Una nota informativa que publicó Merca2.0²⁴ en el 2012, que utiliza por fuentes al Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadística (IBOPE), la Asociación de Radio del Valle de México (ARVM) y la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT), menciona que “cerca del 62% de la población mexicana escucha la radio todos los días y el 55% de las personas considera que es el medio más creíble”²⁵.

La radio en el D.F. se ha convertido en una fuente importante de información y de entretenimiento de fácil accesibilidad, sin embargo, también es un medio que necesita más atención en el ámbito de investigación, experimentación y regulación.

Pues los datos encontrados respecto al número de emisoras y estaciones de radio en el D.F. son variantes, al igual que la información en general respecto a su programación.

La *Revista Mexicana de la Comunicación* del año 2002 del mes de septiembre-octubre señala que “de acuerdo con las estadísticas que tiene disponibles la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), hasta el año 2000 había 1449 estaciones de radio en las bandas AM y FM, pero los listados que

²⁴ Es una revista que brinda información de mercadotecnia, marketing, estudios de mercado, medios y publicidad. Pertenece al Grupo de Comunicación Katedra S.A de C.V. Tiene ediciones en México, España, Colombia, Chile, Argentina y Europa.

²⁵ Castillejos Evelyn. *16 puntos que debemos escuchar sobre la Radio actual en México*. Merca2.0. Consultado en <http://www.merca20.com/16-puntos-que-debemos-escuchar-sobre-la-radio-en-mexico/>.



ofrecen sus concesionarios y permisionarios actuales no suman lo mismo, ya que ahí aparecen 1457. Por su parte, la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), menciona que son 1337.”²⁶

Tomando en cuenta los datos presentados en el artículo de Gabriel Sosa Plata, podemos decir que no existe una cifra exacta y confiable para señalar cuántas estaciones de radio están activas, sin embargo, en la mayoría de las que existen se ha ponderado la característica comercial de la educativa. “La radio, casi universal de difusión, se ha puesto a contribución de los fines educativos de modo insuficiente”²⁷.

Es importante no perder de vista la función principal de la radio; la social y la educativa, y así, aprovechar todas las potencialidades y cualidades de este medio para trascender el mero acto de entretener y poder tocar vertientes de una sociedad que necesitan atención. La radio de servicio público es una posibilidad para lograrlo.

Un proyecto de radio que aborde temas de vejez, de envejecimiento, que brinde herramientas que respondan a necesidades que existen en nuestra sociedad, como lo es el atender la violencia, la discriminación, la intolerancia ante una etapa de la vida y a un proceso natural, con el objetivo de mejorar las relaciones interpersonales, que busca la pluralidad, la democratización, le confiere la característica de brindar un servicio público radiofónico.

1.3 Antecedentes de la radio de servicio público

En primera instancia, la radio nace como un instrumento de guerra, pues era utilizada para comunicar estrategias o informes, pero las cualidades y alternativas del uso de ésta no se hicieron esperar por mucho tiempo.

En *El medio invisible* (1992) se señala que fue en Gran Bretaña donde se vislumbró por primera vez un modelo de radio de servicio público, y según Lewis M. Peter y Booth Jerry, se desarrolló de manera casual; la primera emisión tuvo lugar en febrero de 1922.

²⁶ Sosa Plata Gabriel. *Cobertura de la Radio*. Revista Mexicana de Comunicación. Septiembre-Octubre 2002. Página 13.

²⁷ <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001329/132984s.pdf> Consultado en mayo del 2013.



Eckersley Peter fue el primer jefe de una sección experimental en la que emitieron principalmente música. Una semana después de que iniciaran las transmisiones, surgió la *British Broadcasting Company* (BBC). Reith John fue su fundador.

Poco a poco se incrementaron oyentes aficionados de la radio que construían sus propios aparatos receptores, por lo que el Comité Sykes propuso que se introdujera la publicidad para sustentar el financiamiento y que sólo hubiera un pago único. Así fue aumentando el número de propietarios con receptores.

Posteriormente se pensó que “la empresa comercial tendría que ser remplazada por una corporación pública como fideicomiso del interés nacional”²⁸, hasta que el gobierno obtuvo un documento para poder ordenar a la BBC que no se transmitieran programas que no creyeran convenientes, había una regulación de contenidos.

Incluso a las empresas comerciales, así como a todos los que estaban inmersos en el proyecto radiofónico, les interesaba el desarrollo de la radio de forma social, más que con intereses meramente lucrativos.

En *El medio invisible* se menciona un hecho que ocurrió en el año 1926 y que determinó uno de los papeles por el que se distingue la radio de servicio público. Por motivo de una huelga que estalló, todos los periódicos cerraron a excepción de uno, del cual la BBC emitió boletines de noticias que fueron escuchados por millones de oyentes. El control que ejerció el gobierno en la BBC fue favorable, y tras poco tiempo después, aumentaron los ingresos de la misma.

Las características que definían la forma de hacer radio en la BBC, sustraídas del texto *El medio invisible* son:

- 1-La BBC no pretendía obtener beneficio económico particular alguno.
- 2- Esforzarse por ampliar el servicio a toda la población.
- 3- El control unificado. (Que incluso la audiencia, es decir, la ciudadanía, vigilara y administrara la radio).
- 4-El énfasis en el público o en los distintos públicos²⁹.

²⁸ Lewis M. Peter. Booth Jerry. *El medio invisible*. Paidós. 1993. pp. 87

²⁹ Peter M. Lewis, Jerry Booth. *El medio invisible: radio pública, privada, comercial y comunitaria*. Paidós. Ibérica, 1992. P. 91.



Según Lewis M. Peter y Booth Jerry, en las transmisiones de la BBC se cuidaban varios aspectos esenciales: Brindar programación variada; como debates, dramatizaciones, tertulias, música, para diferentes grupos sociales; haciendo énfasis en los grupos vulnerables (granjeros, mujeres, comunidades pesqueras).

También fue determinante el cuidado de la imagen institucional que le daban a toda la programación transmitida; prestaban especial atención a la música transmitida, la cual “ejemplificaba el paternalismo de Reith”³⁰.

El acento de los locutores, la tonalidad e incluso su discurso estaban contruidos para fortalecer esa imagen que le daba fuerza, identidad y respaldo a dicha radiodifusora. Estas características prevalecieron con el tiempo y le otorgaron a la BBC un gran prestigio a nivel mundial.

Según la Organización Mundial de las Naciones Unidas; “La contribución excepcional que aporta un servicio público de radio y televisión es indiscutible y ejemplos célebres, como el de la BBC, suscitan la aprobación de todos: *el servicio público cumple una función insustituible para que los ciudadanos de un país puedan informarse, instruirse o entretenerse independientemente de los intereses comerciales, estatales o políticos*”³¹.

Podemos decir que la radio de servicio público en Gran Bretaña nació y se desarrolló de forma casual, con la experimentación, rigiéndose por una forma de sociedad con características contextuales específicas, muy diferentes a las de nuestro país, que responden a las definiciones de servicio público mencionadas con anterioridad.

También es cierto que la forma de hacer radio en la BBC ha ido cambiando a lo largo del tiempo, por lo que es diferente la forma actual de hacer radio que la de su inicio, pero indudablemente el origen del modelo de radio de servicio público en Gran Bretaña definió pautas muy específicas en el quehacer radiofónico de servicio público en todo el mundo.

³⁰ ibídem. pp. 95

³¹ <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001240/124058so.pdf> Consultado el 6 de junio del 2013.



1.4 Radio de servicio público: el ingrediente secreto

La radio de servicio público responde a características específicas que apelan al beneficio en algún ámbito de la sociedad, a la libertad de expresión, al fomento de educación, a la participación ciudadana, y a una democratización de la radio, no obstante, antes de abordar este término de manera más profunda, es imprescindible hablar del servicio público, ya que este concepto determina varias de las características de la radio de servicio público.

Si el Estado es una institución que vela por el beneficio de una sociedad, protege y da respuestas a necesidades colectivas de interés público, entonces el servicio público es una atribución del Estado, que éste debe gestionar, regular y sustentar económicamente.

Cabe destacar que, de acuerdo a Kelsen, citado por Abbagnano Nicola, vamos a entender como Estado a:

“Una sociedad políticamente organizada, por ser una comunidad constituida por un ordenamiento coercitivo, y este ordenamiento coercitivo es el derecho. Los elementos tradicionalmente reconocidos como propios del Estado son: **El territorio**, que es la esfera territorial de validez del ordenamiento jurídico denominado E. **El pueblo**, que es la esfera humana de validez del mismo ordenamiento, o sea, los límites del grupo de individuos a los cuales se extiende la validez del ordenamiento jurídico, y **la soberanía**.”³² Por soberanía entendemos al poder preponderante o supremo del E., y su único límite es la ley.³³

Entonces, el Estado es la agrupación de una sociedad que establece acuerdos y normas para su óptimo desarrollo y funcionamiento, y por ende goza de una soberanía, que es válida en un territorio específico, por lo que al hablar de Estado, hablamos de individuos que constituyen una sociedad, de un gobierno que representa y coacciona a esa sociedad con un régimen jurídico, y contemplamos el territorio que abarca ese régimen jurídico.

Si nos remontamos al origen del término de servicio público departimos del ámbito del Derecho público, específicamente del derecho administrativo, el cual es el “que se va formando con leyes y reglamentos elaborados en distintas formas y por diversos órganos y autoridades, y que tienen por objeto de estudio todas las

³² Citado por Abbagnano Nicola. *Diccionario de filosofía*. FCE. México, D.F., 1998, p.450

³³ Bodino. *Six livres de la république*, 1576. *Ibidem*. P.1085.



actividades de la administración pública”³⁴, por lo que en primera instancia tenemos que entenderlo como una herramienta jurídica que conforma la actividad del Estado.

El derecho público, según Elvia Arcelia Quintana Adriano³⁵, en su texto *Derecho público y derecho privado (2006)*, proviene del Derecho romano, y en sus orígenes se refería al gobierno, a la organización y funciones del Estado, así como a sus relaciones con los particulares y las que pudiera mantener con otros Estados. Por particulares entendemos a individuos únicos.

Las funciones del Estado están demarcadas por las actividades estatales³⁶, estas actividades son atribuciones otorgadas legislativamente con el objetivo de crear medios para conseguir los fines estatales que intentan satisfacer las necesidades de los individuos a los que sirven, o sea, de los ciudadanos de una nación y del Estado mismo.

“Siendo las atribuciones medios para alcanzar determinados fines, es natural que el número y extensión de aquéllas varíen al variar éstos”³⁷. Esto significa que dependiendo de cada nación y Estado, serán las atribuciones y actividades estatales, pues éstas responden a necesidades específicas. Cada nación, cada sociedad, e incluso cada institución tienen insuficiencias diferentes, por lo que sus demandas serán distintas.

El jurista Duguit Jeze, define al servicio público como “toda actividad cuyo cumplimiento debe ser asegurado, regulado y controlado por los gobernantes, porque el cumplimiento de esta actividad es indispensable para la realización y desarrollo de la interdependencia social y es de tal naturaleza que no puede ser realizada completamente sino por la intervención de la fuerza gubernamental”³⁸. Por

³⁴ Nava Negrete, Alfonso. 2009. *Estudios administrativos*. Consultado en febrero del 2014, en: <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/6/2688/10.pdf>

³⁵ Investigador titular “C” de tiempo completo en el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM. Su línea de investigación es el Derecho Civil y Mercantil. Ha participado en diversos libros, artículos y conferencias respecto a dichos temas.

³⁶ Actividades estatales son el conjunto de actos materiales y jurídicos, operaciones y tareas que realiza en virtud de las atribuciones que la legislación positiva le otorga. El otorgamiento de dichas atribuciones obedece a la necesidad de crear jurídicamente los medios adecuados para alcanzar los fines estatales. (Sustraído de Fraga Gabino. *Derecho Administrativo*. Ed. Porrúa. 2000. 40ª Edición).

³⁷ Derecho administrativo. Consultoría Fiscal. <http://www.consulta-fiscal.com/derecho-administrativo/> Consultado en septiembre del 2013.

³⁸ Citado en <http://www.inap.org.mx/porta1/images/RAP/derecho%20administrativo.pdf> Consultado en junio del 2013.



gubernamental entendemos perteneciente al gobierno, y por gobierno “acción que consiste en ejercer el control y la dirección de un Estado, ciudad o colectividad”³⁹.

Sin embargo, el servicio público sirve a la población y no pueden ser realizadas sin la participación de los ciudadanos o de cada individuo de una sociedad, por lo que es imposible pensar que el protagonista del servicio público es únicamente la fuerza gubernamental, sino es un trabajo en conjunto, en donde participa el Estado, incluyendo a los ciudadanos y al gobierno para llevarlo a cabo.

Gabino Fraga menciona que “el concepto de servicio público no abarca toda la actividad del Estado, pues existen servicios públicos manejados por particulares, ya que tradicionalmente se ha considerado que el Estado no tiene el monopolio de la satisfacción de las necesidades colectivas”⁴⁰. Un ejemplo de esto son las diversas organizaciones y asociaciones que surgen como alternativas que responden a necesidades sociales; las Organizaciones No Gubernamentales (ONG’s), que “se caracterizan por tener objetivos definidos de carácter no lucrativo”⁴¹.

Greenpace, “organización de campañas que lucha por la protección y la conservación de nuestro ambiente”⁴², es un ejemplo de una organización que responde a necesidades que no son resueltas por el gobierno, con lo que se demuestra que la fuerza gubernamental no es suficiente para lograr un desarrollo en la sociedad.

Por su parte, Ernesto Gutierrez y Gonzalez define al término de servicio público como “la actividad especializada que desarrolla una persona, para dar satisfacción mediante prestaciones concretas y continuas a una necesidad, ya general o ya colectiva, mientras éstas subsistan”⁴³.

Esta definición se acerca a la de Gabino Fraga, pues la “actividad especializada” no se le atribuye únicamente al Estado, sino a cualquier persona con

³⁹ The Free Dictionary, By Farlex. <http://es.thefreedictionary.com/gobierno>. Consultado el 4 de junio del 2013

⁴⁰ Fraga Gabino. *Derecho Administrativo*. Ed. Porrúa. 2000. 40ª Edición. pp23.

⁴¹ Contreras Nieto, Miguel Ángel. *Las Organizaciones No Gubernamentales*. Pp. 107. Consultado en febrero 2014 en <http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/derhum/cont/28/pr/pr32.pdf>.

⁴² <http://www.greenpeace.org/mexico/es/Quienes-somos/Tu-organizacion-hoy/> Consultado en septiembre del 2013.

⁴³ Ernesto Gutiérrez y González. *Derecho administrativo y Derecho administrativo al estilo mexicano*. México. 2003.



ayuda del Estado, y mientras perduren estas necesidades que el Estado no cubre, el servicio público tendrá lugar. Cabe resaltar que esta necesidad desaparece en consecuencia al servicio público brindado.

A partir de las definiciones señaladas con anterioridad, inferimos que el servicio público tiene la principal característica de brindar un servicio ya sea a un grupo específico de la sociedad o incluso a un individuo, que responda a una necesidad que no es cubierta por el Estado.

Debido a que el servicio público no es una actividad definida y exacta, ya que responde a necesidades de sociedades y grupos diferentes, también no tiene un régimen jurídico bien establecido, aunque sí es regido y regulado por el Estado.

En suma, el servicio público constituye el orden institucional de una sociedad que se rige por la democracia como forma política y de gobierno, mientras que los medios de comunicación tienen la posibilidad de “fortalecer la democracia, pero sólo cuando son vehículos auténticos de la pluralidad”⁴⁴, es decir, cuando se dirijan y sirvan a todos los grupos sociales que conforman una nación.

Cuando los medios de comunicación fungen como una herramienta para fortalecer la democracia en una sociedad, se observa una clara relación entre estos medios y los ciudadanos; los medios sirven a los individuos de una sociedad, o sea, a las audiencias, “sin las audiencias, los medios no tendrían razón de ser.”⁴⁵

Como una sociedad está conformada por cada uno de los individuos que habitan en un territorio en común y que comparten diversos aspectos políticos, económicos, sociales y culturales, los medios de comunicación tienen que dar apertura a un espacio de libre expresión, en donde converjan todas las ideas y opiniones.

Por lo que la función que desarrollan todos los medios de comunicación masiva no tiene que ser concebida, ni administrada, ni regulada como la que ejerce

⁴⁴ Patricia Ortega Ramírez y Javier Esteinou Madrid. *Relatoria mesa no. 2: Medios públicos y comunitarios*. Asociación Mexicana del Derecho a la Información (AMEDI). Encuentro Nacional por la Diversidad y la Calidad en los medios de comunicación. Consultado en marzo del 2014 en <http://www.amedi.org.mx/encuentro/doctos/relatorias/Mesa2.pdf>

⁴⁵ Alva de la Selva, Alma Rosa. *Sociedad y medios electrónicos en México. Propuestas sociales. Los medios electrónicos en el marco de la Reforma del Estado en México*. Fundación Konrad Adenauer. México, 2002. Pp. 99.



cualquier empresa que brinda cualquier tipo de servicio, pues el tipo de servicios que brindan abarca más aspectos políticos, económicos, culturales y sociales que son determinantes para el desarrollo de una sociedad.

“La radio y televisión constituyen el espacio por el que pasan otros derechos y libertades de los ciudadanos, la libertad de expresión, derecho a la información, de los valores culturales, y de la identidad nacional”⁴⁶.

Para que los medios de comunicación se conviertan en una herramienta de desarrollo social y no sólo de entretenimiento, es imprescindible plantear los derechos y las obligaciones no sólo de estos medios, sino también de la audiencia, de la sociedad, de las diversas instituciones educativas, del gobierno.

En esto estriba la importancia de precisar una legislación de medios que defina la regulación, uso y función de los medios de comunicación, para que así se construya una relación más igualitaria entre la sociedad, el gobierno, los medios de comunicación y el Estado.

Esta relación más uniforme entre sociedad, medios y gobierno, logrará que, tanto modelos de medios de comunicación de tipo comercial, con intereses económicos propios, y medios de servicio público, que se interesen por servir a una sociedad sin ningún fin lucrativo, contribuyan a un fomento de democracia y desarrollo.

Sin embargo, las características de los medios de servicio público son fundamentales para lograr una relación más estrecha con los diferentes grupos sociales. Cada grupo social tiene intereses y necesidades distintas, por lo que es indispensable el ejercicio del intercambio de ideas, opiniones, intereses.

Para lograr este intercambio es necesario que las audiencias sean activas, que tengan voz, que participen, que cuestionen, que propongan, y esta actividad sólo se puede lograr cuando exista una relación más igualitaria entre medios, sociedad y gobierno, es decir, cuando no haya barreras entre estas instituciones y no haya diferencias jerárquicas tan marcadas.

⁴⁶ Ortega Ramírez Patricia. *Medios públicos y tiempo de Estado*. México, 2002. Pp.117



La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y las Tecnologías menciona que “la radio y televisión pública se define como un lugar de encuentro donde todos los ciudadanos están invitados y son considerados sobre una base igualitaria. Es una herramienta de información y de educación, accesible a todos y que se dirige a todos, independientemente de la condición social o económica de unos y otros”⁴⁷.

Los contenidos de la radio y televisión pública tienen que ser sumamente cuidados para que cubran todos los objetivos que le son conferidos a un medio con esas características, y así “promover un enfoque que oriente a la sociedad hacia una sensibilidad de desarrollo de los valores constitucionales y de la dignidad humana”⁴⁸.

Martínez Matías Graciela⁴⁹ menciona que los medios de servicio público “deben ser espacios abiertos (frecuencias) propiedad de la nación que tienen responsabilidades con los diversos grupos sociales, culturales, étnicos, lingüísticos y económicos que ahí habiten”⁵⁰.

La responsabilidad que tienen estos medios de comunicación es con todos los grupos que conforman una sociedad, no importando si su principal objetivo sea lucrar con el medio. Para que se pueda resguardar este principio, el contenido de los programas de radio tiene que ser vigilado y regulado por la audiencia, por el Estado, y no únicamente por el gobierno o por empresas particulares.

⁴⁷ Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y las Tecnologías. *La radio y televisión pública. ¿Por qué? ¿Cómo?* Consejo mundial de la radio y televisión de Canadá, 2001. Consultado en <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001240/124058so.pdf> el 3 de junio del 2013.

⁴⁸ Publicado originalmente en Revista Mexicana de Comunicación: *El servicio público de radio y TV*. Cebrián Mariano. Revista Mexicana de Comunicación (RMC). Fundación Manuel Buendía. México, 2005. Sustraído de <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2005/05/07/el-servicio-publico-de-radio-y-tv/>

⁴⁹ Doctora en Ciencias Políticas y Sociales con orientación en Comunicación en el Programa de Posgrado de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM.

⁵⁰ Martínez Matías Graciela. *La radio pública, más allá de una radio de gobierno, planteamiento de un modelo de radio de servicio público mexicano*. UNAM. 2007. P.42.



Por su parte, Ortega Ramírez,⁵¹ en su artículo *Medios públicos y tiempos de Estado*, precisa algunas condiciones que califica como fundamentales para que se cumpla la función de servicio público en los medios audiovisuales de comunicación:

1- Definición jurídica o institucionalidad: Toda radiotelevisión pública requiere de un marco legal o de una normatividad específica que defina su naturaleza, sus funciones, sus principios y le dé institucionalidad.

2- Autonomía política: El control y evaluación de las funciones de los medios públicos no deben estar sujetos a intereses particulares.

3- Autonomía financiera: La radio y televisión pública requiere que haya tanto mecanismos administrativos, jurídicos y de control como recursos económicos y técnicos para su óptimo funcionamiento.

4- Servicio público: La tarea de una emisora pública es llevar a cabo una programación de calidad, que cumpla con informar, entretener, educar y difundir la cultura tomando en cuenta la pluralidad social y la diversidad de intereses de mayorías y minorías.

5- Pluralismo: Reflejar la expresión de los diversos grupos sociales así como las distintas visiones de lo local, lo regional, lo nacional y supranacional.⁵²

Las características de los medios de comunicación de servicio público son conferidas a la radio de servicio público, por lo que podemos decir que este tipo de radio tiene como finalidad cubrir una función que el Estado no puede cumplir, y tiene como objetivo fundamental impulsar y fomentar un desarrollo en la sociedad.

Para que la radio de servicio público logre el desarrollo de una sociedad, requiere, fomentar valores, educación y una cultura que beneficie a todos los grupos sociales, pero concentrándose principalmente en los individuos más vulnerables y descuidados, a los que más lo necesitan, claro que sin descuidar a los demás, de

⁵¹ Doctora en Ciencias Políticas por la Universidad Nacional Autónoma de México. Coordinadora del Grupo de Investigación sobre medios públicos de la AMIC. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, nivel I ; y PROMEP.

⁵² Ortega Ramírez Patricia. *Medios públicos y tiempos de Estado. Los medios electrónicos en el marco de la Reforma del Estado de México*. Ed. Fundación Konrad Adenauer. México, 2002. Pp.119, 120 y 121.



esta forma se apela a una democratización de los medios, lo que fortalecerá al Estado.

Tomando en cuenta las características de los medios de servicio público, podemos inferir que la radio de servicio público tiene las siguientes particularidades:

1- Responde a necesidades sociales o aspectos descuidados de una sociedad que no son atendidos por el Estado en un principio, aunque estas necesidades sean de la minoría o de la mayoría.

2- Pluralidad: La radio de servicio público se interesa por hacer radio para la sociedad en general, por lo que tiene que velar por los intereses y necesidades de los diferentes grupos sociales.

3- Calidad de contenido: El tipo de contenido de su programación es clave para identificarla como tal, es meticulosamente cuidado para que satisfaga las necesidades e intereses de cada sector social.

4- Incita a la participación ciudadana: Apela a la interacción entre la audiencia y el medio (la radio), busca una relación más igualitaria entre medios y sociedad.

5- Su financiamiento no persigue fines lucrativos: Mucho se ha hablado de que debido a que este tipo de radio no busca lucrar con sus transmisiones, y tiene como principal objetivo servir a una sociedad, no tiene que avalarse de la publicidad, sin embargo, si el financiamiento público no abastece sus necesidades, es necesario que recurra a patrocinios, donaciones e incluso a la publicidad, como ha ocurrido en algunos países, pero esta publicidad debe ser regulada, no ser excesiva como para obtener ganancias propias, y que se desvíen sus objetivos.

6- Se le tiene que adjudicar los fondos económicos necesarios para que puede desarrollarse y funcionar de forma eficaz: Este tipo de radio necesita una forma de financiamiento que realmente satisfaga sus propias necesidades para que pueda cubrir sus objetivos.

7- Es administrada e inspeccionada por la misma ciudadanía que la escucha: Si este modelo de radio responde a las necesidades de una sociedad, es prudente que sea esta sociedad la que vele por que se cumplan sus objetivos, esto puede ser por medio de representantes de esa ciudadanía, y por representantes de un comité elegido de forma democrática.



8- Definición jurídica e institucionalidad: Es necesario que este modelo de radio sea reconocido de forma jurídica, donde se establezca su legislación, su regulación, sus objetivos y que quede clara su definición. En donde se le adjudique su importancia en la sociedad, y así, se le respete.

9- Autonomía política: La radio de servicio público no responde a intereses comerciales ni estatales, por lo que tiene libertad de expresión. Debe evitar inclinarse hacia una postura ideológica o política, tiene que evitar manipular o modificar información con fines propagandísticos.

Aunque la Internet es de los medios más plurales, que brindan mayor libertad de expresión, la radio y la televisión son los medios de comunicación masiva más asiduos por la población, debido a esto, es necesario incentivar el modelo de radio de servicio público en nuestro país.

El servicio público radiofónico en México no tiene una larga trayectoria, en primera instancia, porque desde que inició la radio en nuestro país, se le dio un enfoque comercial, y, entre otras causas, porque los artículos de las leyes que se refieren a los medios de comunicación, no están bien definidos, además las medidas de regulación han sido deficientes.

En el capítulo uno del *Primer curso radiofónico IMER: Todo sobre la radio*, Fátima Fernández Christlieb⁵³ menciona que la radio en México existió a partir del año 1921, sin embargo, en la década de los años 30, surgen nuevas emisoras de radio en varias partes del país, la mayoría estatales, como la de *Guerra y Marina* en 1924, y la del *Partido Nacional Revolucionario* (PNR) en 1929.

En el periodo presidencial de Lázaro Cárdenas (1934-1940), se impulsó el Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad (DAPP), organismo encargado de desarrollar y coordinar las actividades de difusión masiva de su gobierno, y el que dio la pauta al desarrollo de la radio de gobierno.

Cuando los medios tienen tendencias hacia el gobierno, o su principal objetivo es hacer difusión a las actividades de un partido político con el objetivo de crear una imagen y opinión respecto a éste, inmediatamente sus contenidos dejan

⁵³ Profesora titular "B" tiempo completo adscrita a la carrera de Comunicación en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, coordinadora nacional del proyecto Espacios de Calidad en la Radio y la Televisión Mexicanas, Doctora en Sociología en la UNAM.



de ser plurales y realmente públicos, por lo que no hablamos de una radio de servicio público, sino de una estatal y gubernamental que sirve al gobierno en turno.

“Cárdenas usó permanentemente la radio para, a través de los famosos *encadenamientos* de estaciones, dirigir mensajes a la población”⁵⁴, lo que genera una opinión pública específica e intencionada, y una imagen favorable de su gobierno a través de propaganda.

El tipo de radio que se desarrolló en el gobierno de Cárdenas, permitió que hubiera medios con tendencias claras hacia instituciones políticas definidas que se sustentaron por medio de la publicidad e incluso con presupuesto del Estado.

Según Fernández Fátima, el modelo de radio comercial fue adquiriendo lugar a partir que Francisco J. Mújica recomienda a Cárdenas estatizar las emisoras de radio, pero Cárdenas hace caso omiso a esta recomendación.

Sin embargo, Emilio Azcárraga Vidaurreta, que tenía la cadena de la Q y de la W, reacciona ante esta idea y se agrupa con los dueños de las estaciones de radio que existían, después impulsaron La Cámara de la Industria de Radio, la cual protegió los modelos comerciales de radio, lo que ocasiona que las regulaciones de este medio no sean realmente plurales y objetivas, pues están sesgadas por intereses particulares.

Desde un principio la radio quedó en manos de personas con intereses meramente comerciales, por lo que la ciudadanía y el Estado, perdieron su administración y control, y así quedó mucho más lejana de ser una radio de servicio público. “América Latina es una isla respecto al resto del mundo en materia de radiodifusión y se queda con el modelo comercial nada más, no hay modelos estatales fuertes.”⁵⁵

El modelo de medios de comunicación con fines comerciales ha ganado gran fuerza, que incluso, algunos medios que han nacido con el fin de ser, ya no de servicio público, sino estatales, se alejan de sus objetivos. Un ejemplo de esto es el

⁵⁴ Fernando Mejía Barquera. *Departamento autónomo de prensa y publicidad (1937-1939)*. Wikicomunicacion. <http://wikicomunicacion.org/1/departamento-autonomo-de-prensa-y-publicidad-1937-1939-2/>. Consultado en septiembre del 2013.

⁵⁵ Fernández Fátima. *Radio pública y sociedad*. Todo sobre la radio. IMER, México, 2010.



caso de la televisión estatal *Imevisión*, que aunque nació como modelo de comunicación estatal, se privatizó tiempo después.

“El 17 de mayo de 1985, después de salir al aire el canal 7 de televisión como cabeza de la Red Nacional de Televisión de la República Mexicana, se anunció la creación del Sistema Estatal de Televisión, *Imevisión*, como resultado de una profunda reestructuración administrativa de los medios de comunicación televisiva del Estado”⁵⁶. En 1991 se transmitía lo mismo por el 13 y el 7, por lo que el 2 de agosto de 1993, *Imevisión* fue privatizada y se convirtió en TV Azteca.

No obstante, en materia de radio también se apeló a un modelo más horizontal que el privado, que tuvo mayor éxito que el caso señalado con anterioridad, se trata del Instituto Mexicano de la Radio (IMER), que es una radiodifusora de las más importantes y con mayor presencia a nivel nacional que de manera oficial se rige por ser de servicio público.

“Conformar una oferta radiofónica y de comunicación de servicio público, con presencia nacional e internacional, referente por la representatividad social y cultural de su programación, la calidad de sus emisiones y la credibilidad de sus contenidos” es la visión institucional de esta radiodifusora, la cual obtiene el 70 por ciento de su financiamiento por medio de recursos fiscales, y el otro 30 por ciento de autogenerados. Estas características corresponden a las de un modelo de servicio público radiofónico.

Los antecedentes del IMER datan desde 1923, con la aparición de la estación *El buen tono*, y a la que en 1929 se le conoció como la *XEB*, pero de acuerdo a la página web oficial de esta radiodifusora, es hasta 1983 que, por Decreto Presidencial, se establece como se le conoce en la actualidad (IMER).

Desde 1983 hasta el 2003 el IMER estaba sectorizado en la Secretaría de Gobernación, lo que le restaba características de medio de servicio público y le concedía de gobierno. Fue a partir del 2003 que este instituto pasa a ser parte de la Secretaría de Educación Pública y, según la página oficial del IMER, adquiere patrimonios propios y personalidad jurídica.

⁵⁶ *Integración del Sistema Estatal de Televisión, Imevisión, y lanzamiento de los satélites "Morelos"*. Consultado en marzo del 2013 en <http://www.mmh.org.mx/nav/node/401>



Este grupo radiofónico cuenta "con 23 emisoras (13 FM, 10 AM y 1 emisora virtual)" , y tiene una cobertura que llega a 10 localidades y ocho estados; Chiapa de Corzo, Comitán y Cacahoatán en Chiapas; Mérida, Yucatán; Lázaro Cárdenas, Michoacán; Salina Cruz, Oaxaca; Tijuana, Baja California; Cd. Juárez, Chihuahua; Cd. Acuña, Coahuila y Cananea en Sonora, además del Distrito Federal y área conurbada, pero debido a su potencia, según el IMER, se puede escuchar en 17 estados de la república mexicana.

Debido a las características señaladas y a su importancia a nivel nacional, e incluso internacional, se eligieron dos programas de radio de esta radiodifusora para analizar su contenido y comprobar si fomentan o no una cultura de la vejez y el envejecimiento activo, que responde a una necesidad específica del sector poblacional viejo, pero también incumbe a toda la sociedad.

Aunque el IMER es un caso determinante en la radiodifusión pública en nuestro país, es importante no olvidar que las ineficientes regulaciones de los medios de comunicación, y el interés de obtener sólo beneficios personales de los individuos que manejan y administran estos medios, permean el ejercicio de este modelo de medios de comunicación tan necesario e importante en el desarrollo de nuestra sociedad.

1.5 Legislación de los medios de comunicación masiva en México

Existen diversas normas, como la Ley Federal de Radio y Televisión, la Ley Federal de Telecomunicaciones, la Iniciativa de la Ley Integral en la Cámara de Senadores y Diputados, la Ley Federal de Telecomunicaciones y contenidos audiovisuales, y la propia Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, que se han presentado a lo largo del tiempo, a partir del año 1960 hasta nuestros días, que tienen el objetivo de regular a los medios de comunicación.

Los artículos 6, 27 y 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos son los que se refieren a los medios de comunicación masiva. Cabe recordar que esta Constitución es la norma suprema del Estado y de la nación, por lo que es de la que derivan las otras leyes y reglamentos que se mencionaron con anterioridad.



El artículo 6 es dedicado para exaltar el derecho a la información y a la libre expresión, por lo que resulta clave en el ejercicio democrático de los medios de comunicación.

El artículo 27 se refiere a las concesiones de la propiedad de las tierras, el espacio y aguas comprendidas dentro de los límites del territorio nacional, por lo que es en éste en donde entra el uso de las ondas electromagnéticas que son utilizadas para la radiodifusión. En el artículo 28 se habla de la prohibición de los monopolios dentro del Estado mexicano, pues los medios debieran ser manejados por un gran sector social y económico y no sólo por unos cuantos.

Estos artículos son de suma importancia en el ejercicio de los medios de comunicación masiva, sin embargo, fue hasta enero de 1960, en el gobierno de Adolfo López Mateos, que se presenta el primer marco normativo que regula específicamente a la radio y a la televisión; la Ley Federal de Radio y Televisión.

Su última actualización se realizó en abril del 2012, pero en ésta los medios de servicio público no tienen presencia alguna, sólo se habla de algunas características de medios de servicio social. Dicha ley ha sido muy precaria, lo que induce a que no se cumpla ni se respete.

Un ejemplo que deja ver sus inconsistencias, es el apartado dos del artículo cinco y el apartado cuatro, del artículo 11, en donde se hace énfasis en dos sectores de la población calificados como vulnerables; la niñez y la juventud, pero dejan de lado a la de los adultos mayores, a las personas con capacidades diferentes y a las mujeres violentadas.

Otro ejemplo es observado en el artículo quinto, en donde se señala que “la radio y la televisión, tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana. A través de sus transmisiones, procurarán:

“I.- Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares; II.- Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud; III.- Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad



mexicana. IV.- Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales.”⁵⁷

En los escasos seis renglones de este artículo no se logra definir de forma clara, cómo los medios de comunicación lograrán cubrir estos objetivos de los que habla, y aunque se actualice constantemente esta Ley, no cubre las necesidades de regulación que requieren los medios de comunicación de radio y televisión.

Así, podemos decir que la Ley Federal de Radio y Televisión, con grandes lagunas y deficiencias en sus artículos, no responde ni respondió a las necesidades de una sociedad, ni de las audiencias, y menos a la de los medios de servicio público, ni siquiera fue eficiente en la regulación de los medios con fines comerciales, sólo contribuyó al inadecuado fomento y desarrollo de la radiodifusión comercial y de gobierno.

Esta ley se ha quedado anclada en el tiempo, no se ha desarrollado a la par de la tecnología, de la investigación, ni del ejercicio mismo del uso de los medios de comunicación.

Sin embargo, en el gobierno de Enrique Peña Nieto, en junio del 2013, parecía que cambiaría el rumbo de los medios de comunicación masiva como nunca antes, con las nuevas reformas en materia de telecomunicaciones.

El 11 de junio del 2013 se declara en el Diario Oficial de la Federación que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6o., 7o., 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de telecomunicaciones.

De las modificaciones a esos artículos resalta la del artículo sexto inciso B, en el que se menciona que “la radiodifusión es un servicio público de interés general, por lo que el Estado garantizará que sea prestado en condiciones de competencia y calidad y brinde los beneficios de la cultura a toda la población, preservando la pluralidad y la veracidad de la información, así como el fomento de los valores de la

⁵⁷ Ley Federal de Radio y Televisión. Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. Secretaría General. Secretaría de Servicios Parlamentarios. Última Reforma DOF 09-04-2012



identidad nacional, contribuyendo a los fines establecidos en el artículo tercero de esta Constitución.”⁵⁸

Resulta muy beneficioso que en este decreto se reconozca de manera oficial a los medios de comunicación masiva como de servicio público, y para reforzar este modelo, en el artículo 27 se menciona que la explotación, el uso o el aprovechamiento de los recursos en radiodifusión y telecomunicaciones, serán otorgadas por el Instituto Federal de Telecomunicaciones.

En el artículo 28 se define al Instituto Federal de Telecomunicaciones como un “órgano autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propio, que tiene por objeto el desarrollo eficiente de la radiodifusión y las telecomunicaciones, conforme a lo dispuesto en esta Constitución y en los términos que fijen las leyes. Para tal efecto, tendrá a su cargo la regulación, promoción y supervisión del uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico, las redes y la prestación de los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones.”⁵⁹ Por ser un órgano de carácter autónomo, el Instituto Federal de Telecomunicaciones no debe responder a ningún partido político ni privado.

Este decreto vislumbra una posibilidad más ventajosa para el modelo de medios de servicio público, pues los reconoce de manera oficial, y, además, el Instituto Federal de Telecomunicaciones contribuye a dicho modelo al que se aspira.

Otro eje que es resaltado en el blog oficial de la Presidencia de la República, es referente a las concesiones: “Para fortalecer la certidumbre legal, se expedirá un solo ordenamiento que regule –de manera convergente– el espectro, las redes y los servicios, mediante el régimen de concesión única.”⁶⁰ Las concesiones en materia de radiodifusión y telecomunicaciones podrán ser para uso comercial, público, social y privado, así quedarán eliminadas las permisiones.

⁵⁸ Poder Ejecutivo. Secretaría de Gobernación. (Primera Sección) Diario Oficial, publicado el martes 11 de junio de 2013.

⁵⁹ *Ibidem*.

⁶⁰ Consultado el 30 de marzo del 2014 en <http://www.presidencia.gob.mx/6-ejes-de-la-reforma-en-telecomunicaciones/>



Rubí Mauricio, articulista de *El Economista*, menciona que “la concesión única se otorgaría por el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) por un plazo de hasta 30 años y podría ser prorrogada hasta por plazos iguales.”⁶¹

Es ventajoso que se hayan eliminado las permisiones, pues resta vaguedad en la legislación de los medios, y permite regular de la misma forma tanto a medios con fines comerciales, como públicos, sociales o privados, sin embargo, el plazo de las concesiones es muy largo, y resta oportunidad de renovación y de variación de administradores, de directores, y así de contenido.

Después de que se vislumbrara una mejora en la legislación de la radiodifusión en nuestro país, la revista *Proceso* publicó el 9 de marzo del 2014, en su ejemplar 1949, un borrador de la ley secundaria de la reforma constitucional en materia de telecomunicaciones (otro régimen de regulación de los medios), fechado el martes cuatro de marzo del 2014, en el que se señala que no sólo se regulará un sector dominado por grandes monopolios, sino que se “le otorgará al gobierno federal la facultad de bloquear, inhibir o anular de manera temporal las señales de telecomunicaciones.”⁶² Es decir, que, este borrador de la ley secundaria, apela a un modelo de medios estatales, que velará por una imagen constitucional y política en los medios.

Villamil Jenaro menciona en dicha revista que lejos del objetivo de democratizar los medios de comunicación, la iniciativa de ley le otorga al Ejecutivo federal, en especial a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), poderes especiales para intervenir las comunicaciones privadas.

Otros artículos que se presentan en *Proceso*, señalan que los artículos del borrador de la ley secundaria que atentan al servicio público radiofónico y a los derechos de libre expresión, son: el 113, el cual menciona que “en caso de desastre natural, de guerra, de grave alteración del orden público, o cuando se prevea algún peligro inminente para la seguridad nacional, la paz interior del país o para la

⁶¹ Rubí Mauricio. *Concesión única tendrá vigencia de hasta 30 años*. *El Economista*. 21 de marzo del 2014, en <http://eleconomista.com.mx/industrias/2014/03/21/concesion-unica-tendra-vigencia-hasta-30-anos>.

⁶² Villamil Jenaro. *La ley secundaria, un proyecto represor del Estado*. *Proceso*, México. 9 de marzo 2014. Pp. 6.



economía nacional, o para garantizar la continuidad en la prestación de los servicios públicos a que se refiere esta ley, el Ejecutivo federal, a través de la secretaría, podrá hacer requisita de las vías generales de comunicación, así como de los bienes e inmuebles y derechos naturales para operar dichas vías y disponer de todo ello como lo juzgue conveniente. En el artículo 188 se dice que los concesionarios están obligados a permitir que las autoridades facultadas por la ley ejerzan el control y ejecución de la intervención de las comunicaciones privadas y a brindarles el apoyo que éstas soliciten, de conformidad con las leyes correspondientes.”⁶³

En estos artículos se observa una clara represión a la libertad de expresión, pues ¿qué es más importante que estar informado en una situación difícil para la sociedad mexicana? Bajo ninguna circunstancia se debiera vetar el derecho a la información.

En el artículo 240 se menciona que “se mantienen los 30 minutos, continuos o discontinuos, de transmisión diaria de tiempos de Estado en los servicios de televisión y radio, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de interés social. Serán administrados por la Secretaría de Gobernación.”⁶⁴

Si bien, es importante que el gobierno tenga un espacio para informar noticias relevantes que sólo éste maneja, es necesario recordar que esta forma de hacer radio tuvo su auge en los años 30s, 40s y 50s, cuando había poca experiencia en el quehacer radiofónico, y no se reconocía la importancia ni la función de la radio, de los medios de comunicación masiva.

En el portal de Internet *Regeneración*, se divulgó que a partir de las publicaciones de *Proceso*, mencionadas anteriormente, se modificaron algunos artículos de dicha ley, como el 127, el cual mencionaba que “no se podrán transmitir noticias, mensajes o propaganda de cualquier clase, que sean contrarios a la seguridad del Estado o del orden político.”⁶⁵

Con base en las citas de *Proceso*, presentadas anteriormente, podemos decir que la ley secundaria de la reforma constitucional en materia de telecomunicaciones incita un modelo de medios de gobierno, más que de servicio público, por lo que es

⁶³ *Ibidem*.

⁶⁴ *Ibidem*.

⁶⁵ *Ibidem*.



imprescindible definir y diferenciar de manera clara estos dos modelos de radio (público y estatal), y la legislación de las telecomunicaciones y la radiodifusión son instrumentos imprescindibles para que haya medios más plurales que verdaderamente sean una herramienta de desarrollo en una sociedad.

Vale la pena retomar a la Ley Federal de Telecomunicaciones, con última modificación en enero del 2013, la cual menciona en el primer artículo que “corresponde a la Nación el dominio directo de su espacio territorial y, en consecuencia, del medio en que se propagan las ondas electromagnéticas. Dicho dominio es inalienable e imprescriptible”⁶⁶. Es decir, no puede ser comprado por alguna empresa, su vigencia es duradera.

En esta misma Ley, en el artículo dos, se lee que “corresponde al Estado la rectoría en materia de telecomunicaciones, a cuyo efecto protegerá la seguridad y la soberanía de la Nación. En todo momento el Estado mantendrá el dominio sobre el espectro radioeléctrico y las posiciones orbitales asignadas al país.”⁶⁷

Si al Estado le corresponde proteger que el uso de los medios de comunicación vele por la seguridad y soberanía de la Nación, entonces también el pueblo tiene derecho de inmiscuirse en la protección de esos medios, vigilar su funcionamiento.

Una opción para ejercer este derecho es por medio del Instituto Federal de Telecomunicaciones, que es un órgano que debe fungir como representante del pueblo mexicano, de las audiencias.

Aunque las leyes y normas que han legislado a los medios de comunicación han sido contradictorias, confusas, lo que ha restado credibilidad y apego en su ejercicio, es necesario no dejar de apoyar y exigir un modelo de medios públicos, que respondan a las demandas y a las necesidades que se presentan en la sociedad.

Pero además de una legislación clara, es necesario que el Estado invierta en los medios públicos, pero específicamente en la radio, que se ha descuidado aún más que otros medios. Esta inversión no se debe ver como un gasto más, sino como

⁶⁶ *Ibidem*.

⁶⁷ Consultado en febrero del 2014 en <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/118.pdf>



una inversión que es igual de importante y necesaria como cualquier otro tipo de servicio público, pues “el sector privado por sí mismo no puede ser garantía de pluralismo”⁶⁸, y existen muchas necesidades que no logra atender ni resolver el Estado, pero los medios sí tienen algunas posibilidades para hacerlo.

Una de las necesidades no atendidas de manera suficiente por el Estado es la discriminación y violencia hacia la vejez, que, entre otras causas, es generada por una percepción negativa que es fomentada por los medios de comunicación.

Esta representación con prejuicios y estereotipos hacia el envejecimiento que algunos contenidos de medios transmiten, sesga la interacción social, generan violencia y maltrato hacia la población vieja.

Es imprescindible que los medios de comunicación, independientemente de su modelo (comercial, público o estatal) tengan una responsabilidad con todos los sectores sociales, que implementen una cultura de respeto, de tolerancia, que retomen las características esenciales de los medios de servicio público, que busquen integrar, incluir a todos los sectores sociales, haciendo énfasis de manera particular en la población vieja, que mayoritariamente son degradados a nivel social.

De los principales retos en los contenidos de la radio y televisión mexicana, es dejar atrás la gran dicotomía entre el entretenimiento, la culturalización y la educación.

1.6 Educación informal en la radio de servicio público para fomentar una cultura de un envejecimiento y vejez activa

Con base en la revisión que se hizo en este capítulo, la radio de servicio público tiene como principal característica la de incidir en una sociedad y buscar el beneficio de todos los sectores sociales a través de los contenidos que transmiten, pero, no sólo este modelo comunicacional lo hace, sino también los medios de comunicación con fines comerciales y de cualquier otro, que tienen otros objetivos prioritarios, como el vender.

⁶⁸ Madina Luis. *Medios Públicos*. Consultado en <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/5/2404/19.pdf> el 6 de junio del 2013.



No obstante, la educación implica un proceso complejo, por lo que este concepto no tiene una definición definitiva. La Real Academia Española la define como la “instrucción por medio de la acción docente”⁶⁹, esta definición acota el acto de educar a la figura de maestro, alumno y un salón de clase, a lo que podemos llamar educación formal⁷⁰, pero este tipo de educación no es el único que existe.

En este trabajo vamos a entender al concepto de educación como lo define Abbagnano Nicola, quien menciona que es “la transmisión y aprendizaje de las técnicas culturales, o sea las técnicas de uso, de producción, de comportamiento, mediante las cuales un grupo de hombres está en situación de satisfacer necesidades, de protegerse contra la hostilidad del ambiente físico y biológico, de trabajar y vivir en sociedad en una forma más o menos ordenada y pacífica”⁷¹, o sea que, la educación tiene como objetivo mejorar la forma de vida de los seres humanos que viven en una sociedad y que necesitan de la socialización para poder sobrevivir.

Existen diferentes tipos de educación, que a su vez se enfocan en diferentes áreas, sin embargo, nosotros nos vamos a centrar en un tipo de educación denominada como informal.

De acuerdo con Selva Artigas⁷², la educación informal es “aquella acción difusa que se realiza desde ámbitos cuyo objetivo no es específicamente didáctico y por lo menos no lo es la intencionalidad de la acción”⁷³. Por lo que este tipo de educación se presenta en cualquier experiencia que no esté pensada en primera instancia para educar, ni que se rija por programas ni planes de estudio, por ejemplo, la podemos encontrar en actividades lúdicas, en la convivencia social, en un programa de televisión, de radio, o en una película, por mencionar sólo algunas.

⁶⁹ <http://lema.rae.es/drae/?val=educacion> Consultado en diciembre del 2013.

⁷⁰ Según la UNESCO, la educación formal es aquella que se imparte en establecimientos educativos probados, en una secuencia regular de ciclos lectivos, con sujeción a pautas curriculares progresivas, y conducentes a grados y títulos.

⁷¹ Abbagnano Nicola. *Diccionario de Filosofía*. FCE. México, 1998. Pp. 370.

⁷² Licenciada en Ciencias de la Educación. Diploma en Educación a Distancia (UNED-España). Maestranda en Enseñanza Universitaria (Universidad de la República). Perfeccionamiento en Ciencias Sociales en Instituto Magisterial Superior.

⁷³ Mareñales Emilio. *Educación Formal, No Formal e Informal*. EDITORIAL AULA. 1996. P. 2. Sustraído de <http://www.inau.gub.uy/biblioteca/eduformal.pdf> Consultado en marzo del 2014.



Este tipo de educación se presenta de manera natural a lo largo de nuestra vida y “constituye la primera forma de educación, tanto en la perspectiva del desarrollo individual, como en el desarrollo histórico – social de los pueblos”⁷⁴, pues es la forma en que obtenemos nuestros primeros aprendizajes y la que nos enseña como socializar⁷⁵, como sobrevivir día con día.

La educación informal que se presenta a través de los medios de comunicación tiene gran peso en la forma en que se constituye una sociedad, pues crea pautas sociales e incluso un imaginario colectivo, una realidad de la misma sociedad, por lo que es aún más determinante que el de la educación formal que se implementa dentro de un aula o de una escuela.

Para afirmar esto basta con observar que, según el Censo de Población y Vivienda 2010, “en México hay 3 536 369 personas de 20 años y más que asisten a la escuela, lo que representa 5 de cada 100 habitantes en ese rango de edad⁷⁶, mientras que los medios de comunicación masiva han ido ganando un mayor espacio entre la población en general, según el INEGI, “el 26 por ciento de los hogares del país cuenta con una conexión a Internet”⁷⁷, por medio de la Internet se puede tener acceso a la radio, a la televisión, a películas y a otros formatos comunicativos, pero lo que resalta de estos datos es que el promedio de inserción de los medios de comunicación en los hogares es mayor que el de la educación formal.

Como se mencionó con anterioridad, la Asociación de Radio del Valle de México señala que una persona que vive en el D.F. escucha la radio por más de 39 horas a la semana, lo que nos muestra que existe una mayor exposición a una educación informal que marque las pautas de comportamientos y opiniones, que la educación formal.

⁷⁴ *Ibíd.* P. 6.

⁷⁵ Por socialización vamos a entender a “un proceso de adaptación del individuo al medio social en el que se desarrolla, por el simple hecho de su participación en la comunidad”. Toni Cuadrado (Con base en Jhon W.M). *La enseñanza que no se ve, educación informal en el siglo XXI*. Narcea S.A. De Ediciones. Madrid, España, 2008. p 152.

⁷⁶ INEGI. *Cuéntame. Asistencia escolar*. Consultado en <http://cuentame.inegi.org.mx/poblacion/asistencia.aspx?tema=P> en diciembre del 2013.

⁷⁷ INEGI. *Estadísticas a propósito del día mundial de internet*. Consultado en diciembre del 2013 <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/Contenidos/estadisticas/2013/internet0.pdf>



Pues, como bien señala Florence Toussaint en su artículo *El impacto de los medios en la educación y cultura*, los medios modifican al sujeto de forma paulatina y a largo plazo, a lo largo de los años, “se crean imaginarios en todas las áreas del quehacer colectivo”⁷⁸.

Si los medios producen una modificación en los individuos de una sociedad, es porque éstos impactan en el sujeto, y así en su cultura, en su educación, hasta en la forma de socialización.

“Con el desarrollo de los medios de comunicación de masas, el marketing y la publicidad, así como las nuevas tecnologías, las formas de comunicación social han transformado los procesos tradicionales de socialización y endoculturación de las personas.”⁷⁹

Es por eso que si vemos un producto audiovisual que presente a algún sector social cargado de estereotipos, e incite actitudes y comportamientos irrespetuosos hacia ellos, podemos entender por qué se podrían derivar ciertas formas de socialización e interacción hacia ese sector poblacional, como sucede con la población vieja.

Debido a los alcances a nivel social de los medios de comunicación, se pueden fomentar y difundir⁸⁰ valores, comportamientos que beneficien a una sociedad, formas de vida, como lo es una cultura del envejecimiento y vejez activa.

Es decir, el acto de fomentar se presenta cuando una forma de algo, se quiere presentar, dar a conocer, incitar, para que se adopte por los receptores de esa forma, mientras que difundir se presenta cuando ya existe una forma de algo, ya sea una moda, una noticia, un tipo de comportamiento, y se desea propagar, expandir, compartir y reforzar.

Si nos proponemos fomentar una cultura del envejecimiento y vejez activo, que promueva la participación y la reinserción social de los adultos mayores y de

⁷⁸ Toussaint Florence. *El impacto de los medios en la educación y cultura*. UNAM, 2010. Pp. 17

⁷⁹ Toni Cuadrado. *La enseñanza que no se ve, educación informal en el siglo XXI*. Narcea S.A. De Ediciones. Madrid, España, 2008. pp151.

⁸⁰ Cabe aclarar que el ejercicio de difundir es muy diferente al de fomentar. Según la Real Academia Española, difundir se refiere a “extender, esparcir, propagar o divulgar conocimientos, noticias, actitudes, costumbres, modas, etc.”, mientras que fomentar es el acto de “excitar, promover, impulsar o proteger algo”. Consultado en el Diccionario de la Real Academia Española. Consultado en junio del 2013 en <http://lema.rae.es/drae/?val=fomentar>

1. Radio de servicio público: Un modelo necesario en nuestra sociedad



las personas que van envejeciendo, no cabe duda que los medios de comunicación masiva, pero sobre todo, la radio de servicio público, que tiene como objetivo principal educar para el beneficio de una sociedad, es una gran posibilidad para lograrlo.

Capítulo 2

El próximo rostro de México: La vejez

En este momento nuestro país pasa por un proceso de cambio demográfico; el aumento de personas viejas. Esta modificación demográfica es resultado de un desarrollo social que ha producido un aumento en la esperanza de vida, sin embargo, también produce transformaciones latentes en las características y necesidades de una sociedad, lo que exige la implementación de acciones que velen los derechos de este sector social que va en aumento.

Actualmente diversos estudios muestran que el sector social de los adultos mayores es de los más vulnerables de la sociedad, lo que se debe, entre otras razones, a que no existe una cultura de respeto, de valoración hacia la vejez y al envejecimiento. Ante esto, es ineludible incentivar políticas públicas, sociales y acciones en todos los ámbitos en los que se requiera, a favor de las personas de la tercera edad.

El fomento de una vejez y envejecimiento activo a través de los medios de comunicación es una opción con grandes posibilidades para afrontar este cambio demográfico que se presenta, para erradicar la percepción negativa que se tiene de la vejez y del envejecimiento, pero sobre todo para delinear nuestras acciones, nuestros pensamientos, hacia un empoderamiento personal, y así construir una sociedad más tolerante, más respetuosa, más democrática.

En este capítulo se definen los conceptos de vejez y envejecimiento con la finalidad de diferenciarlos y entenderlos a lo largo del presente trabajo. Una vez definidos y delimitados se pretende conocer el panorama del aumento de la población vieja, en primera instancia a nivel mundial, para después poder entender esta modificación demográfica en México, y específicamente en el Distrito Federal.

Después de reconocer este panorama poblacional, en el segundo apartado se indaga en cómo se vive la vejez y en cómo se envejece en nuestro país y en el Distrito Federal, con base en notas informativas, estadísticas, investigaciones de



especialistas, con la finalidad de tener una perspectiva de la situación de los viejos en la actualidad, lo que nos permite reflexionar al respecto y prever en un futuro.

En este segundo apartado del segundo capítulo se reflejan estereotipos y prejuicios sobre la vejez y el envejecimiento que ocasionan índices de violencia y discriminación en esta etapa de vida. Este subtema da las pautas del tercer apartado; el viejismo y el edadismo, conceptos que se refieren a prejuicios y estereotipos alrededor de la edad.

El tercer apartado del segundo capítulo presenta el ejercicio del viejismo y edadismo en los contenidos de los medios de comunicación masiva en nuestro país. La finalidad de conocer cómo se concibe a la etapa de vida de la vejez y al proceso del envejecimiento, de cómo se presentan en los medios de comunicación, y de cómo viven la mayoría de los viejos en el Distrito Federal, nos orilla a indagar en una alternativa de forma de envejecer que equilibre y que subyugue en la medida de lo posible, la discriminación y violencia que se vive en esta etapa de vida.

La vejez y el envejecimiento activo es una forma de hacerlo, y en el último apartado de este capítulo se definen y delimitan estos conceptos que demarcan los elementos encontrados en los programas de radio analizados.

Advertencia

En este capítulo nos referimos como viejas a las personas de más de 65 años, con base en definiciones que se mencionan posteriormente. Aunque a nivel social esta palabra tiene una carga simbólica negativa, con este ejercicio (referirnos como viejas a las personas de más de 65 años) se apela a una nueva forma de uso, en la que se intenta percibir y usar la palabra viejo/a sin carga de estereotipos y prejuicios, al igual que utilizamos las palabras que se refieren a otras etapas de vida; niño, adolescente, joven, adulto.

La carga negativa que gira en torno a las palabras viejo o vieja refleja la percepción social que se tiene de las personas que se consideran como viejas, mayores de 65 años. Es necesario que al leer estas palabras (viejo/vieja) se trate de erradicar el miedo, los prejuicios y estereotipos que generan al pensarla.



2. Definición de vejez y envejecimiento

Con base en las teorías evolucionistas, podemos decir que por naturaleza, los seres vivos buscamos perdurar el mayor tiempo posible con vida. Debido a esta premisa, a lo largo de la historia humana, se ha progresado en tecnología, medicina, biología, que a su vez, ha generado un desarrollo social y que la esperanza de vida humana se prolongue.

La vida humana se conforma por etapas, las cuales son determinadas por cambios físicos, psicológicos, biológicos y sociales. La última etapa de la vida es la vejez, que al igual que las demás, tiene características específicas que son ocasionadas por un envejecimiento.

No obstante, existe una gran estigmatización para denominar a las personas que socialmente son viejas, y por ende, también para reconocer que el proceso de envejecimiento está presente en todo ser vivo que logre vivir más de 65 años, incluso varias teorías consideran que el envejecimiento se da desde que se nace.

Por tal motivo, en primera instancia, es necesario indagar en los términos de vejez y envejecimiento para así poder entenderlos de forma unísona en el desarrollo del presente trabajo, pues existen diversas definiciones entorno a dichos conceptos.

Salvarezza Leopoldo⁸¹, en su texto *Fausto, Miguel, Strogoff y los viejos*, menciona que se considera a la vejez como una etapa más del desarrollo del individuo, que representa una continuidad dentro de su existencia. Las etapas de la vida humana son establecidas conforme a la edad y a las características que suelen otorgar los años de vida; cuando se reconoce a una persona como niño, se toma en cuenta las características físicas y psicológicas de ese individuo, y esas características físicas son establecidas por la edad. También así sucede con la juventud, con la adultez, y con la vejez.

Esta etapa de vida presenta cualidades, características y necesidades psicológicas, físicas y sociales específicas, al igual que todas las demás etapas de vida, sin embargo, estas características y necesidades también son determinadas

⁸¹ Médico, psicoanalista y psiquiatra, especializado en psicogerontología. Es profesor titular de la cátedra Psicología de la Tercera Edad y Vejez en la Facultad de Psicología de la Universidad de Buenos Aires.



por contextos sociales específicos que pueden contribuir a mejorarlas o empeorarlas. En países en vías de desarrollo, como México, se presentan más retos, tanto económicos, como políticos y sociales, debido a características específicas de esta sociedad.

Diversas instituciones han establecido edades específicas para definir a las personas viejas; e incluso se han desarrollado varios conceptos que categorizan y otorgan características específicas a personas mayores de 60 años.

Por ejemplo, la Organización Mundial de la Salud (OMS), considera a las personas de 60 a 74 años como de edad avanzada; de 75 a 90 años como viejas o ancianas y los que sobrepasan los 90 se les denomina grandes viejos o grandes longevos. A todo individuo mayor de 60 años se le llama de forma indistinta de la tercera edad, o se le considera vieja.

En la página web oficial del Instituto para la Atención de los Adultos Mayores (IAAM) en el Distrito Federal, se menciona que “la ONU establece la edad de 60 años para considerar que una persona es adulta mayor, aunque en los países desarrollados se considera que la vejez empieza a los 65 años”⁸².

En las figuras 3 y 4 se observan a dos mujeres que en nuestro país son consideradas como adultas mayores, pero que por su diferencia de edad, en otra sociedad podrían pertenecer a etapas diferentes de vida.

Figura 3



Foto propia. “Mujer de 63 años”. Tomada en febrero del 2015 con consentimiento de la persona fotografiada.

⁸² <http://www.iaam.df.gob.mx/documentos/quienes.html> Consultado el 1 de octubre de 2013.



Figura 4



Foto propia. "Mujer de 66 años". Tomada en febrero del 2015 con consentimiento de la persona fotografiada.

La diferencia de edad para definir como viejas a las personas nos muestra que la vejez es un constructo social, por lo que en cada país y sociedad se percibirá, definirá y reconocerá de diferente forma y con diferentes características a las personas que son catalogadas como viejas, y este constructo depende de la cultura, el contexto social, la educación y las políticas públicas y sociales de cada sociedad.

El Instituto Nacional de Geriatría de Chile define a la población adulta mayor como "término que surge en nuestro país para denominar a la población de 60 y/o 65 años o más"⁸³, por tanto comparte el rango de edad con nuestro país.

En nuestro país, la Ley Federal de los Derechos de las Personas Mayores señala que una persona mayor es todo hombre o mujer que tiene 60 años o más de edad. El Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores (INAPAM) pide como requisito para tramitar su tarjeta INAPAM, tener 60 años cumplidos o más a la fecha de la emisión del plástico.

Aunque esta institución no define al término de adulto mayor, si establece una edad para proporcionar beneficios para estas personas, con lo que se transparenta la carencia del reconocimiento y la definición de las personas que son consideradas como viejas para este instituto. Es necesario trabajar más arduamente en las instituciones de nuestro país y del D.F. para establecer los derechos y las obligaciones de este sector poblacional.

⁸³ <http://www.ingerchile.cl/vistas/conceptos.html> Consultado el 1 de octubre del 2013.



Berenice Neugarten, quien fue psicóloga, investigadora y especialista en el desarrollo y psicología de la vejez y el envejecimiento, hace una clasificación para definir a las personas viejas de manera muy específica:

- Viejos-jóvenes, de 60 a 74 años. Son potencialmente activos y en su mayoría funcionales; este grupo de edad representa un capital social fundamental para el paradigma del envejecimiento activo.
- Viejos-viejos, de 75-89 años. Tienen mayor riesgo de presentar limitaciones en la funcionalidad física, psicológica y social. Por tal motivo, requieren programas gerontológicos diferenciados para mantener, prolongar y recuperar la funcionalidad, además de prevenir la fragilidad.
- Viejos-longevos, de 90 y más años. Grupo poblacional vulnerable desde el punto de vista biológico, psicológico y social, de ahí que sea necesario implementar programas de gerontología asistida para prevenir y controlar la fragilidad en el ámbito comunitario, en el marco del envejecimiento activo⁸⁴.

Esta clasificación permite reconocer algunas características generalizadas de personas que aunque todas sean catalogadas como viejas, muestran tipologías diferentes, lo que resulta fundamental reconocer para poder comprender que este sector poblacional es muy grande, y que si bien, comparte características, también existen grandes diferencias en cuanto a necesidades, particularidades y cualidades, dependiendo de su contexto social; pues no se puede comparar la situación de vida de una mujer de 60 años que vive en la ciudad, a la de un hombre de 90 años, que vive en el campo, pero los dos son catalogados como viejos.

Ante la clasificación de la vejez de acuerdo a la edad, Roberto Ham Chande⁸⁵ menciona que no hay una edad fija que pueda separar a los viejos de los que todavía no lo son, pues este constructo de vejez es social, es decir, estos términos son variantes, pues hay una diferencia clara de definición respecto a cada Estado y comunidad. Por su parte, Mendoza Núñez y Martínez Maldonado señalan que “la vejez es una etapa de la vida cuya edad de inicio la establece la sociedad”⁸⁶.

Esta variación depende del contexto político, social y económico de cada sociedad y de sus condiciones. Ante la gran diversidad de definiciones y

⁸⁴ Mendoza Núñez Víctor Manuel Martínez Maldonado María de la Luz. *Modelo de envejecimiento activo para el desarrollo. Envejecimiento y salud, una propuesta para un plan de acción integral gerontológico*. UNAM, INGER, 2012. Pp.262.

⁸⁵ Investigador del Departamento de Estudios de Población en la Frontera Norte, Tijuana.

⁸⁶ Mendoza Núñez Víctor Manuel Martínez Maldonado María de la Luz. *Modelo de envejecimiento activo para el desarrollo. Envejecimiento y salud, una propuesta para un plan de acción integral gerontológico*. UNAM, INGER, 2012. Pp.262.



concepciones sobre la vejez, Montes de Oca Zavala Verónica⁸⁷ propone tres posibles definiciones de la vejez desde diferentes posturas disciplinarias. La primera corresponde a una perspectiva cronológica, que se basa en la edad (Por ejemplo, las sociedades que definen como viejo a alguien a partir de los 60 años). La segunda se refiere a la funcionalidad, “que define a la vejez a partir de la aparición de limitaciones físicas, discapacidades y enfermedades, así como la declinación de la autonomía vital.”⁸⁸ Cabe señalar que esta definición no resulta eficiente porque sólo exalta aspectos negativos. La última se refiere a una definición muy simple; “como una etapa de la vida que antecede a la muerte.”⁸⁹

En suma, en este trabajo entenderemos a la vejez como una etapa de vida que se da a partir de los 65 años, independientemente de las limitaciones físicas que se presenten, la cual tiene características diferentes de acuerdo al contexto político y social. Entenderemos como viejo o adulto mayor a toda persona que tenga 65 años o más.

En cuanto al envejecimiento, existen diferentes interpretaciones respecto a éste. Diversos textos especializados mencionan que el envejecimiento es un proceso natural que se presenta en cualquier ser vivo constituido por células, por lo que se envejece desde que se nace. “Este término contiene de manera implícita la idea de que hay un desarrollo humano en todo el curso de vida.”⁹⁰ De esta manera, el envejecimiento es intrínseco a los seres humanos, y éste nunca termina hasta que llega la muerte.

⁸⁷ Doctora en Ciencias Sociales con especialidad en Población por el Centro de Estudios Demográficos y de Desarrollo Urbano de El Colegio de México. Coordinadora del Seminario Universitario Interinstitucional sobre Envejecimiento y Vejez de la UNAM.

⁸⁸ Montes de Oca Zavala Verónica. *La vejez y el envejecimiento: definiciones desde las diferentes disciplinas*. Pensar la vejez y el envejecimiento en el México contemporáneo. Renglones. Revista arbitrada en Ciencias Sociales y Humanidades. Núm. 62. ITESO. Guadalajara, México. Marzo-agosto, 2010. P.160

⁸⁹ *Ibidem*

⁹⁰ Montes de Oca Zavala Verónica. *La vejez y el envejecimiento: definiciones desde las diferentes disciplinas*. Pensar la vejez y el envejecimiento en el México contemporáneo. Renglones. Revista arbitrada en Ciencias Sociales y Humanidades. Núm. 62. ITESO. Guadalajara, México. Marzo-agosto, 2010. P.160.



Sin embargo, Mendoza Núñez Víctor⁹¹, menciona que “el envejecimiento humano es un proceso gradual y adaptativo de tipo biológico, psicológico y social, en consecuencia de cambios genéticamente programados (por la herencia), historia y estilos de vida, ambientes y condiciones sociales a las que estuvo expuesta la persona.”⁹² Este proceso se presenta cuando se alcanza un periodo de madurez biológica, psicológica y social, que aproximadamente se presenta a los 45 años.

Otra definición a la que se llegó en el Encuentro Nacional sobre Envejecimiento y Salud, es que “el envejecimiento es un proceso natural, no patológico, por el que atraviesan todos los seres vivos,”⁹³ es decir, el transcurso y la transición en la vida de los seres humanos hasta llegar a la vejez, y posteriormente a la muerte.

Aunque el envejecimiento se considere desde que un ser humano nace, o se tome en cuenta a partir de los 45 años, queda claro que es un proceso que se presenta en los seres humanos de forma natural.

Nosotros entenderemos al envejecimiento como un proceso biológico, psicológico, demográfico y social que se presenta en todos los seres humanos que alcanzan una madurez definida por su edad. Este proceso permea el curso de vida y está en constante cambio, incluso en la vejez, mientras que la vejez es una etapa de vida de la existencia humana establecida por la sociedad, que aunque tiene grandes diferencias de acuerdo al contexto social, también tiene características similares dentro de una sociedad en específico, en la que, en nuestra sociedad tiene grandes oportunidades por explorar pero también conlleva vulnerabilidad en diferentes aspectos.

Cabe señalar que existen diferentes formas de envejecer de acuerdo a la forma de vida en que se vive este proceso. Investigadores, estudiosos, instituciones y acuerdos internacionales han definido diversos conceptos para identificarlos,

⁹¹ Doctor en Ciencias Biológicas, director de la Unidad de Investigación Gerontológica en la Facultad de Estudios Superiores Zaragoza, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

⁹² Mendoza Núñez Víctor M. *Envejecimiento y vejez. Envejecimiento activo y saludable. Fundamentos y estrategias desde la gerontología comunitaria*. UNAM, FES Zaragoza, México, 2013. P. 23.

⁹³ Robledo Luis Miguel, Gutiérrez Ávila Jesús Héctor. *Biología de envejecimiento. Perspectivas para el desarrollo de la investigación sobre el envejecimiento y la gerontología en México*. INGER. México, 2010. P.46.



delimitarlos; envejecimiento individual, global, competente, satisfactorio, saludable, exitoso, *activo*.

2.1 Aumento de la población vieja en el mundo, en México y en el D.F.

En la actualidad existe un proceso de cambio demográfico innegable; un aumento de la población de personas viejas. Entre otras causas, debido a la reducción de natalidad y a un aumento de esperanza de vida. “La mayoría de los países disminuyeron en menor o mayor medida el nivel de la fecundidad y aumentaron su sobrevivencia.”⁹⁴

Este cambio demográfico es cada día más evidente, pues si se presta atención, es fácil reconocer que en diversos lugares públicos, como en los parques, en el transporte público, en centros comerciales, en restaurantes, en sala de espera de hospitales, hay más personas viejas que hace 60 años.

Es importante señalar que a nivel internacional, el Fondo de Población de Naciones Unidas (UNFPA, por sus siglas en inglés), publicó que “la esperanza media de vida aumentó pronunciadamente desde aproximadamente 48 años a comienzos del decenio de 1950, hasta aproximadamente 68 años en el primer decenio de este nuevo siglo. Además la fecundidad -es decir, el número de hijos que se prevé ha de tener una mujer en su etapa de procreación- disminuyó en más de la mitad, desde aproximadamente 6,0 hasta 2,5”.⁹⁵

Estos cambios tan drásticos en las tasas de fecundidad y esperanza de vida provocan un incremento acelerado de la población vieja. Lozano Dávila María y Lara Esqueda Agustín mencionan que se calcula que para el periodo de 1970-2025 crecerá la población adulta mayor a nivel global un 223%.⁹⁶

La Organización Mundial de la Salud (OMS), por su parte, menciona que hay alrededor de 600 millones de personas de 60 años y más; esta cifra se duplicará

⁹⁴ Instituto Nacional de Estadística y Geografía. *Día Internacional de las Personas de Edad* Aguascalientes, 2012.

⁹⁵ UNFPA, Fondo de Población de las Naciones Unidas. *Estado de la Población Mundial 2011*. Capítulo 1. P. 4. Consultado en http://foweb.unfpa.org/SWP2011/reports/SP-SWOP2011_Final.pdf

⁹⁶ Lozano Dávila María y Lara Esqueda Agustín. *Transición demográfica en México. Latinoamérica envejece. Visión gerontológica/geriátrica*. Ed. McGrawHill. México, 2007. P. 13.



hacia el año 2025 y llegará a casi dos mil millones hacia el año 2050, la mayoría de ellos en países en vías de desarrollo.⁹⁷

El aumento de la esperanza de vida, un índice menor de mortalidad y fecundidad, y su consecuencia; un aumento de la población vieja, resulta ser resultado positivo de las políticas públicas de salud, y de un desarrollo social y económico de las sociedades.

Vujosevich Jorge Alberto⁹⁸, menciona como ejemplo, que el resultado del desarrollo social y económico de algunas sociedades fue el incremento de la esperanza de vida; los seres humanos de Neandertal tenían una esperanza de vida de 20 años, entre 20 y 30 años era la de los pobladores de la antigua Grecia, y de 33 años en la época del medievo.

Según Lozano Dávila María y Lara Esqueda Agustín, el envejecimiento de la población inició después de la Revolución Industrial y tuvo su mayor desarrollo en el siglo XX, pero este proceso tardó más de 150 años en los países desarrollados, a diferencia de los países en vías de desarrollo, en los que se estima que tardará menos de 50 años.

Debido a que el incremento de la esperanza de vida es resultado de las políticas públicas de salud, como también de un desarrollo social y económico, este fenómeno poblacional primero se presentó en países desarrollados, y posteriormente en países en vías de desarrollo, sin embargo, el aumento de esta población en países en vías de desarrollo es y será mucho más acelerada. En la tabla uno (1) se observa el aumento tan acelerado de personas de más de 60 años en regiones en vías de desarrollo a comparación de las regiones desarrolladas.

⁹⁷ OMS. Organización Mundial de la Salud. *Envejecimiento y ciclo de vida*. Consultado en abril, 2013 de: http://www.who.int/ageing/events/idop_rationale/es/

⁹⁸ Docente investigador en UBa, de la Universidad Nacional de Mar del Plata (UNMDP), Argentina. Del 2002 al 2005 fue Asesor metodológico en investigación social en la UNAM.



Tabla 1
Incremento de la población de más de 60 años a nivel internacional

Distribución porcentual por regiones más desarrolladas y menos desarrolladas 2011 y 2050		
Región	2011 60 y más	2050 60 y más
*Mundial	11.2% de 100	21.8% de 100
*Regiones más desarrolladas	22.1% de 100	31.9% de 100
*Regiones menos desarrolladas	8.9% de 100	20.2% de 100

Fuente: Datos sustraídos de la tabla Distribución porcentual de la población, región y por continente según grandes grupos de edad 2011 y 2050, de Population Division of the Department of Economic and Social Affairs Highlights and Advance Table, citada en el texto Estadística a propósito del día mundial de la población. INEGI. 2011.

En esta tabla (1) podemos observar que en el año 2011 los países más desarrollados presentaban una gran ventaja de población mayor de 60 años a diferencia de los países menos desarrollados, pero aunque en el año 2050 los países más desarrollados son los que tendrán mayor población vieja, es sorprendente el incremento tan drástico que se prevé en países menos desarrollados.

Sin embargo, resulta evidente que las consecuencias son diferentes en países desarrollados que en los que están en vías de desarrollo, pues la forma de enfrentar esta situación en cuanto a salud, educación, sustentación económica, resulta más precaria en sociedades en vías de desarrollo, como la nuestra.

México se clasifica como “un país en vías de desarrollo, con múltiples tareas pendientes”⁹⁹, por lo que estas cifras tienen un mayor impacto, pues las probabilidades de una población de más de 65 años son mayores, pero también son

⁹⁹ Cruz Vargas Juan Carlos. *México sigue con estatus de país subdesarrollado: Coparmex*. Publicado el 30 de mayo del 2011 en <http://www.proceso.com.mx/?p=271281> Consultado en mayo del 2013 de <http://www.proceso.com.mx/?p=271281>



mayores los retos que se desencadenarán a partir de esta modificación de la población.

En México, por su parte, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), menciona que “durante las últimas cuatro décadas, se ha experimentado un acelerado cambio en los ámbitos demográfico y epidemiológico, consolidando así su paso a una etapa avanzada de la transición demográfica”¹⁰⁰.

En nuestro país, la tasa bruta de mortalidad se redujo a partir de 1960, y con el paso del tiempo, esta reducción ha sido constante y ha ido en aumento.

“Entre 1930 y 1960 la tasa bruta de mortalidad se redujo a casi 54%: de 27.5 a 12.6 defunciones por cada 1000 habitantes. En 1990 este descenso fue de 59%: de 5.2 defunciones por cada 1000 habitantes. Desde entonces hasta el 2003, la tasa bruta de mortalidad cayó 13.5% para ubicarse en 4.5 defunciones por cada 1000 habitantes. Se espera que en el año 2020 los decesos de adultos mayores constituyan el 72% de todas las muertes del país, y en el 2050 ascienda al 90%”¹⁰¹

En cuanto a la reducción de la fecundidad, la segunda causa más importante por la que ha aumentado la población vieja en nuestro país, también comenzó en el año 1960, con un promedio de 7.3 hijos por mujer, entre 1974 y 1999, el descenso fue de 6.11 a 2.48, y en el 2005, 2.1 hijos por mujer.¹⁰²

Este aumento de supervivencia permite que las personas logren llegar a edades más avanzadas, mientras que, debido a que las mujeres procrean menos hijos, hay menos niños y jóvenes en la población, lo que hace que aumenten los individuos con más edad. De acuerdo al INEGI, actualmente la esperanza de vida de las mujeres es de 77 años y la de los hombres es de 72 años, como se muestra en la figura 5.

¹⁰⁰ www.inegi.org.mx/inegi/.../estadisticas/2012/adultos0.doc?s.

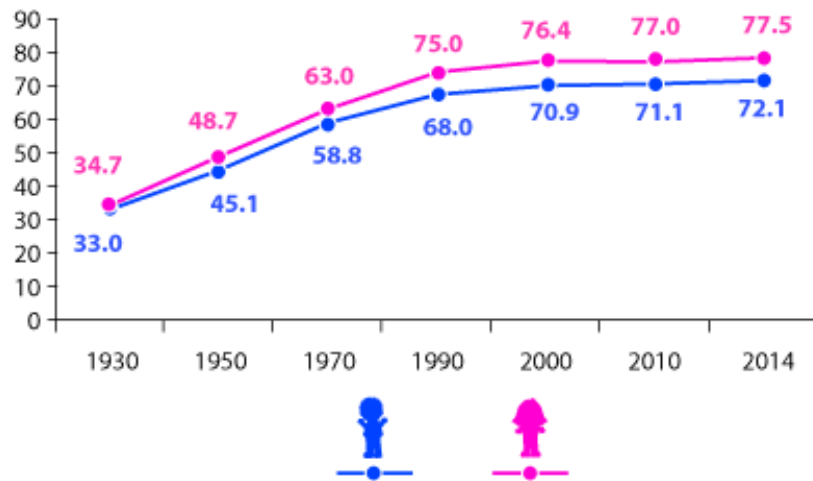
¹⁰¹ Lozano Dávila María y Lara Esqueda Agustín. *Transición demográfica en México. Latinoamérica envejece. Visión gerontológica/geriátrica*. Ed. McGrawHill. México, 2007. P. 14

¹⁰² *Ibíd.*



Figura 5

Esperanza de vida según sexo, 1990 a 2014



Fuente: INEGI CUENTAME. Indicadores Sociodemográficos de México (1930-200) y Esperanza de vida según sexo 1990 a 2014

En el censo de población del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) del año 2010 se encontró que hay una población total 112 millones 336 mil 538 habitantes en México, de los cuales 10.1 millones son personas de 60 años y más, lo que representa el 9% de la población total.

Si tomamos en cuenta que en este mismo censo se publicó que había 29 706 560¹⁰³ jóvenes entre 15 y 29 años de los 112 millones 336 mil 538 habitantes en México, esto significa que en 30 años esos jóvenes serán catalogados como adultos mayores, y nuestra población estará constituida principalmente por personas consideradas viejas, y cada vez irán en aumento de forma constante.

Aunque el porcentaje de esta población no predomine, es claro que ya tiene gran presencia en nuestro país, y aún más, en el Distrito Federal (D.F.), en donde hay 8 851 080 habitantes¹⁰⁴, de los cuales un millón 3 mil 648 personas conforman

¹⁰³ Cifra sustraída de INEGI. *Conociendo...nos todos*. Publicada en marzo del 2011. En <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/contenidos/Articulos/sociodemograficas/mexico-jovenes.pdf>

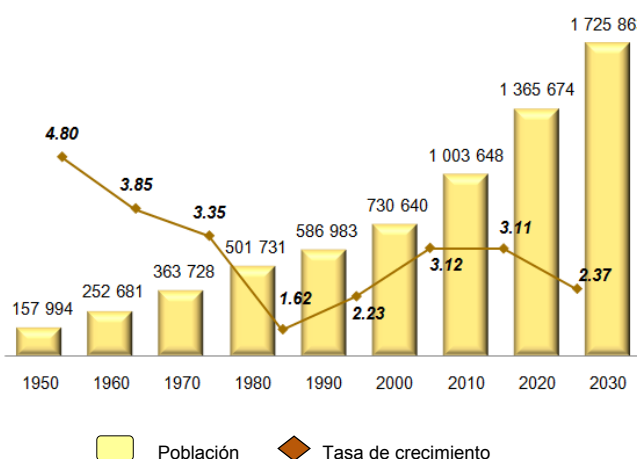
¹⁰⁴ INEGI. *Panorama sociodemográfico de Distrito Federal*. México, 2011.



a la población adulta mayor¹⁰⁵, siendo de esta forma, “la entidad con mayor presencia de este segmento poblacional, con 11.3% respecto a su población total¹⁰⁶. Si tomamos en cuenta la aceleración del incremento de este sector social, resulta necesario trabajar en los próximos escenarios posibles.

En la figura 6 se observa como ha aumentado la población vieja conforme el transcurso de los años, desde 1950. En esta gráfica se expone un cálculo aproximado que hace el INEGI respecto al aumento de las personas adultas mayores hasta el año 2030. Según esta fuente, desde 1950 y hasta 2010, la población de 60 años y más se multiplicó seis veces, y se espera que en 2030 sea 11 veces.

Figura 6
Población de 60 años y más y su tasa de crecimiento promedio anual (1950-2030)



Fuente: INEGI. Censos de Población y Vivienda, 1950-2010. CONAPO. Proyecciones de la Población. De las entidades Federativas 2010-2030. Sustraído de INEGI. Estadísticas a propósito del día de las personas de edad. Datos del Distrito Federal. México, octubre del 2013. p.2.

La delegación que presenta mayor índice de personas de más de 60 años es la de Iztapalapa, con 165 mil 731 individuos, pero la delegación que muestra un alto ritmo de crecimiento entre 2000 y 2010, es Tláhuac, con una tasa de 5.4 por ciento, esto según el documento *Estadísticas a propósito del día internacional de las personas*

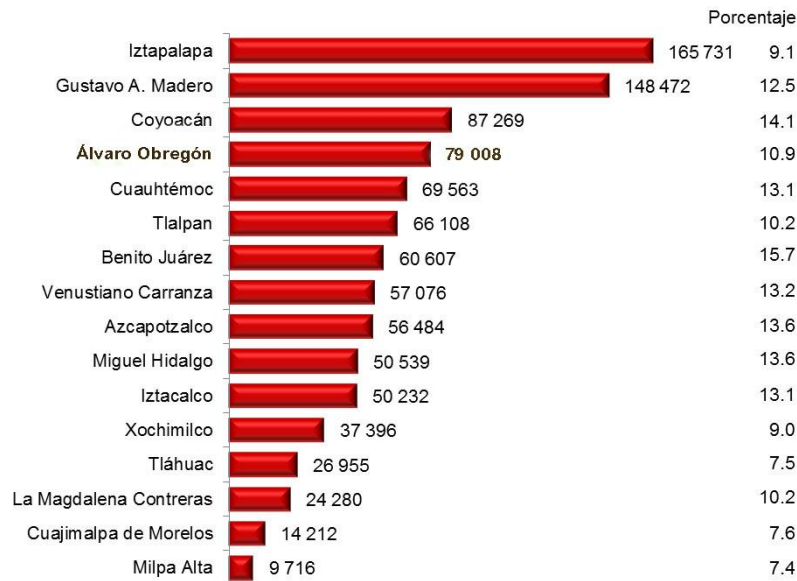
¹⁰⁵ INEGI. *Estadísticas a propósito del día internacional de las personas de edad*. Octubre 2012. México.

¹⁰⁶Ibídem.



de edad. Datos del Distrito Federal. En la figura 7 observamos la población adulta mayor en el Distrito Federal

Figura 7
Población adulta mayor en el D.F.



FUENTE: INEGI. *Censos de Población y Vivienda, 2000-2010*. Sustraído de INEGI. *Estadísticas a propósito del día internacional de las personas de edad. Datos del Distrito Federal*. México, octubre del 2013. p.3

Por ser el D.F. la entidad federativa de nuestro país con más adultos mayores, resulta prioritario trabajar en estrategias y herramientas que preparen a toda su población, tanto a las personas viejas, a las personas que las rodean y a las que están próximas a serlo, para enfrentar este panorama que acarreará nuevos retos de diferente índole, como lo son problemas de salud física, psicológica, emocional y social (violencia, discriminación y abandono).

2.2- Violencia, discriminación y abandono en la vejez

La importancia de prestar atención en el aumento de la población vieja radica en que este sector social es clasificado como vulnerable porque es más susceptible que otros grupos sociales de sufrir algún tipo de violencia, maltrato o marginación.



El Estudio Nacional sobre Salud y Envejecimiento en México (ENASEM) que inició en 2001, y que se le dio seguimiento a la misma muestra en 2003 y en el 2012, presentó un informe respecto al proceso de envejecimiento, el impacto de las enfermedades y la discapacidad en la población de 50 años y más en el país.

En este monitoreo se presentaron resultados que revelan que el sector poblacional que rebasa la mitad de un siglo de existencia vive en condiciones desfavorables para un desarrollo adecuado de vida.

Uno de los resultados más relevantes de esta encuesta señala que las personas adultas mayores presentan una falta de autonomía para realizar actividades de la vida diaria: “Las mujeres admiten con mayor frecuencia tener dificultad para ejecutar seis tareas cotidianas: Vestirse, caminar, acostarse y levantarse, ir al baño, bañarse y comer.¹⁰⁷”

En este estudio también se presentan resultados sobre la percepción del estado deficiente de salud, más no se realizaron estudios de salud que lo demuestren, por lo que cabe resaltar que estos resultados revelan cómo es que las personas perciben su situación particular, su salud, y sus capacidades físicas.

Dichos resultados nos muestran que en el año 2012 “predominó la percepción de un estado deficiente de salud; esto es, de regular a mala, con un 57.1 por ciento de los hombres y 67.5 por ciento de las mujeres¹⁰⁸”. En el año 2001 también se obtuvieron resultados parecidos; el 57.6 por ciento de los varones reportó su salud como deficiente, mientras que el 67.9 por ciento de las mujeres coincidieron con esta apreciación.

Esta autopercepción negativa del estado de salud en el envejecimiento es resultado, entre otras causas, de una imagen negativa de la etapa de vida de la vejez, pues, atañe a un juicio de valor que corresponde a la creencia de que la vejez es sinónimo de enfermedad, como lo mismo sucede con la creencia de que la juventud es sinónimo de salud y belleza.

En la figura 8 observamos una imagen que muestra la percepción que tienen muchas personas, entre ellas los médicos, que atañen las dolencias y problemas

¹⁰⁷ ENASEM. *Estudio Nacional de Salud y Envejecimiento en México. Nota técnica*. México, 2013.

¹⁰⁸ *Ibíd.*



de salud a la edad, y no a enfermedades que se desarrollan incluso desde la juventud.

Figura 8



Fuente: Imagen sustraída de la página de Facebook del Instituto Nacional de Geriatria Consultada en agosto del 2013.

Otro tópico sobresaliente de la encuesta ENASEM es el de la ocupación y el empleo en personas viejas, pues, una de las causas por las que se desvalora esta etapa de la vida, es debido a la relación de improductividad con la vejez.

Empero, la improductividad, dependencia y disfuncionalidad que se relaciona con la vejez, también forma parte de una percepción y apreciación negativa de esta etapa de la vida, ya que en el estudio de ENASEM, se ha encontrado que personas mayores de 50 años, que están muy cercanas a catalogarse como viejas, al igual que personas que ya son consideradas adultas mayores, fungen labores remuneradas o no, pero que requieren de esfuerzos físicos no valorados lo suficientemente.

Pues, debido a la situación económica en la que se encuentra nuestro país, a la endeble seguridad social, a las insuficientes pensiones en edades avanzadas que no abastecen las necesidades económicas de las personas viejas, y a la edad, que suele ser vista como una característica negativa, las personas de avanzadas edades se ven en la necesidad de trabajar en condiciones inadecuadas.

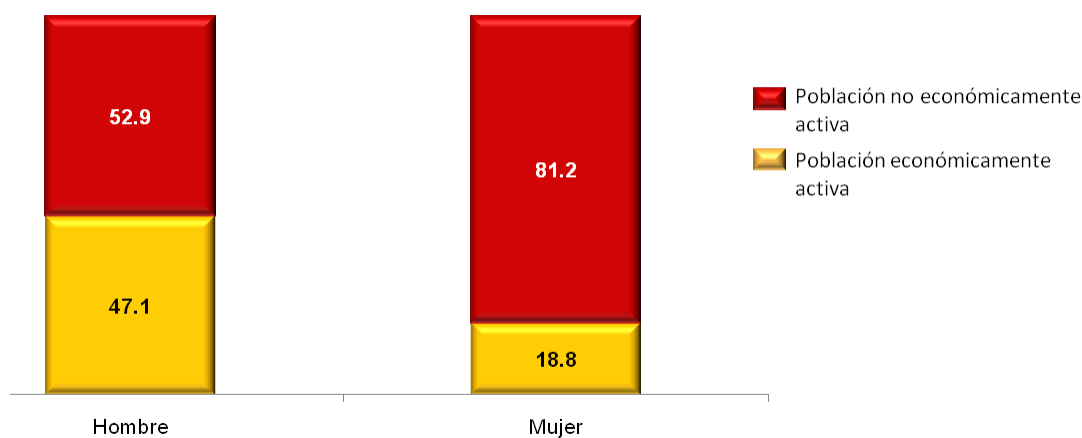


Un ejemplo de este tipo de trabajos ineficientes son los ofrecidos por la empresa de limpieza *Lava Tap*, que contrata a personas adultas mayores para trabajar en intendencia, generalmente en el metro de la Ciudad de México, pero según Agustín Rosales, de 74 años, a quien se entrevistó, menciona lo siguiente: “No quise trabajar ahí porque pagan muy poco, no alcanza para nada. Es trabajar de siete de la mañana a dos y media o tres de la tarde, todos los días, y pagan de mil cien a mil trescientos quincenales”. El pago resulta ser insuficiente para cubrir gastos médicos, de alimentación, de vivienda, de salud.

En *Estadísticas a propósito del día internacional de las personas de edad* se menciona que 47.1% de hombres adultos mayores se encuentran trabajando, o están en la búsqueda de ocupación remunerada, mientras que sólo el 18.8% de las mujeres viejas se encuentran en esta situación. La gráfica de la figura 9 muestra dicha estadística.

Figura 9

Actividad económica en hombres y mujeres adultos mayores



Fuente: INEGI. Censo de Población y Vivienda, 2010. Cuestionario ampliado. Base de datos

Lo primero que resalta es la gran diferencia de actividad laboral entre los hombres y las mujeres, ya que pareciera que las mujeres son casi inactivas económicamente, a diferencia de los hombres, que casi la mitad son productivos.



Al comparar estos datos con los arrojados por la ENASEM, descubrimos que las mujeres adultas mayores son casi igual de productivas que los hombres, pero su trabajo no es remunerado, ni reconocido, ni valorado.

Dicha encuesta menciona que en el 2012, el 57.4 por ciento de las mujeres se dedicaban a labores no remuneradas en el hogar y el 68.5 por ciento de los hombres trabajaba por una compensación en alguna ocupación formal o informal. En el 2001, la situación era muy semejante: el 69.7 por ciento de los hombres trabajaba y el 50.9 por ciento de las mujeres se dedicaba a las labores del hogar.

Estas cifras nos muestran que las personas catalogada como viejas, tanto los hombres como las mujeres, tiene la capacidad de seguir siendo activas, sin embargo, la mayoría de las labores de las mujeres se desarrollan en el hogar y no tienen ninguna remuneración económica, a diferencia de la de los hombres, por lo que la relación de la vejez con la improductividad, como si la primera fuera causa de la segunda, se desmiente, e incluso, si se prevén aspectos sociales y de salud, se podría aminorar aún más en la práctica. En las figuras 10 y 11 se observan dos personas de más de 70 años que aún son productivos económicamente.

Figura 10



*Foto propia. "Hombre de 78 años".
Tomada en octubre del 2014 con el consentimiento
de la persona fotografiada*



Figura 11



*Foto propia. "Mujer de 79 años".
Tomada en agosto del 2012 con el
consentimiento de la persona fotografiada.*

Dichos estudios, también nos muestran la clara inequidad y desigualdad de género en las edades avanzadas, que es propiciada por una sobreestimación de las actividades laborales de los hombres desde edades tempranas, como lo es una mejor remuneración económica por hacer lo mismo que las mujeres, o deslindarse de las labores domésticas. Como bien dicen Jiménez y Días, esta desigualdad de género se desarrolla desde la infancia, y en la vejez se ve reflejado.

"Se observan diferentes formas de maltrato hacia las mujeres a través de las etapas del ciclo vital. Desde la infancia las niñas son sometidas a diversas formas de maltrato hasta la senectud. Los aspectos culturales parecen favorecer la violencia hacia la mujer como una forma natural de comportamiento."¹⁰⁹

Esta impresión negativa de enfermedad y de improductividad de la vejez, independientemente de los géneros sexuales, ha desencadenado otros problemas sociales más graves en las personas viejas; la violencia de cualquier tipo (físico, psicológico, económico), la discriminación y el abandono.

¹⁰⁹ Esteban Jiménez Ramón, Díaz Martínez Alejandro. *Violencia hacia los ancianos. Latinoamérica envejece. Visión Gerontológica/geriátrica*. Ed. McGrawHill. Mexico, 2007. 428pp. P. 98.



Dichos problemas son los más comunes que se presentan en esta etapa de la vida, a pesar de que éstos no son inevitables ni son originados por la naturaleza humana, sino son producto de un constructo social, en el que intervienen factores sociales, culturales, ambientales y familiares, por lo que en algunas ocasiones está en las manos de cada individuo el evitarlos, como al respetar las decisiones de las personas viejas y al tratar de no hacer prejuicios sobre ellos.

En primera instancia hablaremos de la violencia, la cual ha prevalecido en diversas sociedades, y ha dejado de ser parte de un caso aislado, para convertirse en un problema de salud a nivel mundial.

Debido a la incidencia de violencia en diversos países como el nuestro, “en 1996, la 49ª Asamblea Mundial de la Salud adoptó la resolución WHA49.25, en la que se declara que la violencia es un problema de salud pública fundamental y creciente en todo el mundo.”¹¹⁰

Un estudio realizado por el INEGI en el año 2004, citado por Jiménez y Díaz, menciona que “la violencia intrafamiliar tiene lugar en 30.4% de los hogares en forma de maltrato emocional, intimidación, abuso físico y sexual, sobre todo en grupos vulnerables integrados por ancianos, mujeres y niños.”¹¹¹ Este estudio posiciona a las personas viejas como un grupo social altamente vulnerable, al igual que las mujeres y los niños.

No obstante, como bien mencionan Jiménez y Díaz, al hablar de violencia hacia las personas viejas, hablamos de violencia intrafamiliar, pues generalmente las personas adultas mayores pertenecen a una familia, y esta violencia se desencadena dentro de ella, y aunque los grupos sociales vulnerables (ancianos, mujeres, niños) sean los directamente perjudicados, se resquebraja a todos los integrantes de la familia, y así mismo, a una sociedad.

En suma, la violencia de cualquier tipo, no sólo hacia los adultos mayores, sino hacia todas las personas, independientemente de su condición social, es un

¹¹⁰ Liliana Giraldo Rodríguez. *El maltrato de las personas de edad. Envejecimiento y salud*. INGER, UNAM. México, 2011. Pp. 229

¹¹¹ INEGI, Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer (UNIFEM). *Encuesta Nacional sobre la Dinámica de las Relaciones en los Hogares*. México: INEGI, 2004. Sustraído de: Esteban Jiménez Ramón, Díaz Martínez Alejandro. *Violencia hacia los ancianos. Latinoamérica envejece. Visión Gerontológica/geriátrica*. Ed. McGrawHill. Mexico, 2007. 428pp. P. 97.



problema que afecta a sociedades enteras, además, atenta contra los derechos humanos de cada individuo.

Sin embargo, la población adulta mayor es de las más susceptibles a la violencia debido a que, entre otras causas, hablando en términos legislativos y culturales, es de los sectores sociales menos protegidos y más descuidados.

Si bien, en la *Ley de los Derechos de las Personas Adultas Mayores*, promulgada en 2002, se utiliza el término de violencia, aún no se aborda de forma específica el tema del maltrato hacia el adulto mayor. Debido a esto, en diversos textos como *Envejecimiento y salud, una propuesta para un plan de acción*, *Envejecimiento activo y saludable, fundamentos y estrategias desde la gerontología comunitaria*, y *Latinoamérica envejece, visión gerontológica/geriátrica*, al hablar de maltrato hacia las personas viejas, se menciona a la *Declaración de Toronto para la prevención global del maltrato a las personas mayores*, que se dio a conocer en el 2002, como uno de los textos más sobresalientes que tratan dicho tema.

En esta declaración se define al maltrato a las personas mayores como “un acto único o repetido, o la falta de una acción apropiada, que ocurre dentro de cualquier relación donde existe una expectativa de confianza, que causa daño o angustia a una persona mayor. Puede ser de varias formas: físico, psicológico/emocional, sexual, financiero o simplemente reflejar negligencia intencional o por omisión.”¹¹²

Así que cuando una acción, sea intencional o no, afecta de alguna manera a un adulto mayor, se está incurriendo a maltrato, incluso si no se cumplen sus expectativas de confianza.

En esta declaración se menciona que los maltratos hacia los adultos mayores ocurren generalmente en el núcleo familiar, o en donde se cuidan a estas personas. También se resalta la falta de marcos legales respecto al maltrato en la vejez, y la importancia de educación de toda la población para evitar prejuicios de la vejez y violencia hacia este sector social.

¹¹² Organización Mundial de la Salud (OMS), Universidades de Toronto y Ryerson, Ontario, Canadá, Red Internacional para la prevención global del maltrato a las personas mayores. Rev. Esp. Geriatr. Gerontol, 2002. Sustraído de: Liliana Giraldo Rodríguez. *El maltrato de las personas de edad. Envejecimiento y salud*. INGER, UNAM. México, 2011. Pp.231.



Según datos vertidos en el portal de Internet *Salud 180, estilo saludable*¹¹³, el Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia afirma que 60 de cada 100 personas de la tercera edad que ingresan a sus centros gerontológicos, presentan rechazo o total abandono de sus hijos.

En *Maltrato*, de Mendoza Núñez Víctor M., se señala que de acuerdo al Instituto Nacional de Geriátrica (INGER), en junio del 2011, en México, cerca del 17% de los mayores de 60 años sufre algún tipo de violencia.

Una nota informativa del periódico *El Universal*, publicó que “en el DF, cerca de 70% de los casos de maltrato contra adultos mayores denunciados ante el sistema de Desarrollo Integral de la Familia local (DIF-DF) son por violencia patrimonial y económica y casi todos van acompañados del abandono.”¹¹⁴

En el texto *Por una cultura del Envejecimiento* se menciona a la Primera Encuesta Nacional sobre Discriminación, la cual afirma que “41 por ciento de los adultos mayores opina que es justo sufrir discriminación.”¹¹⁵ Estas cifras nos muestran que el escenario que vive el adulto mayor es desalentador. ¿De qué sirve vivir más años si se vive con violencia, discriminación, incluso padeciendo abandono?

Entonces resulta clara la desvaloración, marginación y descuido hacia las personas viejas, lo que atenta a sus derechos humanos, a su condición de personas, de ciudadanos, empero, lo más preocupante es que la mayoría de esta población considera que es justo y normal que sufran violencia, y si esta población va en aumento, significa que también podría aumentar la violación de derechos, la exclusión, la marginación y la crueldad hacia este sector social, sino se trabaja al respecto.

¹¹³ Invet Pilar. *El abandono de personas ancianas es una violencia*. Consultado en <http://www.salud180.com/adultos-mayores/el-abandono-de-personas-ancianas-es-una-violencia> el 17 de octubre del 2013.

¹¹⁴ Simón Angélica, *El Universal*. *Aumenta el número de ancianos en abandono*. Publicado el 6 de abril del 2007. Consultado en abril 30 del 2013, en <http://www.eluniversal.com.mx/ciudad/83525.html>

¹¹⁵ Invet Pilar. *El abandono de personas ancianas es una violencia*. Consultado en <http://www.salud180.com/adultos-mayores/el-abandono-de-personas-ancianas-es-una-violencia> el 17 de octubre del 2013.



La tabla 2 muestra el porcentaje de los diferentes tipos de violencia que sufren los adultos mayores en la Ciudad de México, donde la de tipo psicológica es la más predominante.

Tabla 2
Maltrato de las personas adultas mayores
en la Ciudad de México

Prevalencia de maltrato de personal adultas mayores	
Tipo de violencia	Prevalencia área urbana n: 625 Ciudad de México
Total	16.2%
Psicológica	12.7%
Físico	3.9%
Económico	3.7%
Negligencia	3.5%
Sexual	1.0%

Fuente: Datos sustraídos de Liliana Giraldo Rodríguez. El maltrato de las personas de edad. Envejecimiento y salud. UNAM, INGER, Academia Nacional de Medicina de México. México, 2013. P. 236.

Ante este resultado, Jiménez y Díaz menciona que la violencia de tipo psicológico genera desesperanza, frustración, enojo y estrés, y, posteriormente, posibilita la aparición de somatizaciones, depresión y suicidio.

En suma, la percepción de una salud deficiente, la falta de autonomía para realizar actividades, y la relación de improductividad, dependencia y disfuncionalidad con la vejez, es decir, una percepción negativa de la vejez y el envejecimiento, han causado diversos problemas de salud y sociales; como lo son la depresión, el suicidio, el abandono, la discriminación, la violencia.

Es inminente la gravedad de dichos problemas (la violencia psicológica o de cualquier otra) porque ocasionan que tanto las personas mayores de 65 años, como los demás ciudadanos, perciban a alguien viejo como un estorbo o un desecho social.



Esta percepción negativa de la vejez y el envejecimiento ha generado el desarrollo de los conceptos viejismo y edadismo, que son resultado de una cultura que huye de la edad, del envejecimiento y de la vejez.

Una de las causas de la percepción negativa de la vejez y el envejecimiento han sido los medios de comunicación, que han manejado estereotipos de los viejos, así como presentado comportamientos específicos hacia ellos, además de transmitir publicidad viejista y edadista, que provoca reacciones antipáticas respecto a estos procesos y etapa de vida.

Una forma de incentivar un envejecimiento y vejez activo, y poder erradicar esa apreciación negativa del envejecimiento, es por medio de los medios de comunicación de servicio público, específicamente la radio, que debido a sus características específicas de ese modelo de comunicación señaladas con anterioridad, podría lograrlo.

2.3 Viejismo y edadismo

La vejez, etapa de la vida a la que se tiene que llegar para poder vivir más años, es renegada por la mayoría de la población, y muestra de esto es la violencia, el maltrato y la discriminación por la que pasan las personas viejas, como lo muestran diversos estudios como el ENASEM (2012), la Primera Encuesta Nacional sobre Discriminación (2005), y un estudio del INEGI del 2004.

Estos problemas sociales y de salud se presentan debido a que existe una imagen negativa de la vejez, pues se identifica con la enfermedad, con la soledad, con la dependencia, con la fealdad y con la discapacidad.

En un sondeo, realizado en la serie de televisión *Revoluciones de la longevidad*, realizado por el Mirador Universitario de la Coordinación de la Universidad Abierta y Educación a Distancia (CUAED) de la UNAM, y por el Instituto Nacional de Geriátrica (INGER), preguntan ¿Qué trae a su mente la palabra vejez?, en el minuto 2:02 podemos observar que una señora responde a esta pregunta; “soledad”, y en el minuto 2:33, un joven responde; “debilidad y dependencia.”¹¹⁶

¹¹⁶ *Revoluciones de la longevidad*. (2013) M. U. "Discriminación por edad". INGER, CUAED, UNAM. Enviado por Mirador el 10/08/2013 - 13:17 <http://mediacampus.cuaed.unam.mx/node/4017>



A la etapa de la vejez se le atribuyen características específicas que la generalizan, haciendo que los sectores poblacionales que se encuentran en otras etapas de vida, la rechacen, que huyan de ella, que la menosprecien, y que le teman.

En cambio, la juventud se sobrevalora, se idealiza, entre otras causas, porque vivimos en un sistema capitalista, donde la juventud es sinónimo de productividad y funcionalidad. Sin embargo es contradictorio querer vivir muchos años sin querer llegar a la vejez.

Para entender a la juventud y a la vejez, se presenta una categorización que las diferencia, como sucede al definir lo bonito de lo feo, lo bueno de lo malo, la verdad de la mentira, como si se requiriera un opuesto negativo y uno positivo para reconocer a cada uno, como si uno fuera mejor que el otro.

Debido a dichas actitudes negativas hacia la vejez, Robert Butler¹¹⁷, en el año de 1969, desarrolló el concepto de viejismo, que se refiere al conjunto de actitudes negativas y estereotipadas hacia los viejos.

A partir del origen de este concepto, otros investigadores siguieron indagando y proponiendo definiciones al respecto. Moreno Toledo Ángel¹¹⁸, define al viejismo como las “percepciones sesgadas, estereotipadas que subordinan a este grupo de edad a la discriminación social, pues el desarrollo de actitudes negativas y estereotipadas hacia la vejez y/o el proceso de envejecimiento (denominado Viejismo en su término anglosajón Ageism) ha categorizado equivocadamente a la vejez como una etapa puramente incompetente y aversiva”¹¹⁹.

Las características de enfermedad, debilidad, dependencia, soledad, que se le han asignado a la vejez, produce reacciones sociales agresivas y discriminatorias hacia todas las personas viejas. Esto significa que cualquier persona vieja se podría

¹¹⁷ Médico, gerontólogo, psiquiatra. Trabajó en el campo de las demencias y el envejecimiento y fue el primer director del National Institute on Aging de Estados Unidos.

¹¹⁸ Psicólogo de la Residencia de ancianos de Archidona (Málaga) España.

¹¹⁹ Moreno Toledo Ángel. Viejismo (ageism). *Percepciones de la población acerca de la tercera edad: Estereotipos, actitudes e implicaciones sociales*. Revista Electrónica de Psicología Social «Poiésis» ISSN 1692-0945. N° 19 – Junio de 2010.



percibir como improductiva y enferma, aunque no lo sea. Pero, ¿quién se salva de la enfermedad?

La enfermedad, la soledad y la discapacidad no se presentan únicamente en la vejez, pues la juventud, la infancia, y cualquier otra etapa de vida, no están exentas de padecerlas. Sin embargo, estas características se les atribuyen directamente a los viejos.

En la encuesta de Tendencias Juveniles 2013 que realizó el Instituto de la Juventud (INJUVE), se reveló que el 55.43% de jóvenes entre 14 y 29 años, no se consideran felices, y el 66.88%¹²⁰ se han sentido deprimido alguna vez, con lo que se demuestra que la edad no determina la felicidad, el dinamismo, la salud y la satisfacción, sino que depende de las personas en sí mismas, y de su entorno social.

Como bien menciona María de la Luz Martínez Maldonado, “el viejismo se conforma de prejuicios y estereotipos que nacen en la sociedad”; en la familia, en los grupos sociales, en el Estado, pero principalmente en los medios de comunicación masiva, que tienen gran impacto en toda la población.

Cabe señalar que los prejuicios son actitudes y discernimientos hacia algo o alguien, sin la información necesaria para sustentarlos. Existen prejuicios negativos y positivos hacia los viejos, sin embargo, ambos son perjudiciales, pues generalizan y califican a las personas de manera superflua.

Al decir “todos los abuelitos son tiernos” o “todos los viejos son rabos verdes”, inmediatamente se generaliza respecto a todas las personas viejas. En cuanto a los estereotipos, son etiquetas, características físicas específicas dadas a alguien, únicamente por su categorización, y forman una imagen social, es decir; es adoptada y aceptada por la sociedad. Por ejemplo; un viejo usa bastón, lentes y está chimuelo. Los prejuicios y los estereotipos arrebatan la autonomía, y sesgan las relaciones sociales hacia dichas personas.

El viejismo se da en diferentes formas; depende de quién adopte actitudes y acciones discriminatorias y marginantes hacia los viejos, y la manera en que lo hacen, ya sea con actitudes, con acciones, con servicios públicos brindados en los

¹²⁰ Consulta de tendencias juveniles. IMJUVE. México, 2013. P.54. Consultado en <http://www.jovenes.df.gob.mx/Consulta.pdf>



que se excluye a las personas por la edad o cuando se brindan servicios ventajosos o de discapacidad, con comentarios agresivos, prejuiciosos, o por omisión.

Martínez Maldonado menciona que el viejismo se presenta en tres diferentes formas: de los otros grupos hacia los viejos, de los viejos hacia otro grupo de viejos, y de los viejos hacia sí mismos.¹²¹

Algunos ejemplos de viejismo de parte de otros grupos sociales que da Martínez Maldonado, son: Al tratar a los viejos como niños, cuando se les margina en la toma de decisiones a nivel familiar y comunitario, al dar por hecho que necesitan ayuda por el hecho de ser viejos, al no tomar en cuenta sus opiniones en asuntos relevantes, dando por hecho que no son capaces de aportar soluciones, cuando se les excluye de la vida familiar y social, cuando se les obliga ser dependientes a pesar de tener la posibilidad de realizar ciertas actividades, cuando se les juzga como ridículos al realizar ciertas actividades.

Este tipo de viejismo también lo podemos encontrar en algunos programas de televisión transmitidos por los medios de comunicación masiva, en donde se promueven estereotipos, prejuicios, rechazo y actitudes discriminatorias hacia los viejos de parte de otros grupos sociales, lo que produce una percepción negativa de la vejez de parte de los espectadores.

En uno de los *sketch* de *La hora pico*, telecomedia mexicana producida por Televisa, participó como invitado especial el famoso personaje *El Tata* junto con los personaje *Parejota* y *Poncho Aurelio*, los agentes de tránsito. En el diálogo entre estos personajes, observamos que Poncho Aurelio se refiere a El Tata como “abuelito”, mientras que el Tata hace alusión a “sus tiempos” como si los actuales no lo fueran. Ante esta respuesta, Parejota le contesta: –Mire, en sus tiempos, el muerto no andaba manejando la carroza¹²².

Aunque el género televisivo que maneja el programa podría permitir burlas hacia diferentes sectores políticos, es evidente que la imagen de los viejos sirve de

¹²¹ Martínez Maldonado María de la Luz. *Prejuicios y estereotipos de la vejez; viejismo. Envejecimiento activo y saludable*. UNAM, FES Zaragoza. México, 2013. 522pp. P.45

¹²² El tata en La hora pico. <http://www.youtube.com/watch?v=SfVPRAfzvbQ> Consultado en mayo del 2014



burla, pues la actitud que se muestra hacia ellos es de descalificación, de que son ajenos a una sociedad, lo que alimenta a una percepción negativa de la vejez.

Cabe mencionar que incluso el personaje de *El Tata* aportó características muy representativas de la imagen que se tiene de los viejos; despeinados, fodongos, delirantes, con actitudes infantiles, con muecas que hacen alusión a la falta de dientes. Este personaje por el que fue tan conocido el actor Jorge Arvisu, únicamente se valía de la condición de ser viejo para causar risa y burla.

Martínez Maldonado menciona que existe el viejismo incluso cuando se usa un “lenguaje invisibilizante”¹²³ para referirse a las personas viejas; como lo es adulto mayor, abuelito, de la tercera edad, personas de edad o adultos en plenitud.

Una de las razones por las que podría parecer un acto de viejismo referirnos así a las personas, es porque existe un temor cargado de prejuicios al utilizar la palabra *viejo* o *vieja* al referirnos a las personas de más de 60 años, no obstante, tenemos que entender esa palabra, no como una ofensa, sino como natural.

De los aspectos más graves del viejismo es que ha provocado que haya una autopercepción negativa respecto a la vejez, es decir, que los viejos perciban su condición de ser viejos como negativa, que es otra tipo de viejismo que menciona Martínez Maldonado.

En el programa de radio *Talinísima*, transmitido el dos de junio del 2014 de 12:00 a 13:00 horas, producido por el grupo radiofónico Radio Red a través de 1110 de Amplitud Modulada, la conductora Talina Fernández, quien tiene 73 años, publicita un tratamiento antiarrugas con el siguiente diálogo: -¡Imagínate que me quite las arrugas alrededor de los labios! ¡Me gustaría muchísimo! Las arrugas de viejita de los labios son horribles, ¡horribles!

Estos diálogos descalifican las características físicas de personas catalogadas como viejas o adultas mayores, lo que degrada su imagen, incluyendo la de la conductora, que pertenece a esta categoría.

El texto *Por una cultura del Envejecimiento*, presentado anteriormente, menciona que en la Primera Encuesta Nacional sobre Discriminación se afirma que

¹²³ Ibíd. P. 49.



“41 por ciento de los adultos mayores opina que es justo sufrir discriminación.”¹²⁴
Esta marginación, maltrato y discriminación ha causado que los que los sufren, lo acepten.

Cuando el viejismo se da a partir de la autopercepción de un viejo, una de las actitudes más comunes es limitarse a sí mismos en acciones y en la toma de decisiones, adoptando una actitud de dependencia e invalidez, cuando no es necesario.

En cuanto al tercer tipo de viejismo, que se presenta de parte de un grupo de viejos a otro viejo, lo podemos encontrar en el mismo programa señalado anteriormente, *La hora pico*, en el que Conzuelo Duval y Lorena de la Garza caracterizan a Clara y Emma, quienes son dos viejas que se refieren a ellas mismas como estúpidas, babosas, y en general de una forma ofensiva e irrespetuosa:

Clara- Te vas a arrepentir, porque te voy a enseñar a todos mis novios.

Ema: -Pues yo también puedo ver a alguno de los míos, estupidísima. ¡Mira!

Allá está uno de los míos, allá.

Clara: ¿Ese? Por lo que veo está igual de feo que tú, anciana decrepita¹²⁵.

Además de las evidentes ofensas que muestra una a la otra debido a ser viejas, cabe mencionar que el vestuario, maquillaje y caracterización de estos personajes las muestra como enfermas; Clara tiembla mucho, como si sufriera mal de Parkinson, además usa lentes mal colocados, está chimuela. Ema usa lentes con un alto nivel de graduación, está chimuela y no escucha bien. Las dos visten rebozos, tienen una postura encorvada y tiene un cabello casi blanco totalmente.

Este tipo de representación de las personas viejas crea una imagen enferma y negativa de la vejez, e incluso incita a tener actitudes irrespetuosas hacia este tipo de sector social. Pero existen diversos programas de televisión, así como publicidad que se transmite en todos los medios masivos de comunicación (radio, Internet,

¹²⁴ Invet Pilar. El abandono de personas ancianas es una violencia. Consultado en <http://www.salud180.com/adultos-mayores/el-abandono-de-personas-ancianas-es-una-violencia> el 17 de octubre del 2013.

¹²⁵ Guión sustraído del video *La hora pico. Clara y Ema. Los novios*. Youtube. <http://www.youtube.com/watch?v=CU11xSttKig>. Mayo, 2014.



televisión, periódicos, revistas), que alimentan una percepción negativa del envejecimiento y la vejez.

El *sketch* *Alz y Heimer*, del programa *Derbez en cuando*, muestra una imagen enferma y cómica de dos personas adultas mayores, incluso el nombre de este *sketch* relaciona a la enfermedad con la vejez por la que pasan los protagonistas. La figura 12 corresponde a una escena de este programa de televisión, en el que sus personajes reflejan hábitos sedentarios, usan bastón, no tiene dientes, están enfermos.

Figura 12



Imagen sin título de descripción de trabajo. Sustraída en enero 2015 de <http://i.ytimg.com/vi/TvvFveCQAzU/hqdefault.jpg>

Por mencionar a otro personaje de la televisión que genera una imagen negativa de los viejos, está *Jaime Duende*, personificado por Facundo Gómez Brueda; quien es un hombre de más de 60 años que es un alcohólico, violento, desfachatado, que maltrata a su esposa, una mujer de más de 60 años.

En suma, el viejismo es un conjunto de actitudes y acciones que desvaloran, discriminan, y generalizan, de forma consciente o inconsciente, a las personas viejas. Estas actitudes y acciones son generadas debido a una percepción de la vejez que perjudica a las personas que lo son, y que es adoptada socialmente, lo que ocasiona que estas personas se encuentren estigmatizadas.



Sin duda alguna, en nuestra sociedad, el viejismo se presenta de diferentes formas, y es tan común que no se reconoce la discriminación, la marginación ni el maltrato que presentan. Sin embargo, no sólo a la vejez se le atribuyen prejuicios y estereotipos, también al proceso de envejecimiento, que se presenta con el paso de los años, a este fenómeno se le denomina edadismo.

Este concepto surgió a partir del viejismo, que en su idioma original se lee como *ageism*, y significa “miedo o fobia a envejecer,”¹²⁶ es decir, se refiere a una actitud negativa hacia el envejecimiento, hacia el incremento de la edad, lo que perpetúa la idea de que el envejecer es perjudicial, por lo que la juventud es el estado deseable y saludable para toda persona.

A partir de que surgió el concepto de *ageism*, al viejismo y al edadismo se les denominó de forma muy similar, se entendían casi como sinónimos, hasta que, según un artículo de la página de Internet www.ageismhurts.org, Maggie Kuhn¹²⁷, le asignó un significado más literal a la palabra edadismo (*ageisms*), interpretando que tanto los jóvenes como los viejos pueden sufrir discriminación por su edad, “*proposing that a young person can be discriminated against because of their age in the same way as an older person.*”¹²⁸

Así que vamos a entender como edadismo a las actitudes y comportamientos discriminatorios y prejuiciosos hacia las personas, basados únicamente por su edad. Esta agresión la puede sufrir cualquier persona (niños, adolescentes, jóvenes, adultos, viejos). Para referirse a edadismo, es necesario especificar el rango de edad en el que se presenta, en este caso es en la vejez.

Debido al sistema capitalista en el que vivimos, el edadismo ha tenido un gran apogeo en la publicidad que enaltece a la juventud. Este tipo de publicidad propicia acciones viejistas y edadistas en la sociedad; mayoritariamente las mujeres, pero también los hombres, mienten respecto a su edad, por lo que tienen gran auge los cosméticos que previenen el rastro de los años.

¹²⁶ R.N. Butler, *Why Survive? Being Old in America* (New York: Harper & Row, 1975). Citado por INMERSO. *Ageism in América*. 2009, Madrid.

¹²⁷ Fue una activista que luchó por el reconocimiento y los derechos de las personas en la vejez, de la igualdad de género, y por los derechos de los trabajadores. Fue fundadora de la organización *Las panteras grises* (Gray Panthers) de Estados Unidos, en 1970.

¹²⁸ <http://www.ageismhurts.org/what-is-ageism> Consultado en abril del 2014.



La figura 13 corresponde a una imagen sustraída de Internet que publicita un cosmético que borra las líneas de expresión provocadas por la edad. Su discurso enaltece a la juventud y rechaza al envejecimiento.

Figura 13



Fuente: Imagen sin título de descripción. UNT. Recuperada de http://www.shopunt.com/es/agreerasesfirmingeyeconcentrate/p/522/c/21?OutAD_ID=3061 en junio 2014

Esta publicidad reafirma la percepción negativa del aumento de la edad, y también la idea de que la juventud es el estado ideal porque es sinónimo de belleza femenina, también apela a ocultar la edad y mentir sobre ella. La penúltima frase: “Firmeza EXTRA, suavidad EXTRA, juventud EXTRA”, inmediatamente descalifica al incremento de la edad representado en las características físicas de la vejez.

Las historias desarrolladas en los medios de comunicación masiva idealizan a la juventud y se centran en ella. Son minoritarios los modelos (a), actores o actrices viejos que son protagonistas de campañas publicitarias o productos audiovisuales.

Las figuras 14 y 15 muestran lo rara y poco común incidencia de la imagen positiva de personas viejas en los medios de comunicación masiva, pero aún más, en el ámbito publicitario. Estos carteles forman parte de una campaña publicitaria del año 2011 de *El palacio de Hierro*.



Figura 14



Fuente: El Palacio de Hierro. Terán TBWA. Producción: Oliver Castro. Modelo: Carmen Dell'Orefice. Imagen sustraída en junio del 2014 del Blog: <http://iherrerias605tc2.blogspot.mx/>

Figura 15



Fuente: El Palacio de Hierro. Terán TBWA, Producción: Oliver Castro. Imagen sustraída en junio del 2014 de <https://unelefante.wordpress.com/2010/09/07/soy-totalmente/>

Estos modelos proyectan una imagen atractiva, fuerte, inteligente, y cabe señalar que tienen más de 70 años. El discurso de esta campaña publicitaria apela a un público objetivo mucho más amplio, en donde contempla a los viejos y los representa con las mismas posibilidades que cualquier persona joven o de cualquier edad.



No obstante, estos mensajes son menos frecuentes que los que emplean la imagen de los viejos como herramienta de burla. Un ejemplo de este caso es el capítulo *El cumpleaños de la maestra Canuta* del programa de televisión *Cero en conducta*, telecomedia mexicana producida por Televisa y protagonizada y escrita por Jorge Ortiz de Pinedo, el cual centra su comicidad en el acontecimiento del incremento de años del personaje La maestra Canuta, y se refiere a este hecho como si fuera vergonzoso.

La siguiente adaptación de las mañanitas, fue cantada por los alumnos a La maestra Canuta: *“Estas son las mañanitas que cantaba tribillín, a las maestras chochitas se las cantamos aquí, despierte, maestra despierte, miré que ya encaneció, ya los renacuajos cantan y el director rebuznó. El día en que tú naciste, nacieron los dinosaurios, los changos dieron de gritos y lloraron los cavernarios.”*¹²⁹

Posteriormente el Profesor Biroló, otro personaje del programa, les dice a los alumnos:

-Son ustedes unos groseros, ¿cómo que el día que tú naciste nacieron los dinosaurios? es como decirle ¡vieja! A propósito, ¿qué descuento le están haciendo con su credencial de la tercera edad?¹³⁰

En estos diálogos se transparenta la percepción negativa del incremento de la edad, y también es evidente la actitud ofensiva que se presenta hacia una persona que es considerada como vieja, incluso se mofan del programa de ayuda económica otorgado a los adultos mayores, lo que incrementa la burla ante el hecho de cumplir años y ser viejo.

Siguiendo con el ejemplo del programa *Cero en conducta*, posteriormente, el Profesor Biroló pregunta a la Maestra Canuta: -A propósito maestra, ¿cuántos añitos cumplió? A lo que responde la Maestra Canuta: -A una dama nunca se le pregunta su edad y menos en diminutivo. Ante esto, otro personaje contesta:

-Bueno, a una dama no se le pregunta su edad, pero se lo estaba preguntando a usted.

¹²⁹ Sustraído del capítulo *El cumpleaños de la Maestra Canuta*. Youtube. <http://www.youtube.com/watch?v=doX57zAH-Bs> Mayo 2014.

¹³⁰ *Ibíd.*



El edadismo y el viejismo son fenómenos sociales que se presentan de forma cotidiana e imperceptible en nuestra sociedad, dentro de los grupos sociales, en los medios de comunicación, entre otras causas, porque no existe una cultura de un envejecimiento y vejez activo, que es tan necesario para poder convivir de manera más horizontal, respetuosa entre los diferentes sectores sociales.

Una regulación eficiente de los medios de comunicación, estrategias comunicativas que erradiquen la imagen negativa de la vejez y el envejecimiento, un minucioso cuidado de proyectos que apelen a contenidos de calidad en los medios de comunicación, específicamente de la radio pública, el adecuado aprovechamiento del modelo de medios públicos, podría ayudar a fomentar una cultura del envejecimiento y vejez activa.

2.4 Cultura de un envejecimiento y vejez activa

El concepto de cultura tiene diversas definiciones, no obstante, en este trabajo nos referimos a cultura desde un enfoque antropológico, en el que queda descartado el ámbito de las bellas artes, por lo que se entiende, según Nicola Abbagnano, como “el conjunto de los modos de vivir y de pensar cultivados, civilizados, pulimentados a los que se suele dar también el nombre de civilización”¹³¹, es decir, la cultura determina la forma de actuar, de pensar de las personas que viven en una sociedad.

Larissa Adler Lomnitz, menciona que la cultura es “la herencia no biológica del hombre”. Por lo que los individuos adquieren su cultura con base en su contexto social, político, económico, en su historia, en su lugar de origen, en sus antepasados.

Desde que se nacen, y día con día, se va cultivando la cultura, ésta se enriquece por medio de vivencias, de aprendizajes que se transmiten por medio de la forma de socialización, por las costumbres y tradiciones de un lugar de origen, por el comportamiento de las personas, por interacciones personales, comunicativas, por ende, por los medios de comunicación masiva.

Por otro lado, en cuanto al proceso de envejecimiento, éste es muy variado, pues existen diferentes formas de envejecer. Podemos encontrarnos con un

¹³¹ Abbagnano Nicola. *Diccionario de Filosofía. Cultura*. FCE, Ciudad de México, 1998. p.272



envejecimiento que presente múltiples signos de enfermedad, o con otro que este desvinculado del deterioro físico y mental.

Como ya se había mencionado, diversos autores han propuesto diferentes tipos de envejecimiento, como el envejecimiento exitoso, el envejecimiento productivo, el envejecimiento saludable. La Organización Mundial de la Salud (OMS), en el año 1999, propuso el concepto de envejecimiento activo, que es en el que nos enfocamos porque engloba más características positivas en la forma de envejecer, es más integral que otros que se dirigen hacia aspectos más específicos.

Para entender este concepto es necesario deslindarnos de la definición de "activo", vista únicamente como actividad física, pues también engloba aspectos sociales, económicos, culturales, cívicos, psicológicos y emocionales.

La OMS define al envejecimiento activo como "el proceso de optimización de las oportunidades de salud, participación y seguridad con el fin de mejorar la calidad de vida a medida que las personas envejecen".¹³²

Este tipo de envejecimiento es conformado por la participación social, cultural, cívica, espiritual, y de cualquier otra, es decir, se practica con la participación de los individuos dentro de un círculo social, en su familia, en reuniones sociales, en una comunidad, en su colonia, en su delegación, incluso en su propia vida, como al tomar decisiones y responsabilizarse de ellas. Esta participación puede ser realizada con acciones, con la expresión de ideas, opiniones, sentimientos, estas acciones promueven la integración social de los adultos mayores.

Así, entendemos a la vejez activa como una forma participativa, saludable, incluyente de vivir esta etapa, tanto nivel social, familiar y personal. Cuando nos referimos a una *cultura de un envejecimiento y vejez activa*, nos referimos a una forma positiva, efectiva, de vivir y de pensar respecto a la vejez y al envejecimiento, en la que se erradiquen percepciones negativas de esta etapa de la vida, del

¹³² Citado en envejecimiento y salud, una propuesta para un plan de acción. Modelo de envejecimiento activo para el desarrollo integral gerontológico. Mendoza Núñez Víctor Manuel, Martínez Maldonado María de la Luz. UNAM, ANMM, AMC, INGER. México. 2013. P. 264.



proceso de envejecer, y se modifique por una de respeto, de tolerancia, de participación, de inclusión de las personas viejas.

En esta forma de pensar y de vivir respecto al envejecimiento y a la vejez, es indispensable tomar en cuenta el proceso de optimización de los tres pilares que señala la OMS en su definición de envejecimiento activo; las oportunidades en cuanto a salud, participación y seguridad.

La salud forma parte del envejecimiento activo, pues es indispensable para facilitar la participación física y social, sin embargo, en el envejecimiento activo es necesario que se ejerza el autocuidado, para así prevenir y controlar las enfermedades; es decir, la mayor responsabilidad de la salud de un individuo no es de sus familiares o de alguna institución, sino de la propia persona, ella tiene que responsabilizarse de su salud, participar en su cuidado físico, desde que se es niño.

La participación es la acción de intervenir en situaciones, acontecimientos, decisiones que involucren, interfieran, incumban, afecten a una persona, ya sea a nivel social o personal.

La seguridad social es el tercer pilar que se requiere para ejercer un envejecimiento activo, pues es necesario que se fomenten y se convoquen programas y políticas que garanticen el derecho de los adultos mayores, para que éstos puedan ejercer los otros dos mencionados anteriormente; la salud y la participación.

Martínez Maldonado María de la Luz, y Mendoza Núñez Víctor, retoman el principio de empoderamiento que propone Walter A., para delinear el envejecimiento activo, y lo definen como "un proceso de desarrollo participativo mediante el cual los individuos, comunidades y organizaciones logran un mayor control sobre su vida y ambiente, adquiriendo derechos y nuevas metas, y contrarrestando la marginación social"¹³³.

Esta definición incluye la participación y el bienestar no sólo del individuo en proceso de envejecimiento, sino también de la familia, de la comunidad, por lo que se enaltece la solidaridad y las relaciones sociales Intergeneracionales.

¹³³ Víctor Mendoza Núñez, Martínez Maldonado María de la Luz. Envejecimiento activo y saludable, fundamentos y estrategias desde la gerontología comunitaria. Envejecimiento activo. UNAM FES Zaragoza, Noviembre, 2013. México. P.53.



“El envejecimiento activo permite que las personas realicen su potencial de bienestar físico, social y se centra en las personas mayores y en la importancia de dar una imagen pública positiva de este colectivo.”¹³⁴

Cabe señalar que una cultura del envejecimiento y la vejez activa considera derechos, pero también exige obligaciones de parte de los adultos mayores y de toda la sociedad, para que éstos puedan ser ejercidos de forma eficiente, es necesario pensar que no sólo existe un tipo de población vieja, pues hay una gran diversidad de condiciones en el desarrollo del envejecimiento, para que se pueda ejercer como activo, también exige diferentes condiciones, acciones, de organizaciones, políticas públicas, de diversas acciones de la sociedad.

El ámbito de las políticas sociales tiene un rol muy importante para que se manifiesten herramientas y opciones para mejorar la forma en que se vive la vejez y el envejecimiento en nuestro país. Aunque la participación gubernamental es relativamente reciente y no abundante, iniciativas como el Decreto de Ley de los Derechos de las personas adultas mayores en el Distrito Federal, el programa de “Pensión Alimentaria” y “Pensión Universal” son necesarias de resaltar y recordar tanto a los adultos mayores como a la población en general, además de implementar muchas más.

“La política social es un ámbito que cobra importancia debido a su interés superior por generar condiciones de vida con mayor equidad para los diferentes grupos sociales, entre ellos los viejos. En su proceso de implementación bajo esquemas económicos globalizados, se requiere de nuevos compromisos por asumir, por parte de los actores involucrados.”¹³⁵

En suma, una cultura de la vejez y del envejecimiento activo necesita implementarse en todos los sectores sociales, en personas de todas las edades, para que cada individuo se responsabilice y respete sus decisiones, y la de los demás, así, con los hábitos y acciones que se desarrollen a partir de una forma de vida y de pensar con base en el envejecimiento activo, se generarán situaciones más favorecedoras en la etapa de la vejez.

¹³⁴ El Año Europeo del Envejecimiento Activo y de la Solidaridad Intergeneracional 2012. *Qué es el envejecimiento activo*. Consultado en diciembre del 2013. <http://www.envejecimientoactivo2012.net/Menu29.aspx>

¹³⁵ Ávalos Pérez Rosaura. *La ciudad ve a sus viejos*. Ciudades 78, abril-junio de 2008, RNIU, Puebla, México. Pp. 15 y 19.



El contenido que es transmitido en cualquier medio de comunicación debe ser muy cuidado debido a la importancia del impacto que tiene y que ya se ha señalado con anterioridad. Entonces, el papel de los medios públicos, específicamente de la radio, al fomentar una cultura de la vejez y envejecimiento activo estriba en su contenido.

Para saber si algún programa de radio en específico fomenta o no esta forma de percibir y vivir el envejecimiento y la vejez, es necesario conocer su estructura y su contenido de manera minuciosa, con un análisis de contenido.

Capítulo 3

Metodología de la Investigación: Análisis de Contenido

Las comunicaciones que tienen gran alcance son determinantes en el desarrollo de situaciones y acciones dentro de una sociedad, por tal motivo, es necesario prestar atención a los mensajes que se emiten en los medios de comunicación masiva, y a su vez, aprovechar estos canales con grandes posibilidades.

Para poder interpretar un contenido transmitido en la radio, o en cualquier otro medio de comunicación masiva, se requiere la utilización de una técnica de investigación que nos brinde la fiabilidad de los resultados y las conclusiones a las que se llega por medio de ésta.

En este capítulo se expone la metodología que guio esta investigación. Para llegar a los resultado obtenidos, como primer paso, se realizó un monitoreo de programas de radio con un modelo de servicio público que abordan los temas de la vejez y del envejecimiento, lo que nos indicó de qué manera este modelo de radio se ha preocupado y ocupado por estos tópicos.

El siguiente paso fue realizar visitas a las instalaciones del Instituto Mexicano de la Radio (IMER) para conversar con los realizadores, conductores y el productor del programa *Voces en Plenitud*, (uno de los programas dirigidos a la población adulta mayor) lo que nos ayudó a concebir una interpretación más rica respecto a dicho programa de radio.

Como el programa *Por la vereda* tiene una larga trayectoria al aire (desde 1995), los programas producidos antes del año 2000 se guardan en el edificio de Concentración e Investigación de la Fonoteca Nacional, a donde se acudió de manera personal y a partir de la técnica del muestreo se seleccionaron los programas analizados.

Una vez que se obtuvieron las fichas técnicas, las muestras a analizar y la información particular de las conversaciones con las personas involucradas en estos programas, se conformó el corpus de la información del programa de radio.



El último paso fue la realización del análisis de contenido y de todo lo que conlleva; registro de información, categorización, interpretación y la presentación de los resultados.

Por medio de la técnica de análisis de contenido se expone la estructura radiofónica, el diseño sonoro, las palabras empleadas por los locutores, de dos programas de radio con un modelo de servicio público, con la finalidad de entender de qué manera contribuyen a fomentar una cultura de una vejez y envejecimiento activo, y así descubrir los alcances de un modelo de radio con estas características.

En este capítulo también se abordan las técnicas de dos estudiosos fundamentales del análisis de contenido; Klaus Krippendorff y Bardin Laurence. Con base en sus técnicas se desarrolló un modelo específico para utilizar en este trabajo de investigación, que se presenta en un esquema en la página 96 de este trabajo.

Cabe señalar que el análisis de contenido ha tenido gran presencia en las investigaciones del área social, pero más específicamente en estudios relacionados con los medios de comunicación masiva, pues debido a que con éste se logra estudiar contenidos audiovisuales o escritos sin que sufran modificaciones, desarrolla un proceso confiable y reproducible.

3.1 Primer paso: Monitoreo de programas de radio de servicio público que abordan el tema de la vejez y del envejecimiento

Con base en lo señalado respecto a los medios públicos en el capítulo uno de este texto, por naturaleza, la radio de servicio público busca contribuir a las necesidades que se presentan en toda la población, por lo que es necesario observar cómo ha sido su papel ante el fenómeno del envejecimiento poblacional.

Aunque en materia radiofónica existen diversas radiodifusoras que apelan a este modelo de comunicación (de servicio público), como el IMER, Radio Educación, Radio UNAM, Radio UAM, Radio IPN, el impulso que han tenido es exiguo; la población y el gobierno no reconocen las características necesarias para que se ejerza esta forma de hacer radio de manera eficiente, pues, con base en el monitoreo que se presenta más adelante, podemos decir que la población adulta



mayor no tiene gran presencia en cuanto a temática e información en la programación de las radiodifusoras públicas.

En las tablas 3 y 4 se observa la cantidad tan reducida de programas de radio que abordan el tema de la vejez y del envejecimiento. Este monitoreo, que contempla únicamente a emisoras radiofónicas de servicio público del Distrito Federal, se realizó en la audioteca de la Fonoteca Nacional¹³⁶.

Cabe señalar que los datos proporcionados por la Fonoteca Nacional respecto a los programas *Retos de la ciencia N.67*, *Testimonios* y *Eco de los años* son incompletos (falta el dato de la fecha de transmisión de los programas), aunque se solicitó de manera escrita, esta información no fue proporcionada.

Tabla 3
Programas de radio que en algún momento abordaron el tema de la vejez y/o el envejecimiento

Grupo	Radiofónico	Estación	Programa	Temática	Fecha	Duración	Notas
	Radio Educación	1060 AM	Del campo y de la ciudad //Trabajo social en modelos de intervención con adultos mayores	Información sobre las actividades y proyectos que realiza la Escuela Nacional de Trabajo Social (ENTS) respecto al tema del envejecimiento.	Mayo 2010	Únicamente dos programas. Uno de 39 minutos y otro de 20 minutos.	Es una serie que aborda diferentes temas sociales, uno de ellos es el envejecimiento.
	IMER		Retos de la ciencia. n.67 Entrevista con el Dr. Primo Antonio Sandoval	Trata sobre diferentes tópicos de la ciencia. En este programa se trató el tema del envejecimiento.			

¹³⁶ Proyecto que surgió con la finalidad de “salvaguardar el patrimonio sonoro del país a través de la instrumentación de métodos de recopilación, conservación, preservación, acceso y conocimiento del acervo, de acuerdo con estándares internacionales, para dar acceso a los investigadores, docentes, estudiantes y al público en general a la herencia sonora de México”. Consultado en noviembre del 2014 en <http://www.fonotecanacional.gob.mx/index.php/fonoteca-nacional/mision-vision>



Fuente: Elaboración propia, 2014.

Tabla 4
Programas de radio de servicio público que tratan de manera permanente el tema del envejecimiento y la vejez

Grupo Radiofónico	Estación	Programa	Temática	Fecha	Duración	Notas
IMER	*	Prevenimss. Envejecimiento saludable	Salud	Septiembre 2005	*	*
	*	Testimonio//	*	*	*	*
	*	Eco de los años//	*	*	*	*
IMER	1220 AM	<u>Por la vereda</u>	Abordan temas de interés y utilidad para vivir la vejez en plenitud	1995-2014	30 min.	Sigue vigente
IMER	660 AM	<u>Voces en plenitud</u>	Apelan a una cultura del envejecimiento	2004-2007 2012-2014	60 min.	Sigue vigente

* No se encontró la información. // Sólo registro de existencia

Fuente: Elaboración propia, 2014.

Es claro que los programas radiofónicos que abordan los temas del envejecimiento y de la vejez son escasos en la Ciudad de México, no abastecen la necesidad de fomentar una cultura que incentive el respeto, la inclusión, una forma de vida más activa, participativa y propositiva de los adultos mayores.



Por lo que es necesario que las emisoras de servicio público tengan mayor apertura hacia este sector poblacional y hacia la necesidad de una educación intergeneracional de la vejez y del envejecimiento.

De los programas presentados en la tabla 22 se han seleccionado dos; *Por la vereda* y *Voces en plenitud*, que siguen vigentes, con la finalidad de conocer su estructura, su contenido, por medio de la técnica de investigación análisis de contenido.

Como se mencionó en el primer capítulo, esta técnica de análisis responde a un enfoque hermenéutico, sin adentrarnos a ninguna filosofía de la hermenéutica, con el que se buscó conocer, comprender y describir la estructura de tres programas de radio, que corresponden a dos series radiofónicas, esta técnica (el análisis de contenido) nos ayudó a llegar a nuestro **objetivo; conocer cómo estas producciones radiofónicas fomentan una cultura de la vejez y del envejecimiento activo.**

Es necesario especificar que nos referimos a un enfoque hermenéutico como una forma de entender una realidad, que busca explicaciones a través de alguna técnica de interpretación, como el análisis de contenido, por lo que en este proyecto queda descartada la filosofía hermenéutica o cualquier otro tipo de hermenéutica, como la historiográfica, la contemporánea, la ontológica u otra, porque cabe señalar que “hay muchos tipos de hermenéutica, no es una sola cosa.”¹³⁷

Si nos remontamos al origen griego de la palabra hermenéutica; *hermeia*, “que se localiza en la figura de Hermes y que significa interpretación o expresión, y que insufla sentido a la actividad mediadora de Hermes”¹³⁸, entonces entendemos por hermenéutica a una actividad que hace un mediador, alguien que traduce un texto con el fin de explicar elementos no reconocidos en primera instancia, y que se basa en un lenguaje para hacerlo.

¹³⁷ De Mora Juan Miguel. *Ciclo de conferencias Hermenéutica Latinoamericana*. UPN. México. Youtube. Consultado en junio 2015 en <https://www.youtube.com/watch?v=AFIn9Yu32wE&app=desktop>

¹³⁸ Ayala Blanco Fernando. *Reflexiones sobre hermenéutica, arte y poder*. UNAM, FCPyS. México, D.F., 2014. P.15



Hermes se conecta con la palabra *hemeneuein* que se refiere al arte o técnica del *hermeneutés* o intérprete. El intérprete es quien traduce a un lenguaje comprensible lo que se dice de una forma incomprensible e ininteligible, es decir, realiza la acción de explicar algo mediante un lenguaje hablado o escrito.¹³⁹

Un texto es un conjunto de signos que es codificado por medio de un lenguaje, y que tiene un sentido, por lo que no sólo un documento escrito es un texto, también lo es una película, una fotografía, un programa de radio o todo lo que puede ser interpretado, que está compuesto por signos.

Según la idea de Mauricio Beuchot, la hermenéutica es el instrumento de análisis de un texto, un texto que es multívoco, es decir que tiene diversos significados, entonces “con la interpretación se desentrañan esos significados”¹⁴⁰, haciendo un análisis comprensivo y explicativo de los signos tanto presentes como ausentes, que derivan en símbolos.

Una de las características de la hermenéutica que resalta De Mora¹⁴¹ es que es progresiva, es decir, que conforme se recaba más información, la interpretación se modifica, entonces no será la misma lectura que se hace con el primer vistazo a la que se hace de manera posterior, entre otras causa, por esta razón se menciona en la introducción el desarrollo y avance progresivo de este trabajo.

Este enfoque se separa del paradigma positivista y apela a contemplar al investigador como sujeto, como persona, generalmente se desenvuelve en metodologías cualitativas, aunque no descarta las cuantitativas. En relación a esto, De la Mora cita a Martín Heidegger, quien señala que “la hermenéutica no es tomar conocimiento de lo comprendido, sino el desarrollo de las posibilidades proyectadas en el comprender”¹⁴².

¹³⁹ Ibídem.

¹⁴⁰ Beuchot Mauricio. *Hermenéutica, Lenguaje e Inconsciente*. Universidad Autónoma de Puebla. México. P.9.

¹⁴¹ Juan Miguel de Mora Vaquerizo. Investigador, escritor, novelista, indólogo, ensayista, traductor, dramaturgo, director de teatro, cine, televisión y periodista. Doctor en letras y cultura sánscrita.

¹⁴² De Mora Juan Miguel. *Ciclo de conferencias Hermenéutica Latinoamericana*. UPN. México. Youtube. Consultado en junio 2015 en <https://www.youtube.com/watch?v=AFIn9Yu32wE&app=desktop>



En este trabajo se interpretaron los signos radiofónicos ausentes y presentes de los programas de radio analizados, con base en un contexto de los textos analizados, y recordando que el intérprete de estos signos (la autora de este trabajo) es un sujeto, una persona con una historia de vida y un contexto específico, con la técnica del análisis de contenido con un enfoque hermenéutico, de interpretación, se describieron y entendieron dichos programas radiofónicos.

3.2 Análisis de contenido como técnica de investigación

Antecedentes

El análisis de contenido es una técnica de investigación¹⁴³ con una larga trayectoria, que con el paso del tiempo se ha modificado, desarrollado y perfeccionado. Según Krippendorff Klaus¹⁴⁴, esta técnica se ha utilizado de manera documentada desde el siglo XVIII, en Suecia, por Doving Folke, profesor de agricultura y economía de la Universidad de Illinois, quien la aplicó a una colección de himnos titulado *Los cantos de Sion*.

En un principio, el análisis de contenido tuvo gran presencia en el ámbito político y en la propaganda a través de los periódicos. Según Laurence Bardin¹⁴⁵, esta técnica se empezó a utilizar en Estado Unidos de América.

Durante el periodo de la Segunda Guerra Mundial, el 25% de los estudios empíricos supeditados a la técnica del análisis de contenido pertenecen a la investigación política. Durante los años de guerra el gobierno americano convocó a los analistas para desenmascarar a los diarios y revistas sospechosos de propaganda subversiva (especialmente nazi).¹⁴⁶

¹⁴³ Por técnica de investigación vamos a entender al procedimiento que nos ayudará a llegar a un conocimiento, a verificar nuestra hipótesis.

¹⁴⁴ Krippendorff Klaus se graduó en 1954 como ingeniero en la Escuela de Estado de Ingeniería de Hannover. Posteriormente fue un reconocido profesor de Cibernética. Actualmente es profesor de Comunicación en la Escuela Annenberg de Comunicación, Universidad de Pennsylvania. Cabe destacar su formación en el área de las ciencias tecnológicas.

¹⁴⁵ Laurence Bardin realizó un Doctorado en Letras y Ciencias Humanas, y es docente de psicología en la Universidad de París.

¹⁴⁶ Bardin Laurence. *Análisis de contenido*. Ed. Akal. Madrid, 1986. Última edición 2000. Pp. 11 y 12.



Debido a su eficacia, esta técnica se utilizó posteriormente para analizar el contenido político de programas radiofónicos, pero después su uso se extendió a la televisión y al cine, debido a que su procedimiento se pudo ocupar con otras estructuras audiovisuales y discursivas.

Así, el análisis de contenido ha fungido un papel de suma importancia para poder entender diversos fenómenos sociales que se desencadenan a partir de los productos audiovisuales emitidos por los medios de comunicación masiva, pues como lo mencionamos en el capítulo anterior, los efectos y reacciones de algunos contenidos son evidentes y abismales, y esta técnica ha aportado modelos que facilitan el registro y la interpretación de los datos emitidos a través de los medios de comunicación de manera eficiente.

El análisis de contenido en desarrollo constante

Los contenidos que se transmiten a través de los medios de comunicación masiva tienen objetivos específicos, y para ser cumplidos, el emisor, como lo es el productor audiovisual, el director, o el dueño del medio o el canal, hacen una selección del contenido que se transmitirá, sin embargo, para que un mensaje cumpla la meta deseada por el emisor, requiere de una lógica y estructuras discursivas efectivas.

Para comprender su proceso comunicativo, su estructura y el discurso que utilizan los programas de radio *Por la vereda* y *Voces en plenitud*, se utilizó el análisis de contenido, con el cual se desmenuzaron¹⁴⁷ los programas de radio para identificar de qué manera los elementos que lo conforman fomentan o no una cultura del envejecimiento activo.

Como bien menciona Bardin Laurence, esta técnica (el análisis de contenido) apela a lo oculto, a lo no aparente, su objetivo es la interpretación y la realización de inferencias, “se mueve entre dos polos: el del rigor de la objetividad y el de la fecundidad de la subjetividad”¹⁴⁸, por lo que tiene una característica de la

¹⁴⁷ De cada programa de radio analizado se categorizaron y dividieron los elementos que los conforman para poder examinarlos y describirlos. 1. tr. *Deshacer algo dividiéndolo en partes menudas. U. t. c. prnl. 2. tr. Examinar en detalle algo.* Definiciones sustraídas del Diccionario de la Real Academia Española, <http://lema.rae.es/drae/?val=desmenuzar> Consultado en agosto del 2015.

¹⁴⁸ *Ibíd.* P.7.



metodología cuantitativa y otra de la cualitativa; lo mesurable, y lo flexible de un investigador que nunca deja de ser sujeto.

Cabe señalar que el análisis de contenido también se puede utilizar para descifrar discursos de códigos antiguos, de una canción, el contenido de una carta, las pinturas antiguas de un pueblo, el dibujo de un niño, por tal motivo, esta técnica de investigación también ha sido utilizada en otras disciplinas principalmente del área de las ciencias sociales, como lo es la psicología, el psicoanálisis, la sociología, la antropología, la ciencia política, la demografía.

Debido a que esta técnica se ha utilizado en diversas disciplinas, también autores de diversas áreas de investigación la han estudiado, definido y perfeccionado.

Harold Lasswell, sociólogo por la Universidad de Chicago y especialista en psicología política, fue uno de los investigadores más sobresalientes de la técnica del análisis de contenido de medios de comunicación masiva, por lo que también se ganó un lugar sobresaliente en el estudio de las teorías de comunicación.

Su modelo comunicacional se basa en cinco preguntas que considera necesarias hacer para analizar el contenido y el acto comunicacional de los medios de comunicación masiva y de la propaganda: ¿Quién? ¿Dice qué? ¿Por qué canal? ¿A quién? ¿Con qué efecto? Estas preguntas son de suma importancia para entender el objetivo de un mensaje, pues contempla su contexto.

Fue en 1952 que Bernard R. Berelson¹⁴⁹, con ayuda de Paul Felix Lazarsfeld¹⁵⁰, propuso una definición que marcó una pauta a lo largo del desarrollo de esta técnica: “El análisis de contenido es una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación.”¹⁵¹

¹⁴⁹ Bernard Berelson se doctoró en la Universidad de Chicago, en la especialidad de opinión pública, fungió un lugar muy importante en el desarrollo de las teorías de la comunicación, y específicamente en el análisis de contenido.

¹⁵⁰ Paul Lazarsfeld se doctoró en Matemáticas aplicadas y Física, generalmente es definido como sociólogo (al igual que B. Berelson).

¹⁵¹ Citado en: Bardin Laurence. *Análisis de contenido*. Ed. Akal. Madrid, 1986. Última edición 2000. P. 29.



La definición de análisis de contenido de Berelson refleja una postura neopositivista, empirista, que parte de una lógica deductiva, por lo que sólo se enfoca a los contenidos medibles, observables, cuantitativos.

Queda claro que esta definición se ciñe sólo a la descripción y el desmembramiento del contenido de cualquier fenómeno comunicacional, pero no señala la importancia de las inferencias y la interpretación de los datos. La rigurosidad que se muestra en la definición de esta técnica para calificarla como fiable, como objetiva, se delimita a partir de la metodología cuantitativa.

Esta inclinación hacia los números y hacia la metodología cuantitativa, se debe, además del contexto social y científico en el que se desarrollaban las investigaciones sociales, a que sus autores (Berelson y Lazarsfeld, 1952) tenían influencias de las ciencias exactas.

No obstante, desde el nacimiento de las ciencias sociales imperó un debate que pone en duda la cientificidad de sus métodos, así, la incertidumbre de las ciencias sociales generó que se concibiera como correcto seguir los parámetros metodológicos de las ciencias naturales y exactas.

Estos parámetros metodológicos que respondían principalmente al área de las ciencias naturales impactaron también a la técnica del análisis de contenido. Durante el siglo XVIII y XIX existía particular interés por aplicar el análisis de contenido por medio de los números; es decir, utilizando una metodología cuantitativa, que se concentraba en señalar, por ejemplo, cuántas veces se escribía o mencionaba una palabra en un producto audiovisual, cuánto espacio se asignaba para determinada información, en qué posición se colocaban los datos a analizar, cuál era su extensión; como si la cuantificación fuera imprescindible para que los resultados tuvieran un carácter de objetividad, de cientificidad.

La lucha entre lo cualitativo y lo cuantitativo ha sido interminable, incluso perdura hasta nuestros días, pues generalmente se piensa que una es mejor que la otra, sin embargo, ambas concepciones son importantes y útiles, aunque cabe aclarar que en algunas ocasiones una metodología específica no es suficiente para abordar y responder determinado tema, pero se pueden complementar.



De los argumentos más usuales que se mencionan en contra de la metodología cualitativa, incluyendo a la técnica de análisis de contenido cualitativo, son; que resultan demasiado subjetivos, que están sobrecargados de valores del investigador, que sus resultados no son generalizables, que no son replicables, que es poco rigurosa su metodología.

Mientras que los argumentos en contra de una metodología cuantitativa son; que sus procedimientos son muy rígidos, inflexibles, y no alcanzan a reconocer lo imperceptible. De las diferencias más notorias entre lo cuantitativo y cualitativo es que la primera “preestablece una hipótesis y procede a realizar análisis sistemáticos, mientras que la segunda exige una lectura preliminar para establecer hipótesis y descubrir nuevas relaciones.”¹⁵²

Según Bardin, en el análisis cuantitativo lo que sirve de información es la frecuencia de aparición de ciertas características de contenido, y en el análisis cualitativo es la presencia o ausencia de una característica de contenido dada, o un conjunto de características en un cierto fragmento de mensaje que es tomado en consideración.

En la actualidad, el análisis de contenido se desarrolla tanto de forma cuantitativa como cualitativa, incluso, se pueden combinar las metodologías, sólo es cuestión de identificar nuestro objetivo del análisis de contenido, de nuestra investigación, y definir los pasos más eficientes para llegar a los resultados esperados, incluso se pueden utilizar ambos, pues es necesario rebasar la bifurcación entre metodologías para realizar un amplio y enriquecido ejercicio de investigación.

Los análisis de contenido presentados en este trabajo tienen como base las definiciones y los métodos de Laurence Bardin y Klaus Krippendorf. El primer autor define al análisis de contenido como “un conjunto de instrumentos metodológicos, cada vez más perfectos y en constante mejora, aplicados a discursos (contenidos y continentes) extremadamente diversificados. El factor común de estas técnicas

¹⁵² Estrada Cortés Julio, Lizárraga Bernal Alfonso. *El análisis de contenido*. P. 113. Consultado en http://docencia.izt.uam.mx/egt/publicaciones/libros/Hacia/Parte2_Capitulo3.pdf el 21 de junio del 2014.



múltiples y multiplicadas es una hermenéutica¹⁵³ controlada, basada en la deducción, en la inferencia.”¹⁵⁴

En esta definición se nota de manera somera la influencia empirista, que desea medir, controlar y utiliza como lógica la deducción, no obstante, también se percibe que esta definición no es hermética a la metodología cuantitativa, pues también apela a la cualitativa, busca un constante desarrollo en el transcurso de la técnica.

Como el análisis de contenido es intrínseco de la interpretación, es por eso que Bardin lo relaciona con la hermenéutica¹⁵⁵, mencionando que es donde posiblemente nace esta técnica.

La interpretación la podemos entender como “la operación mediante la cual un sujeto (intérprete) refiere un signo a su objeto (designado)”¹⁵⁶. En este proceso intervienen las características culturales, sociales y psicológicas del sujeto que le otorga significado a un determinado objeto, que también está rodeado de un contexto, lo que inferirá en la interpretación final.

Por su parte, Krippendorff Klaus, define al análisis de contenido como “una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto”¹⁵⁷, lo que contempla la rigurosidad que conlleva un trabajo de investigación científica, que se comprueba con la reproductividad tanto del procedimiento de la técnica como de los resultados, pero siempre y cuando correspondan a su contexto.

Diversos trabajos de investigación han empleado la técnica del análisis de contenido desde una metodología cualitativa, lo que ha generado un recorrido de la revisión de esta técnica que poco a poco se enriquece, se explora. Algunos de los trabajos señalados son los siguientes; en el 2014 Enrique Israel Heredia Gayosso

¹⁵³ La hermenéutica es la disciplina en ciencias sociales que estudia los procesos de interpretación de textos, sin embargo, su actividad se ha extendido a otros ámbitos de contenidos, como el cine, la t.v., la radio, etc.

¹⁵⁴ Bardin Laurence. *Análisis de contenido*. Ed. Akal. Madrid. 1986, 1996, 2002. P. 7

¹⁵⁵ La hermenéutica es una técnica cualquiera de interpretación. Esto según Abbagnano Nicola en su *Diccionario de Filosofía*. FCE. México, 1963, 1986, 1998. P. 603.

¹⁵⁶ *Ibíd.* P.697.

¹⁵⁷ Krippendorff Klaus. *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Ed. Paidós. Barcelona, 1997. P.28.



presentó en su examen de titulación el tema *De Felipe Calderón a presidente de México: análisis de contenido en prensa mexicana durante los primeros 100 días de gobierno*; en abril del 2012 Hazel Jiménez Sandoval presentó en su examen de titulación el tema *XY, análisis de contenido de la masculinidad mexicana del siglo XXI en la televisión pública*; en el año 2011 Lidia Arista Morales presentó el tema *Zurciendo las mangas del chaleco: análisis de contenido del noticiario nocturno de Televisa conducido por Joaquín López Dóriga 2009*, por mencionar algunos. Todas estas investigaciones han utilizado como base los métodos de Berelson y Krippendorff, lo que ha permitido que se sigan explorando y consolidando.

Empero, las bases del análisis de contenido se utilizan de forma imperceptible, de manera cotidiana, pero con un rango menor de exigencia, esas bases son la interpretación, la hermenéutica. “La hermenéutica la practican ustedes todos los días, toda interpretación es hermenéutica, como esta conversación; yo estoy platicando y ustedes están interpretando lo que digo, yo, al ver ese objeto estoy haciendo hermenéutica porque interpreto que eso es una grabadora, comenta De Mora.”¹⁵⁸

En el análisis de contenido y en la interpretación infiere el contexto de la persona que analiza (el intérprete), sus conocimientos al respecto, lo que ha vivido, su perfil profesional.

Esta técnica se emplea para descifrar mensajes que en primera instancia parecieran que significan algo, pero también apela a otros significados imperceptibles, ocultos.

Uno de los aspectos a destacar del análisis de contenido es que retoma los datos a analizar y la recuperación de información de fuentes indirectas, que no están expuestas a ningún estímulo y no son reactivas, lo que según Krippendorff, le podría otorgar mayor fiabilidad, a diferencia de las encuestas o las entrevistas, por ejemplo, que depende de cómo se aplique la encuesta, o la entrevista, inferirá en los resultados.

¹⁵⁸ De Mora Juan Miguel. *Ciclo de conferencias Hermenéutica Latinoamericana*. UPN. México. Youtube. Consultado en junio 2015 en <https://www.youtube.com/watch?v=AFIn9Yu32wE&app=desktop>



El análisis de contenido como técnica de investigación conlleva un proceso formal que resulta de “la aplicación de criterios reflexivos y autoreflexivos que se confrontan a la luz de los datos experienciales que se obtienen en el proceso,”¹⁵⁹ por lo que concuerda con la característica de ser progresiva de la hermenéutica, y de la importancia de pensar al intérprete como un sujeto, inmerso en un contexto que lo incide, y no como un objeto.

Los análisis de contenido presentados en el siguiente capítulo pertenecen a un corte cualitativo, es decir, se detienen a observar las cualidades y las características de los programas de radio, y de cómo inciden en el fomento de una cultura específica de la vejez y del envejecimiento.

Metodología

La técnica del análisis de contenido es adaptable, sobre todo si se emplea una metodología cualitativa, por lo que cada autor e investigador ha desarrollado su propio método con base en lo que exige su propio objeto de estudio, su trabajo de investigación, su creatividad, con características similares entre sí, pero también con particularidades, por lo que no existe un único método de análisis de contenido.

Con esta técnica se analizaron tres programas de dos series radiofónicas que abordan temas de interés para los adultos mayores, *Por la vereda* y *Voces en plenitud*, los cuales apelan a una cultura de respeto y activación de este sector social.

Cabe señalar que se analizaron dos programas de la serie *Por la vereda* porque ésta lleva al aire 19 años, como es un rango temporal muy amplio, se decidió analizar un programa que se haya transmitido entre los años 2003 al 2007, que corresponde a la mitad del tiempo transcurrido, tomando como rango dos años antes y dos años después del 2005, y otro que se haya transmitido en el año 2014. La selección de estos programas se explica más adelante.

En el desarrollo del análisis de contenido de estos programas se utilizaron como referencia los métodos que proponen Bardin y Krippendorff. Ambos autores

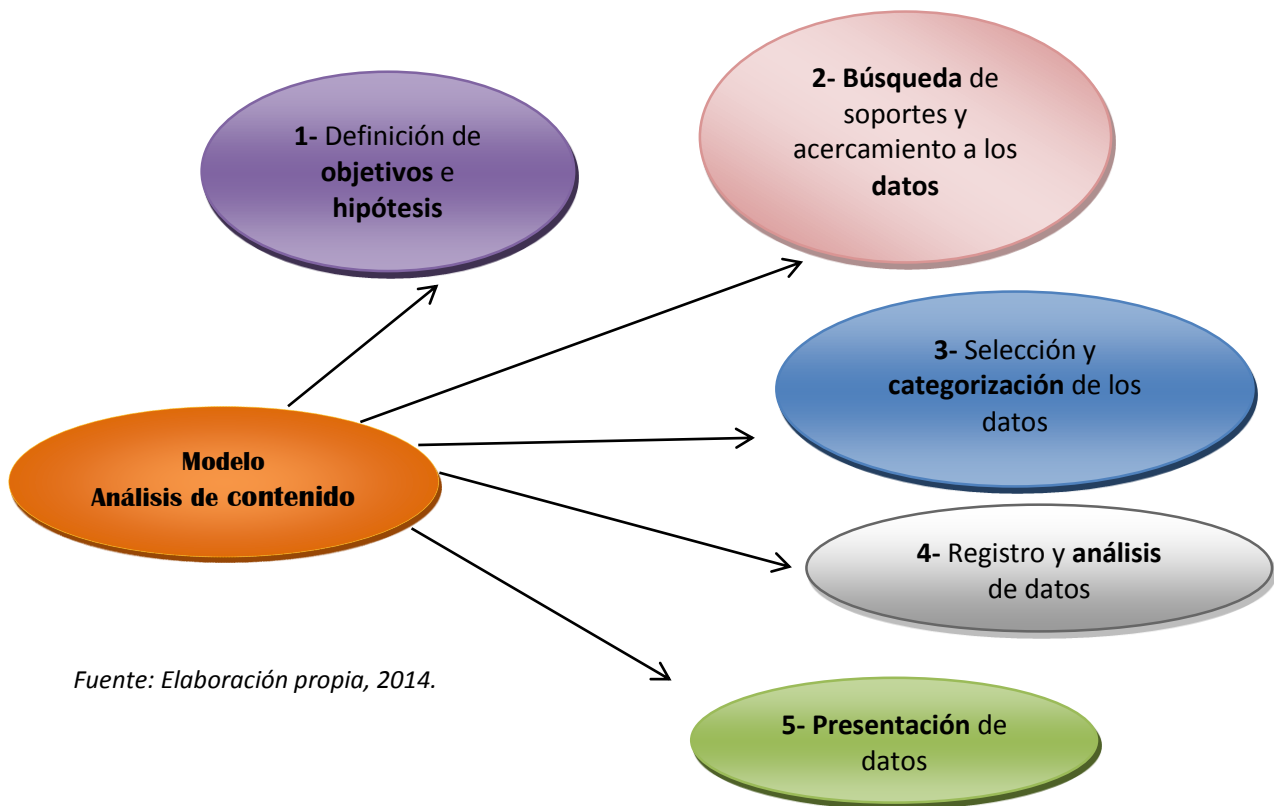
¹⁵⁹ Guillermo Orozco, Rodrigo González. *Una coartada metodológica. Abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias*. Productora de Contenidos Culturales. México, 2011. P.103.



desarrollan su método en cuatro pasos, sin embargo, en este ejercicio se han desarrollado cinco etapas que son expuestas de manera resumida en el Esquema 1.

Esquema 1

Modelo Análisis de contenido



Fuente: Elaboración propia, 2014.

Este esquema responde al análisis de contenido realizado en este proyecto, del que se expondrán los resultados en el siguiente capítulo. Su explicación está fuertemente vinculada a las etapas de los métodos planteados tanto por Bardin como por Krippendorff, no obstante, también tiene elementos propuestos por la autora.

1- Como primer paso, es necesario que el investigador tenga claros los objetivos del análisis que realizará, debe saber porqué eligió esta técnica, y definir la metodología que empleará.

En este ejercicio se recurrió a esta técnica porque debido a los requerimientos que exige, que son datos que se encuentran en formatos que



posibilitan su reproducción, pero no su modificación, permite hacer interpretaciones de la información estudiada, recabada, otra técnica de investigación difícilmente nos permitiría interpretar datos con estas características.

La metodología a la que responden estos análisis corresponde a una cualitativa, que se concentra en las características de los datos, más no en su frecuencia de aparición.

Autores como Krippendorff¹⁶⁰, mencionan que cuando se recurre a una metodología cualitativa se intenta llegar a una hipótesis durante el proceso y posteriormente verificarla, y con una cuantitativa, se busca verificar una hipótesis, sin embargo, es posible romper esta regla, pues se puede iniciar una investigación partiendo de una hipótesis y utilizar una metodología cualitativa o no, pero posteriormente se puede modificar la hipótesis inicial. En este caso se realizaron los análisis de contenido sin tener una hipótesis previa.

Por su parte, Bardin Laurence plantea como primera etapa el pre análisis, en donde se definen de manera clara las hipótesis y los objetivos a los que se pretende llegar, con base en estas definiciones se realizó la elección de los datos a registrar, cabe señalar que cada elemento está relacionado entre sí, es decir, los objetivos y las hipótesis definieron nuestros datos registrados, analizados, y nos ayudaron a llegar a nuestros objetivos.

Si está claro lo que se pretende buscar y con qué fines, sabremos dónde encontrarlo, sin embargo, esta tarea en algunas ocasiones puede resultar confusa, sobre todo cuando existe una gran cantidad de información o de datos.

Ante esto Bardin propone algunas reglas para una acertada elección de los datos; la de exhaustividad, que no discrimina ningún dato, la de homogeneidad, que selecciona a la información que comparte características, la de *representatividad* (así lo nombra Bardin), que se refiere al muestreo, que es óptima cuando hay una gran cantidad información, y la de *pertinencia*, en la que se seleccionan los datos de acuerdo a los objetivos y las hipótesis que definió el investigador. En este caso se utilizaron las últimas dos *según la clasificación de dicho autor*.

¹⁶⁰ Se mencionan las propuestas de Krippendorff y Bardin para contrastarlas con lo que se hizo en específico en este análisis, por lo que resulta importante explicar cómo se utilizaron los métodos y proposiciones de los autores que dirigieron este trabajo.



La pregunta eje de la que derivan los objetivos buscados con la técnica empleada en este proyecto (análisis de contenido) es la siguiente:

1- ¿Cómo la radio de servicio público en el Distrito Federal fomenta una cultura del envejecimiento y vejez activa?

-Objetivo 1: Conocer cómo estas producciones radiofónicas fomentan una cultura de la vejez y del envejecimiento activo.

-Objetivo 1.2: Conocer qué elementos conforman a estas producciones radiofónicas.

2- ¿Qué características guarda esa cultura de envejecimiento y vejez activa en el Distrito Federal?

Objetivo 2: Conocer las características que guarda esa cultura de envejecimiento y vejez activa en el Distrito Federal.

En el análisis de contenido de la serie *Por la vereda* se ha agregado un objetivo más debido a la cantidad de programas que han transmitido y del tiempo que ha estado al aire.

Objetivo 3: Conocer los cambios que presentan los dos programas de radio analizados pertenecientes a la misma serie radiofónica en un lapso de siete años.

2- El siguiente paso corresponde a la búsqueda de los soportes de información de donde se sustraerán los datos, así como un acercamiento con éstos para determinar las unidades a analizar. Sólo en caso de que los datos sean muy extensos se recurre a un muestreo¹⁶¹.

Esta etapa coincide con la primera que propone Krippendorff, en la que plantea la formulación de los datos. Un dato se refiere a una unidad que proporciona información que es representativa del fenómeno a analizar, que tiene una finalidad en particular.

La selección de los programas analizados se realizó con base en un muestreo aleatorio simple¹⁶², es decir, todos los posibles programas a analizar

¹⁶¹ Demanda diferenciar el material relevante del que no lo es, busca llegar a los datos más representativos del universo de los datos y de la población que nos interesa. Generalmente se utiliza cuando hay muchos datos.

¹⁶² "Consiste en extraer todos los individuos al azar de una lista." Casal Jordi y Mateu Enric. *Tipos de muestreo*. Universidad Autónoma de Barcelona. P.5. Consultado en julio del 2015 en



tenían la misma probabilidad de ser elegidos, entonces se seleccionaron al azar, con la única limitante de pertenecer a los años especificados con anterioridad (2003-2007) en el caso de *Por la vereda*.

Este tipo de selección (muestreo aleatorio simple) coincide con la categoría de regla de representatividad que propone Bardin Laurence, la cual señala que “cuando está dispuesto el material se puede efectuar el análisis con una muestra. El muestreo puede hacerse al azar o por cuotas.”¹⁶³

Como un acercamiento a nuestros objetos de estudio, a continuación se presenta el contexto e información general de los programas de radio que se analizaron, lo que conforma el corpus del análisis de contenido.

Es importante no perder de vista que el objeto de estudio de un análisis de contenido no es el contexto de los datos, sino los datos en sí, de los cuales se busca obtener una representación de los hechos que se estudian, pero es fundamental contemplar este contexto, que delimita la pesquisa, intereses y percepciones del analista, en las últimas etapas del análisis de contenido.

Contexto de Por la vereda

Por la vereda se transmite a través de la XEB, 1220 AM los lunes y miércoles de 12:00 a 12:30 de la tarde. En la página oficial del IMER se especifica su temática: Adultos mayores, su género es definido como de orientación. La **sinopsis del programa** es: "Sabemos que con la edad se adquiere estabilidad emocional y sabiduría, dones que hay que aprovechar para disfrutar de la vida. Este programa brinda **información de interés** para los adultos mayores y consejos de **utilidad** para vivir la tercera edad en plenitud."¹⁶⁴

Esta sinopsis deja claro que entre los principales objetivos del programa está el beneficiar a las personas que viven la vejez, brindándoles "**información oportuna y de utilidad**" para lograr dicho objetivo.

[http://www.mat.uson.mx/~ftapia/Lecturas%20Adicionales%20\(C%C3%B3mo%20dise%C3%B1ar%20una%20encuesta\)/TiposMuestreo1.pdf](http://www.mat.uson.mx/~ftapia/Lecturas%20Adicionales%20(C%C3%B3mo%20dise%C3%B1ar%20una%20encuesta)/TiposMuestreo1.pdf)

¹⁶³ Bardin Laurence. Análisis de contenido. Ed. Akal. Madrid. 1986-2002. P. 73.

¹⁶⁴ <http://www.imer.mx/programas/por-la-vereda/> Consultado en julio del 2014



Sin embargo, el brindar información de manera muy puntual sólo atañe a consejos prácticos, como se menciona en la sinopsis; **útiles, pero no apela a fomentar una cultura**, una concepción ni una forma de vida en la vejez y durante el proceso del envejecimiento.

El programa *Por la vereda* cuenta con una larga trayectoria; lleva 14 años al aire y 1046 programas producidos. Inició en 1995 con la conductora Julia Rodríguez, quien sigue siendo la actual locutora.

Durante estos 14 años al aire, este programa ha tenido cambios en cuanto a producción como de descripción de sinopsis. En un inicio, la sinopsis de este programa se leía como: “Espacio que lleva literatura, consejos, música, ejercicios, entrevistas y sondeos al público de la Tercera Edad para mejorar la calidad de vida y cambiar la actitud de los Adultos Mayores y de los jóvenes hacia esta etapa. Geriatras, gericultistas, psicólogos y otros expertos en el tema del envejecimiento, así como personas mayores de sesenta años que se encuentran en actividad plena, son invitados al programa para compartir su conocimiento y experiencia.”¹⁶⁵

En la sinopsis inicial de *Por la vereda* se hace una invitación abierta a personas interesadas en el tema a que participen, lo que le confiere una característica de servicio público, pues apela a la retroalimentación, además, nos remite a una forma de vida específica en la tercera edad, a una cultura que beneficia a los adultos mayores, por lo que queda claro que este programa en esencia nace con este objetivo, y no sólo con el de ofrecer información para fines específicos de utilidad, como se hace mención en la sinopsis proporcionada.

Contexto de *Voces en plenitud*

Este programa nace en el año 2004 con su participación en el concurso *Convocatoria de proyectos ciudadanos de radio*, el cual convoca el IMER con la finalidad de producir programas de radio propuestos por la ciudadanía en general;

¹⁶⁵ Instituto Mexicano de la Radio (IMER). Departamento de Fonoteca de Concentración. Facilitó información Patricia Montaña Ercambrack. Julio del 2014.



ya sean colectivos, grupos u organizaciones civiles, personas vinculadas con la academia e investigación, cualquier individuo que tenga el interés de realizar una producción que aborde temas de interés público que estén relacionados con los siguientes ámbitos: Paz, inclusión, diversidad sexual, educación intercultural, economía y empleo, participación ciudadana, cuidado del medio ambiente, salud, niñez y juventud, acercamiento a las diferentes manifestaciones artísticas, y todos los demás temas que se relacionen con los ya señalados con anterioridad.

Los proyectos seleccionados en esta convocatoria fueron transmitidos en la estación de radio 660 AM Radio Ciudadana, la cual nace en el 2002 con “el objetivo de dedicar una de las emisoras del IMER al desarrollo de un modelo de comunicación que promueva la construcción de **ciudadanía**, a través de la participación de la sociedad civil organizada”¹⁶⁶.

En el 2004, en que salió al aire por primera vez *Voces en plenitud*, se lanzó la segunda *Convocatoria de proyectos ciudadanos de radio*, en la que participaron 219 proyectos, de los cuales se seleccionaron 53.

Los objetivos definidos de *Radio Ciudadana* adjudican al programa de *Voces en plenitud*, así como a todos los que son transmitidos por esta estación, características más cercanas al de un modelo de radio de servicio público radiofónico, como las siguientes: es transmitido en una emisora que se define como un “medio público federal, descentralizado, con personalidad jurídica y patrimonio propios”¹⁶⁷ que entre otras fuentes económicas, tiene la que proporciona el Estado, los ciudadanos por medio de sus impuestos, responde a una necesidad muy específica de nuestra sociedad, es administrado, planeado y efectuado por ciudadanos que no tienen intereses lucrativos ni pertenecen a entidades políticas.

La *Convocatoria de proyectos ciudadanos de radio* lanza esta invitación de manera anual, sin embargo, la duración al aire de los programas seleccionados es de cinco años como máximo, así que *Voces en Plenitud* tuvo que interrumpir sus transmisiones en el año 2007. Fue hasta el 2012 que se retoma la realización del programa.

¹⁶⁶ Consultado en septiembre del 2014 en: <http://www.imer.mx/radiociudadana/conocenos/>

¹⁶⁷ Consultado en septiembre de 2014 en <http://www.imer.mx/que-es-el-imer/quienes-somos/>



Cada año se han producido 52 programas de *Voces en Plenitud*, en total han sido 265. Debido a la gran cantidad de unidades con las mismas probabilidades de ser analizadas, se utilizó la técnica del muestreo, es decir, se eligió de manera aleatoria entre todas las producciones de *Voces en plenitud* realizadas hasta el momento.

Voces en plenitud se transmite todos los domingos de 11:00am a 12:00pm a través de Radio Ciudadana 660AM¹⁶⁸. En la página oficial del IMER, se hace una pequeña descripción de este programa: "Aprendamos juntos sobre la cultura del envejecimiento"¹⁶⁹.

Esta descripción apela a una cultura del envejecimiento no específica, como si hubiera sólo una, sin embargo, también nos remite a que se abordarán diferentes aspectos de este proceso, pero, sobre todo, se tratará de fomentar, de transmitir, una forma de vida, una cultura en una etapa determinada de la vida; en la vejez.

3- El tercer paso corresponde a la categorización de los datos, lo que facilita su interpretación. Las series radiofónicas *Por la vereda* y *Voces en plenitud* son nuestros objetos de estudio, sin embargo, existen muchas unidades que conforman estas series, por lo que fue necesario hacer una reducción y categorización de ellas para definir los datos analizados.

Krippendorff señala diferentes unidades de análisis de acuerdo a sus características, lo que puede facilitar su selección y registro: La primera es la de **características físicas**, como su longitud, duración, o tamaño, con la que reconoceremos datos muy generales.

También se tomó en cuenta su sintácticidad, es decir, su relación con la gramática de la radio y su lenguaje, lo que nos permitió identificar las partes secundarias que constituyen a los programas; los géneros radiofónicos, como las cápsulas informativas, entrevistas, la charla, el monólogo.

¹⁶⁸ *Radio Ciudadana* es una emisora que transmite programas de radio propuestos por asociaciones civiles, ciudadanos, instituciones o cualquier otro grupo independiente del gobierno o de alguna empresa, por lo que esta estación en específico cubre una característica muy puntual de la radio de servicio público; responder a las inquietudes, necesidades, propuestas de los ciudadanos, de los radioescuchas, y que éstos participen de forma activa.

¹⁶⁹ <http://www.imer.mx/radiociudadana/programas/voces-en-plenitud/> Consultado en julio del 2014



Si hacemos la selección con base en su temática, que se refiere a la "definición estructural particular del contenido de los relatos y de su explicación"¹⁷⁰, podemos partir del tema del envejecimiento y la vejez activa, hasta llegar a los temas tratados de manera más específica en cada programa, por ejemplo, el tema de la educación en la vejez, la salud bucal, etc.

Otras categorías que propone Krippendorff para seleccionar los datos se basan en las referencias a las que hacen, en sus atributos y características. Esta clasificación para seleccionar los datos resulta funcional en el primer acercamiento al objeto de estudio, o cuando aún no se conoce a profundidad, porque se pueden definir las características señaladas con anterioridad; duración, temática, estilo, público objetivo, géneros radiofónicos.

Bardin, por su parte, propone al aprovechamiento del material, en el que se desarrolla la forma de codificación, categorización¹⁷¹, descomposición, y en algunos casos de enumeración de los datos, como segundo paso.

Por lo que se realizó la búsqueda de los soportes de información y se tuvo un acercamiento con varios programas de radio de las dos series radiofónicas, con la finalidad de identificar sus elementos.

Así, las categorías de estos análisis son las siguientes: Se desarrollan en dos ejes; el primero corresponde a las características físicas de los programas; que corresponde a la **duración del programa**, al **formato del programa**, a los **géneros radiofónicos**, a los **elementos sonoros**: música de fondo, rúbricas, cortinillas, voz de locutores y la institucional.

El segundo eje corresponde a la temática, la participación y voces de los locutores, la estructura (las secciones que los conforman) y el contenido que se presenta en cada sección. Se analizan elementos más específicos y detallados, como las palabras utilizadas, los elementos y efectos sonoros más específicos, la

¹⁷⁰ Ibíd. P.90.

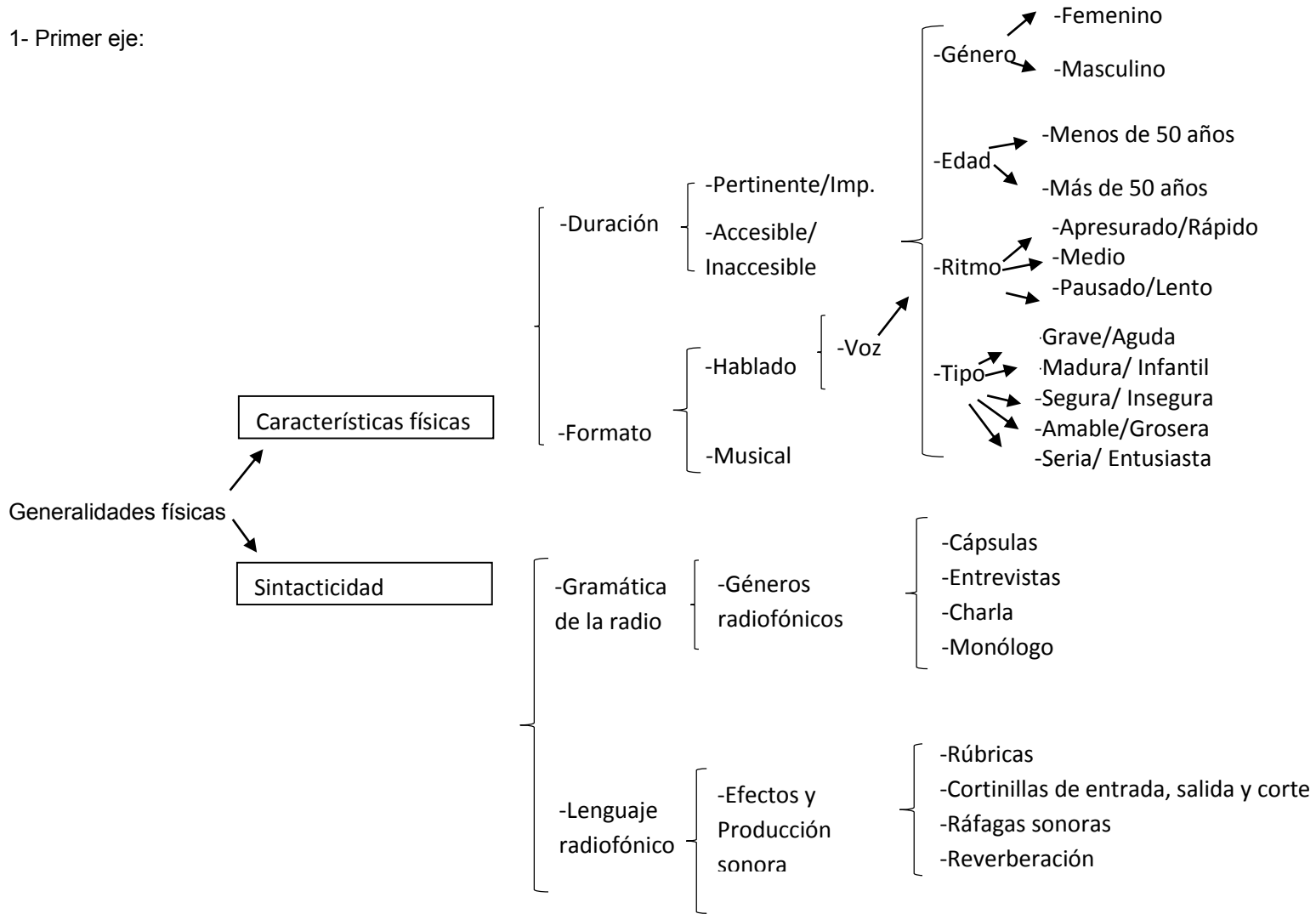
¹⁷¹ Operación de clasificación de elementos constitutivos de un conjunto por diferenciación tras la agrupación por género (analogía), a partir de criterios previamente definidos, que reúnen un grupo de elementos bajo un título). Bardin nos plantea dos formas para categorizar; en la primera se aíslan los datos, en la segunda, se distribuyen. (Sustraído de: Bardin Laurence. *Análisis de contenido*. Ed. Akal. Madrid. 1986, 1996, 2002. P.90).



duración de cada sección. En los esquemas 2 y 2.1 se presentan las categorías empleadas en este trabajo.

Esquema 2
Categorización 1.1

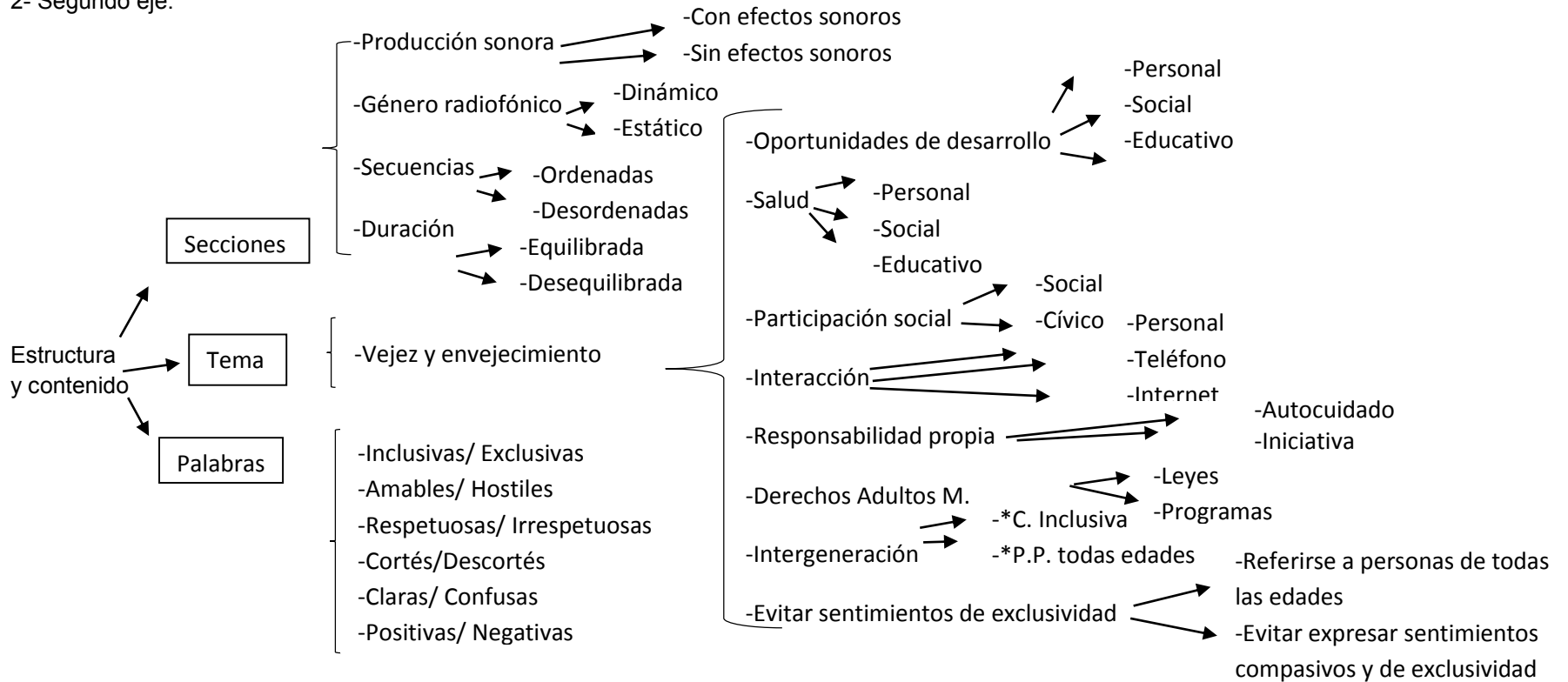
1- Primer eje:





Esquema 2.1
Categorización 1.2

2- Segundo eje:



*C. Inclusiva: Comunicación Inclusiva

*P.P todas edades: Participación de personas de todas las edades

Fuente de Esquemas 2 y 2.1: Elaboración propia, agosto 2015.

Cabe señalar que algunas de estas categorías surgieron a partir de algunos elementos definidos con base en la definición de **envejecimiento activo**¹⁷² proporcionada por la OMS, así como las definiciones de vejez, viejismo, edadismo, citadas en el último apartado del capítulo dos, y las reflexiones a las que se llegaron. Estos elementos se consideraron necesarios en una producción radiofónica que fomente una cultura de envejecimiento y vejez activa.

Dichos elementos se definieron con base en los dos rubros en los que se desarrollan las categorías; al contenido y a las características de la realización del programa. Los primero ocho se refieren al ámbito del contenido (●), mientras que los segundos corresponden a la realización (●).

Los elementos que tienen un asterisco son propuestas de la autora de este proyecto con base en lo encontrado tanto en el análisis de los programas como en la indagación de los temas.

- 1- Información respecto a la salud física y emocional
- 2- Incentivar el autocuidado, la responsabilidad personal
- 3- Apertura a oportunidades educativas y personales
- 4- Incentivar la participación social
- 5- Interacción con el auditorio a través de un contacto telefónico, correo electrónico, redes sociales digitales, eventos sociales, etc.
- *6- Hacer hincapié en derechos de los adultos mayores, en las leyes y programas que los amparan
- *7- Compartir experiencias saludables de personas en envejecimiento que motiven a otras.
- *8- Incentivar relaciones intergeneracionales
- 9- Comunicación cercana, respetuosa e incluyente
- 10- Lenguaje sencillo
- 11- Equidad de género
- 12- Evitar sentimientos de exclusividad
- 13- Evitar expresiones compasivas o infantiles
- 14- Estructura del programa

¹⁷² El envejecimiento activo es el proceso de optimización de las oportunidades de salud, participación y seguridad con el fin de mejorar la calidad de vida a medida que las personas envejecen. Citado en envejecimiento y salud, una propuesta para un plan de acción. Modelo de envejecimiento activo para el desarrollo integral gerontológico. Mendoza Núñez Víctor Manuel, Martínez Maldonado María de la Luz. UNAM, ANMM, AMC, INGER. México. 2013. P. 264.



15- Esteticidad radiofónica (empleo de elementos sonoros acordes al contenido, entradas y salidas suavizadas, volumen adecuado)

*16- Entretenimiento

Respecto a las propuestas, la primera se originó debido a que en ninguno de los programas analizados se mencionaron las leyes que amparan a los adultos mayores, aunque cabe señalar que estos temas podrían ser abordados en *Voces en plenitud* debido a la variedad de temáticas que tratan, contribuiría a desarrollar una consciencia respecto a este proceso y etapa de vida si de manera regular, y no sólo como tema de una emisión, se hablara sobre los derechos de este sector poblacional.

La segunda propuesta promueve el compartir experiencias exitosas y saludables de adultos mayores con el objetivo de demostrar e (incentivar a otras personas) que la edad no es ningún impedimento para emprender proyectos, aprender y desarrollarse como persona en cualquier ámbito de la vida.

La tercera propuesta abarca tanto un nivel de contenido como de realización, en el primer nivel hace alusión a promover temas que sean de interés no sólo de los adultos mayores, para que se involucren personas de otras etapas de vida, pero a nivel de realización, convendría que en estos programas radiofónicos también participaran voces de personas de otras edades (jóvenes, niños, adolescentes) que den el ejemplo de que están interesados en estos temas, que también les competen, y así se podrían romper prejuicios de segregación de acuerdo a la edad.

El cuarto elemento corresponde a la realización de los programas de radio; apelar a la fusión de educar y entretener, romper esta dicotomía entre ambos rubros, cubrir la necesidad de informar, educar de manera entretenida, dinámica; con música, con juegos, con ejercicios para los radioescuchas, utilizando diferentes géneros radiofónicos.

En la Tabla 5 se presentan las secciones que conforman a los programas de radio a analizar y de las que se ahondará en el segundo eje de las categorías.



Tabla 5

Secciones de *Por la vereda* y *Voces en Plenitud*

<i>Por la Vereda 1</i>	<i>Por la Vereda 2</i>	<i>Voces en Plenitud</i>
		1- PRIMER BLOQUE 13'55"
		-Música
		-Introducción
		-Saludo
		-Saludo 2
		-Presentación de equipo
		-Se retoma el tema de la música
Saludo y presentación 1.6"		-Música
1- Un poco de todo 1'98"	Cortinilla de entrada del programa 28"	-Adelanto de los invitados del programa
2- Charlas con los expertos 16'41"	1-Frase célebre como introducción 57"	-Lectura de nota informativa
3- Pausa musical 2'42"		-Se retoma el tema de los invitados
4- Uno y mil versos 1'26"	2-Saludo y comentario de Julia Rodríguez respecto a la frase 1'4"	-Música
Despedida 15"	3- Charla con los expertos 23'37"	-Entrevista 1
	5- Despedida 11"	
		2- SEGUNDO BLOQUE 12'10"
		-Música, música,
		-Entrevista 2
		-Entrevista 1
		-Entrevista 3
		3- TERCER BLOQUE 10'48"
		-Participación 4



		-Tema nuevo. Cápsula. -Música 4- CUARTO BLOQUE 12'18" -Intervención 5 -Entrevista 2 -Despedida
--	--	---

Tabla 5 Fuente: Elaboración propia, 2014

4- El cuarto paso de nuestros análisis de contenido, que para Krippendorff es el tercero, corresponde a la búsqueda de explicaciones, a la realización de inferencias, de inducciones o deducciones que se realizan con base en la información obtenida a través de los datos.

Para Krippendorff, la inferencia es una inducción, es decir, que parte de una particularidad para llegar a una generalidad, es "el saber que debe poseer el analista de contenido acerca del modo en que los datos se relacionan con su contexto"¹⁷³.

Este paso corresponde al desarrollo del análisis de cada emisión analizada, en donde se explica de manera detallada la función e importancia de las variables de los dos ejes mencionados con anterioridad (características, atributos generales, estructura y contenido), por lo que es aquí donde tiene cabida la interpretación del analista respecto a los valores y categorías analizadas.

5- El último paso corresponde a las conclusiones y a la presentación de los resultados.

La tercera y cuarta etapa podrían parecer confusas porque conjugan varias actividades, sin embargo, éstas se ejecutan de manera colateral, una da la pauta a la otra casi de manera inmediata, espontánea. Incluso desde que se realiza el

¹⁷³ Ibíd. P.79



registro de los datos se presentan primero interpretaciones y después inferencias, pues el analista busca explicaciones de manera inmediata.

Cabe señalar que los pasos que plantea Krippendorff en su *texto Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica* son muy reiterativos, inclinados hacia una metodología cuantitativa, pues hace hincapié en porcentajes, estadísticas, sin embargo, es importante no olvidar que estas recomendaciones de pasos a seguir son sólo sugerencias que llegan a variar dependiendo del análisis, de la investigación.

En suma, el método del análisis de contenido se desarrolla con base en nuestros objetivos, nuestras hipótesis, nuestra creatividad y nuestra investigación, por lo que es importante no percibir como inapelable ningún método, ni ninguna regla.

Capítulo 4

Análisis de contenido de los programas de radio “Por la vereda” y “Voces en plenitud”, del Instituto Mexicano de la Radio (IMER)

En este apartado se condensan los capítulos anteriores, pues, con la técnica de investigación el análisis de contenido, se analizaron tres programas de radio de dos series radiofónicas; dos de *Por la vereda* y uno de *Voces en plenitud*, que son transmitidas por el Instituto Mexicano de la Radio (IMER). Por medio del análisis de contenido podremos conocer cómo éstas fomentan una cultura del envejecimiento y la vejez activa.

Si la radio de servicio público tiene la posibilidad y el deber (de acuerdo a las características definidas en el primer capítulo de este texto) de fomentar el respeto, la inclusión de todos los ciudadanos, incluyendo a los adultos mayores, y el IMER pertenece a este modelo, entonces los programas que se transmiten a través de éste tendrían que apelar a una cultura de respeto, de inclusión de los adultos mayores. La vejez y el envejecimiento activo es una forma de lograrlo.

En el IMER se transmiten dos series radiofónicas que abordan los temas de la vejez y del envejecimiento, pero el objetivo de estudiar estos programas radica en conocer cómo éstos fomentan una cultura de la vejez y el envejecimiento activo.

Las razones por las que se eligieron estos programas radiofónicos son las siguientes: 1. Por la larga trayectoria de esta radiodifusora, que data desde 1923, con la aparición de la estación *El buen tono*, y a la que en 1929 se le conoció como la *XEB*, pero es hasta 1983¹⁷⁴ que, por Decreto Presidencial, se establece como se le conoce actualmente.

¹⁷⁴ Desde 1983 hasta el 2003 el IMER estaba sectorizado en la Secretaría de Gobernación, lo que le restaba características de medio de servicio público y le concedía de gobierno. Fue a partir del 2003 que este instituto pasa a ser parte de la Secretaría de Educación Pública y, según la página oficial del IMER, adquiere patrimonios propios y personalidad jurídica.



2. Por la amplia cobertura del IMER; cuenta "con 23 emisoras (13 FM, 10 AM y 1 emisora virtual)"¹⁷⁵, su frecuencia llega a diez localidades y ocho estados; Chiapa de Corzo, Comitán y Cacahoatán en Chiapas; Mérida, Yucatán; Lázaro Cárdenas, Michoacán; Salina Cruz, Oaxaca; Tijuana, Baja California; Cd. Juárez, Chihuahua; Cd. Acuña, Coahuila y Cananea en Sonora, además del Distrito Federal y área conurbada, pero debido a su potencia, según el IMER, se puede escuchar en 17 estados del país.

3. Además, la forma en la que esta radiodifusora obtiene sus ingresos corresponde a la de un modelo de servicio público; el 70 por ciento de su financiamiento es por medio de recursos fiscales¹⁷⁶, y el otro 30 por ciento de autogenerados.

4. La visión del IMER es "conformar una **oferta** radiofónica y de comunicación **de servicio público**, con presencia nacional e internacional, referente por la representatividad social y cultural de su programación, la calidad de sus emisiones y la credibilidad de sus contenidos"¹⁷⁷.

Tanto *Voces en plenitud* como *Por la vereda* son los únicos programas de radio vigentes de esa radiodifusora que tratan de forma regular temas de vejez y de envejecimiento.

FICHA TÉCNICA POR LA VEREDA

	Frecuencia	Horario	Duración	Productor	Guionista	Locutores	Antigüedad	Transmisión
1- <i>Por la vereda</i>	1220 AM XEB	Sábados y domingos 7:30-8:00 hrs.	30'	Mario de la Fuente	Julia Rodríguez	Benito Romo y Julia Rodríguez	1995-2015	17 de febrero 2007

Tabla 6 Fuente: Elaboración propia 2014

¹⁷⁵ <http://imer.gob.mx/imerdigital/acercaimer.html> Consultado en julio del 2014.

¹⁷⁶ Son aquellos que recauda el Estado para financiar las actividades del sector público, tales como impuestos, derechos, productos y aprovechamientos. De éstos, los impuestos constituyen la mayor parte de los recursos fiscales de que dispone el Estado para financiar sus erogaciones. Consultado en julio del 2014 en:

<http://www.cepal.org/cgibin/getprod.asp?xml=/ofilac/noticias/paginas/2/42022/P42022.xml&xsl=/ofilac/tpl/p18f.xsl&base=/ofilac/tpl/top-bottom.xsl>

¹⁷⁷ <http://www.imer.mx/que-es-el-imer/mision-y-vision/> Consultado en julio del 2014



4.1 Análisis de *Por la vereda*

Las siguientes tablas (Tabla 7 y 10) condensan los análisis que se realizaron a los programas de las series radiofónicas *Por la vereda* (dos) y *Voces en plenitud* (uno), que en total suman tres programas, analizados con base en los elementos señalados en el capítulo tercero, en el apartado de Metodología, páginas 106 y 107.

Estos elementos se presentan en diferente orden que como se mostraron con anterioridad con el objetivo de no dar prioridad ni al contenido ni a la realización, sino ponderar las dos categorías.

La tabla 7 corresponde a los dos programas analizados de la serie radiofónica *Por la vereda*. En la primera columna se encuentran los **elementos que apelan a un envejecimiento y vejez activa**. Las siguientes dos columnas corresponden a los dos programas analizados de esta serie radiofónica (*Por la vereda*). En cada columna se especifica si se encuentran o no los elementos mencionados con anterioridad y de qué forma.

La tabla 10 tiene la misma estructura que la primera, a diferencia de que sólo hay una columna que corresponde al único programa de radio que se analizó de la serie *Voces en plenitud*. Así, en este capítulo encontramos dos tablas que condensan los resultados de los análisis que se hacen a los tres programas de radio de estas dos series radiofónicas (*Por la vereda* y *Voces en plenitud*).

Tabla 7
Análisis de contenido de *Por la vereda*

Elementos de un envejecimiento activo	<i>Por la vereda 1</i> Contenido	<i>Por la vereda 2</i> Contenido
1- Apertura a oportunidades educativas y personales	Se habla de las emociones que llevan a la creación artística; el amor, el desamor, el miedo, la pasión, lo que plantea que cualquier persona puede crear.	Aunque este elemento no es cubierto de manera tan evidente, el incentivar a la reflexión, por medio de frases célebres, comentarios y opiniones, incentiva un desarrollo personal.
2- Información respecto a la salud física y emocional	Se plantea expresar de manera artística las diversas y naturales emociones de los seres	Durante casi todo el programa se emite información sobre síntomas, causas, de problemas

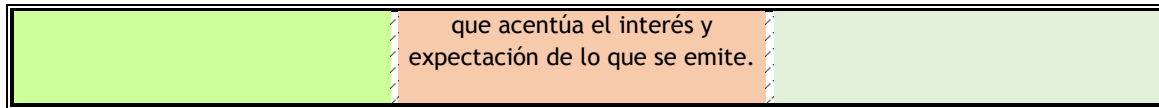


	humanos. Se aborda el tema de los cólicos, sus síntomas, causas, tratamiento, etc.	dentales y tratamientos odontológicos.
3- Incentivar la participación social	Se hace difusión de eventos culturales y sociales (conciertos, cine, museos).	La frase célebre que se lee como introducción del programa apela a informar respecto acontecimientos sociales recientes sin dejar de reflexionar sobre ellos, lo que incentiva el interés de temas sociales y culturales.
4- Interacción con el auditorio a través de un contacto telefónico, correo electrónico, redes sociales digitales, eventos sociales, etc.	No existe ningún medio de comunicación directa con el auditorio.	Durante todo el programa se invita al auditorio a participar, a contactarse con los locutores del programa a través de llamadas telefónicas.
5- Incentivar el autocuidado, la responsabilidad personal	Al hablar de temas de salud, de la prevención y tratamiento de enfermedades físicas, incentiva el autocuidado. Abordar temas actuales y culturales incita al deseo de una preparación personal, y a las responsabilidades que conlleva.	Se dan recomendaciones de hábitos saludables, estos <i>tips</i> se dirigen al público objetivo, lo que promueve el autocuidado.
*6- Hacer hincapié en derechos de los adultos mayores, en las leyes y programas que los amparan	No se aborda ningún programa ni ley al respecto.	No se habla de ningún programa específico, derecho ni ley que de herramientas a los adultos mayores de reconocer sus derechos y obligaciones como personas.
*7- Compartir experiencias saludables de personas en envejecimiento que motiven a otras.	No se comparten estas experiencias.	No se comparten testimonios del auditorio que reflejen un envejecimiento activo, no obstante, la misma conductora (de más de 65 años) es una figura de este tipo de envejecimiento, pero debido a su rol dentro del programa, este ejemplo es más lejano al auditorio.
*8- Incentivar relaciones intergeneracionales	Se convoca a actividades y se abordan temas de interés para personas de todas las edades.	Aborda temas de interés a personas de todas las edades, genera un vínculo común que rompe con las fronteras de exclusividad en la etapa de la vejez. Los problemas de salud que se abordan en el programa

4- Análisis de contenido de los programas de radio “Por la vereda”
y “Voces en plenitud”, del IMER



		se presentan en cualquier persona.
9- Comunicación cercana, respetuosa e incluyente	Se emplea la primera persona del plural, así como la palabra “usted” para dirigirse al auditorio.	Los locutores hablan en plural, de manera incluyente.
10- Equidad de género	Participación dentro del programa tanto de un hombre como de una mujer, se abarca los dos géneros sexuales.	Aunque tiene protagonismo una voz femenina, la voz masculina también tiene participación.
11- Evitar sentimientos de exclusividad	No se abordan los temas como exclusivos de los adultos mayores.	Al inicio del programa se hace énfasis en los adultos mayores, lo que se aleja de la intergeneracionalidad. Después ya no se hace énfasis ni se diferencia en cuanto a la edad.
12- Evitar expresiones compasivas o infantiles	No se manifiestan expresiones compasivas o paternales hacia el auditorio.	No se utilizan expresiones que generen estereotipos, actitudes paternalistas ni que denoten pérdida de habilidades de cualquier aspecto.
13- Lenguaje sencillo	Se utilizan expresiones coloquiales, ejemplos, se plantean situaciones comunes.	Ejemplos cercanos a la vida cotidiana, expresiones informales, generan un ambiente amable, de confianza, de fácil entendimiento.
*14- Entretenimiento	Transmiten música, lectura de poemas, reflexiones.	Se dejaron de transmitir piezas musicales y elementos con fines de entretenimiento. <u>Se requieren</u> elementos mucho menos informativos, con mayor <u>dinamismo</u> .
15- Estructura del programa	El aprovechamiento del tiempo es óptimo; se utilizan diferentes géneros radiofónicos y se abordan diversos temas durante el programa.	Poco equilibrado con respecto al contenido que se expone, y con los objetivos del programa. Da indicios de ser un programa de radio de salud específicamente.
16- Esteticidad radiofónica (empleo de elementos sonoros acordes al contenido, entradas y salidas suavizadas, volumen adecuado)	Los elementos sonoros empleados generan un ambiente cálido y dinámico en el programa. Se utilizan efectos especiales de sonido, música de fondo acorde al contenido, lo	La producción sonora es simple pero adecuada; genera una identidad sonora en el programa, aunque en comparación con el primer programa, es más sencilla.



* Propuestas

Fuente: Elaboración propia agosto 2014

Análisis desglosado *Por la vereda* 1

SINOPSIS PROPORCIONADA: “Serie que aborda la literatura, la música, y las entrevistas con especialistas con el fin de mejorar la calidad de vida del adulto mayor, así como la actitud de las demás personas hacia esa población. En esta emisión se habló de los cólicos”¹⁷⁸.

I. Primer eje. Las categorías a analizar del primer eje, que se derivan de las generalidades físicas, son: Duración, formato, géneros radiofónicos, elementos sonoros: música de fondo, rúbricas, cortinillas, voz de locutores y la institucional.

El **formato** de *Por la vereda* es hablado, pero también tiene una inserción musical. Se desarrolla una entrevista, monólogo, una cápsula y una charla. Su temática es variante, de interés para los adultos mayores, pero también para la población en general.

La **duración** del programa siempre ha sido de 27 minutos, tiempo que, para fines de escucha, resulta pertinente, accesible y práctico, pues la atención que requiere es alta, y si durara más tiempo podría resultar cansado de escuchar para algunas personas. Respecto a los **géneros radiofónicos** que se presentan en *Por la vereda*, podemos destacar a la entrevista, al monólogo y a la charla.

La **voz institucional** del IMER, que suena madura, segura, y que transmite una sensación de experiencia, se escucha antes de iniciar el programa. Su tonalidad es grave, su actitud es seria, pareciera de un hombre de 50 años. La importancia de esta rúbrica reside en que funge como presentación de *Por la vereda*, posteriormente entran las voces oficiales del programa.

Las **voces** del programa son piezas claves en su desarrollo, pues le aportan identidad. Con una voz amable da la bienvenida Julia Rodríguez (figura 16), quien

¹⁷⁸ Información proporcionada en el centro de investigación de la Fonoteca Nacional.



es la primera en escucharse. Su ritmo es pausado y su tonalidad es melodiosa, por lo que transmite seguridad y confianza. Cabe señalar que Julia suena como alguien de 40 años, aunque en la actualidad tiene más de 60 años, y se sigue escuchando igual.

Figura 16



Sin título. Aparece Julia Rodríguez.
Imagen sustraída en enero del 2015
de <http://www.imer.mx/xeb/locutores-y-conductores/conductores/yuriria-contreras/>

La siguiente voz es la de Benito Romo, quien tiene un ritmo ligeramente más lento que el de Julia y un timbre grave, pero su tonalidad es suave, lo que produce que suene amigable, confiable, paciente, tolerante. Su voz se escucha como la de alguien de más de 50 años.

La importancia en resaltar la edad aproximada de las voces radica en que si se escuchan cercana a la del público objetivo del programa, generará mayor empatía, interés, seguidores.

Benito Romo y Julia Rodríguez desarrollan durante el programa un ambiente de respeto, de tolerancia, de amistad; como se dice coloquialmente; tienen química en los micrófonos, además, sus tonalidades de voz son muy compatibles, tienen mucha claridad al hablar, y causan expectación. Ambos se refieren a ellos mismos de usted, Julia se dirige al locutor como “Don Benito”.

Cabe señalar que ambos locutores, en el momento de la grabación, tenían gran experiencia como realizadores de radio; tanto en la producción de guiones, como en locución, además, estaban muy inmiscuidos en la producción de programas de radio dirigidos a adultos mayores. Es importante destacar estas



características de los conductores porque esa trayectoria se ve reflejada en las producciones de *Por la vereda*.

La producción del programa de radio resulta atractiva; la presentación de cada sección del programa, las rúbricas de las pausas, las rúbricas de entrada y de salida, la música de fondo y la postproducción en las voces, incluso el programa cuenta con su propia pieza musical que lo caracteriza.

Durante todo el programa se escucha una música de fondo con un ritmo medio, tonalidades agudas, sin voz, que transmite una sensación de elegancia, de experiencia.

II. Segundo eje. Análisis de las secciones que componen al programa, incluyendo elementos sonoros más específicos, como la música de fondo y las palabras que utilizan los locutores.

El programa consta de cuatro secciones que se presentan conforme al orden de aparición en la transmisión, las cuales tienen duraciones muy variadas. Cada sección es presentada con una cortinilla.

Saludo y presentación del programa: 1.6”

Después de la rúbrica de entrada y de la cortinilla de inicio del programa, en el minuto 1.6 inicia la presentación, realizada por Julia, y, posteriormente, el saludo, que lo da Benito: -“**Buenos días** (cortés, positiva), con el **placer** (amigable) de siempre les damos la más **cordial bienvenida** (respetuoso) a **su** (incluyente) programa *Por la Vereda* y los saludamos **sus amigos** (amigable, incluyente)...”.

Las frases resaltadas en negritas expresan sensaciones agradables, positivas, que inmediatamente crean una atmósfera de bienestar. Mientras que las palabras resaltadas en negritas y subrayadas denotan un sentido de pertenencia; la frase “sus amigos” genera un vínculo de cercanía hacia el radioescucha.

Posteriormente Julia menciona: “...agradecer a todos los **amigos** que nos han llamado, no olviden que este programa **es de ustedes**”. Las palabras resaltadas reafirma el concepto de amistad y de cercanía.



Sección: *Un poco de todo* 1'.20” – 3'.18”

Esta sección tiene una duración de un minuto con 98 segundos (1'.98”). En ella se habla sobre diversos temas. En esta ocasión se habló sobre las causas que llevan a la creación artística y de la variedad de temas que se abordan en los poemas; el amor, el desamor, el miedo, la pasión. Aunque esta sección es muy corta, es la que marca la línea temática de todo el programa.

Sección *Charlas con los expertos* 3'.31”- 20'.12”

En esta sección se invitan a especialistas, generalmente de la **salud**, para que hablen sobre algún tema en específico. Ésta es la sección más larga del programa, tiene una duración de 16 minutos con 41 segundos (16'.41”).

El invitado de este programa fue Albeiro Restrepo Naranjo, médico cirujano egresado del Instituto Politécnico Nacional (IPN), quien ya había estado en el programa explicando el tema del estreñimiento y del aparato gastrointestinal.

Los cólicos fue el tema de esta emisión, así que se definieron las características, los tipos de cólicos, las causas, los síntomas y algunos tratamientos. La exposición de la información se centró en los padecimientos en adultos mayores, no obstante, en cualquier edad se puede padecer de esta enfermedad, por lo que el tema es de interés para cualquier persona.

Charlas con los expertos es dirigida por Julia Rodríguez, quien funge un rol de alguien con falta de información, como si se tratase de un radioescucha; pregunta detalles, plantea situaciones comunes, utiliza un lenguaje sencillo, se apoya en metáforas populares como; “Algunas personas dicen que cuando tienen cólicos se sienten como un tambor lleno de aire...”. Esta metáfora crea interés, pues logra crear una identificación con la persona que padece cólicos o que tiene ese síntoma, además, genera confianza, ya que marca la pauta del ambiente del programa; un contexto familiar.

La actitud que adopta Julia ante el entrevistado hace que realmente parezca más una conversación que una entrevista, por lo que la información proporcionada por el especialista se vuelve más fácil de escuchar y de entender.



Otra de las características de esta sección, es que se suele tener al mismo invitado más de una vez. Esta dinámica facilita la familiarización del radioescucha con el experto, lo que produce que haya mayor empatía al escuchar la conversación, además, ya sea por indicaciones de producción o por estilo del entrevistado, al final de la entrevista, el médico Restrepo hizo un resumen de la información que proporcionó, lo que reafirma el contenido en la memoria de los radioescuchas.

Sección *Pausa musical* 21'.04”- 23'.46”

La intervención de una **pieza musical** no sólo funge el rol de una pausa, de un descanso, también es una sección más del programa, porque incluso tiene una cortinilla que la presenta. Esta cortinilla está formada por canciones de diferentes géneros musicales, como el danzón, la música ranchera y las baladas. Las canciones que conforman la cortinilla tienen la característica de ser muy populares.

Esta sección es presentada por Julia y comentada por Benito, quien retoma el tema de los sentimientos que generan arte. “Ya que hablamos de cómo el arte refleja la condición humana y sus conflictos, el tango es un excelente ejemplo, del dolor, la traición o la rivalidad convertidos en música...”, comenta Benito. La canción transmitida es la de *Yira, Yira*, de Carlos Gardel, uno de los compositores y cantantes más representativos del género del tango, lo que hace que tenga mayor expectación.

Sección *Uno y mil versos* 24'.14”- 25'.40”

En esta sección, la cual es presentada por Julia, se leen poemas y versos con la finalidad de hacer una reflexión al respecto. En esta ocasión Benito es el que lee la *Rima LXVII* de Gustavo Adolfo Bécquer, su voz tiene un efecto de reverberación y es acompañada por una música de fondo muy conmovedora, que hace que suene con más conmoción.

¡Qué hermoso es, tras la lluvia
del triste otoño en la azulada tarde,
de las húmedas flores



el perfume aspirar hasta saciarse!¹⁷⁹

El comentario que hace Julia respecto al verso es el siguiente: “Como habrá notado el **amable** (positiva, amigable) auditorio, hasta un poema que celebra la **belleza de la lluvia** y el día, y es además jocosos, el poeta no deja de acentuar la parte **triste de la vida**, en este caso, la **insatisfacción humana**”.

La reflexión que expresa la conductora apela a las emociones tan distantes que se presentan en la vida, pero, que, aunque algunas pudieran parecer incómodas, en algún momento están presentes.

La palabra en negrita incita en el auditorio una actitud de amabilidad, pues es asignada esta característica en los radioescuchas, lo que marca la pauta de la forma de relación entre los locutores y los oyentes. Las frases subrayadas y en negritas denotan un contraste de emociones que genera empatía con todas las personas que han experimentado esas sensaciones.

Despedida: 25'.45"- 26'

En el minuto 25 con 45 segundos Benito despide al programa:

- “Que **este día que ha iniciado**, sea para **usted creativo y venturoso**, y no **deje** de sintonizarnos el día de mañana...”

La frase en negritas “este día que ha iniciado” manifiesta esperanza, oportunidad, al igual que las palabras “creativo y venturoso”, que forman parte de una oración indicativa, mientras que las palabras subrayadas y en negritas refuerzan la actitud de respeto con que se dirigen al público.

En el minuto 26 se presentan los créditos del programa y la rúbrica de salida. Después de 25 segundos aparece la música oficial del programa hasta el minuto 27. Presentar los créditos otorga una sensación de confianza, de profesionalismo.

¹⁷⁹ Consultado en agosto del 2014
<http://www.ciudadseva.com/textos/poesia/esp/becquer/rimyley/67.htm>



Resultados

Con base en el análisis del primer eje; que corresponde a aspectos más generales del programa, podemos decir que su formato y duración que presenta lo hacen accesible para que lo escuche cualquier persona.

En el programa se emplean los formatos radiofónicos musical y hablado, además, se aprovechan diferentes géneros radiofónicos (entrevista, charla, monólogo) que le dan dinamismo al programa. En cuanto a la duración; 30 minutos son suficientes para desarrollar un tema en específico, incluso hasta dos, como se hace en *Por la vereda*, si el programa durara más tiempo, demandaría más atención, más elementos sonoros y de contenido.

Las voces empleadas aportan identidad al programa, apelan a una equidad de género y el lenguaje utilizado es sencillo, cercano, amable, lo que propicia que la información emitida sea fácil de entender.

Las frases que fueron analizadas nos muestran que el lenguaje que se utiliza resalta el respeto, la amabilidad, el optimismo, la esperanza, el interés hacia diversos temas culturales, artísticos, pero no recae sólo en lo positivo, en lo ideal, también se toma en cuenta las percepciones y emociones negativas de los seres humanos.

Durante el programa los locutores se dirigen a ellos mismos, como al auditorio, en segunda persona, con la forma del “usted”, que se deriva del vosotros (vuestra merced), que proviene del español antiguo, que se utilizaba con mayor frecuencia en generaciones pasadas. Esta manera de dirigirse al otro genera un ambiente de respeto y cordialidad.

Sin embargo, no hay comunicación entre los conductores y el auditorio, en primera instancia, porque el programa es previamente grabado, lo que no da oportunidad a tener ningún tipo de interacción y retroalimentación con los radioescuchas. Una de las características de un modelo público radiofónico, que es el de tener cercanía con el auditorio, queda omitido.

El elemento de la música funge como un descanso eficaz dentro del formato hablado que demanda un programa que tiene como objetivo informar y brindar



herramientas para generar una percepción o criterio respecto a un tema determinado, a su vez, este elemento es utilizado como entretenimiento.

La producción sonora que presenta este programa es muy atractiva; se utilizan elementos sonoros como música de fondo, efectos sonoros, cortinillas, ráfagas sonoras, el programa cuenta con una pieza musical oficial, lo que le da mayor identidad, la voz de un hombre y de una mujer en la conducción propicia mayor dinamismo, crea empatía tanto con los hombres como con las mujeres. Estas características le otorgan una estética radiofónica, lo que eleva la calidad del resultado final del programa.

Respecto al contenido, que se aborden temas artísticos y culturales propicia mayor actividad en el pensamiento de las personas, pues genera cuestionamientos, evoca emociones.

Estos temas no son de interés exclusivo de los adultos mayores, pues resultan ser plurales, lo que apela a una dinámica intergeneracional, sin embargo, estas secciones son muy cortas, parecieran ser correteadas por la sección más amplia; la de “Charla con los expertos”, en la que se habla de salud, tema al que se le da prioridad de tiempo, espacio y contenido.

El cuestionamiento sobre esta sección tan amplia radica en el desequilibrio de contenido, de duración y de estructura que ocasiona en el programa, lo que denota mayor interés en el tema de salud, y lo perfila de manera sutil hacia un ámbito geriátrico.

Si bien, este programa tiene características en su estructura, forma y contenido que lo dirigen de manera potencial a una herramienta de fomento de una cultura de envejecimiento y vejez activo, también hay un aspecto que requiere atención para convertirse en una herramienta mucho más eficaz, que su contenido sea más amplio, menos centralizado en la salud.

Estas mejorías giran en torno a la estructura del programa, que tiene que ver con la asignación de tiempos a las diferentes secciones, pero principalmente a los contenidos que abordan, pues aunque haya diferentes temáticas, se sobrevalora a la de salud.



El aspecto más importante a modificar es aumentar la cercanía y el contacto con el auditorio; es necesario escucharlo para conocer de manera directa lo que le interesa, le inquieta y le entretiene.

4.1.2 Análisis *Por la vereda* 2

FICHA TÉCNICA

	Frecuencia	Horario	Duración	Productor	Guionista	Locutor	Antigüedad	Transmisión
2- <i>Por la vereda</i>	1220 AM XEB	Lunes y Miércoles 12:00- 12:00 hrs.	27'	Jesús González	Julia Rodríguez	Julia Rodríguez	1995-2015	1 de septiembre del 2014

Tabla 8 Fuente: Elaboración propia 2014

Sinopsis proporcionada: “Sabemos que con la edad se adquiere estabilidad emocional y sabiduría, dones que hay que aprovechar para disfrutar de la vida. Este programa brinda información de interés para los adultos mayores y consejos de utilidad para vivir la tercera edad en plenitud”¹⁸⁰. En esta emisión se habla sobre prótesis dentales.

I. Las categorías a analizar del **primer eje** son; Las que se derivan de las generalidades físicas: Duración, formato, géneros radiofónicos, elementos sonoros: música de fondo, rúbricas, cortinillas, voz de locutores y la institucional.

La **duración** del programa es la misma que desde su inicio, en el año 1995, que corresponde a 27 minutos, los cuales resultan funcionales para tratar un único tema en una entrevista, si fuera más tiempo, tornaría a ser poco atractivo y cansado, si fuera menos tiempo, también se podría abordar el tema de manera satisfactoria (como lo vimos en el ejemplo anterior), pero abarcaría menos detalles.

Por la vereda tiene como público objetivo a los adultos mayores, sin embargo, por el contenido, el formato y el estilo que manejan, no se limita a este sector, abarca uno más amplio; los temas de salud resultan ser interesantes para personas de

¹⁸⁰ Sustraído de la ficha técnica oficial de *Por la vereda*. Consultado en septiembre del 2014 en: <http://www.imer.mx/programas/por-la-vereda/>



cualquier edad y de cualquier nivel socioeconómico. Esta característica; la de manejar temas que le pueden interesar específicamente a un tipo de público, pero que no se limita a éste; pertenece a un modelo de radio de servicio público, pues apela a la diversidad de edades, de intereses, de auditorio.

La serie *Por la vereda* del 2014 conserva únicamente el **formato hablado**, se eliminó el musical, que se intersectaba a la mitad del programa, y que servía como descanso al radioescucha. Aunque el formato hablado brinda la posibilidad de exponer más información y contenido, el combinarlo con una pieza musical hacía más ameno al programa.

La temática se centra en temas de salud, aunque se dedica un breve tiempo para leer una pequeña reflexión y comentar sobre ella. Resulta clara la disminución de contenidos temáticos de los programas actuales a los del año 2007 y anteriores. El **género radiofónico** que predomina es el de la **entrevista**, el cual tiene una duración de 24.17 minutos, más del 90% del programa total. A diferencia del primer programa analizado, que corresponde al año 2007, podemos notar una reducción de géneros radiofónicos como causa de la disminución de contenidos temáticos, lo que le resta dinamismo a la producción.

En cuanto a las **voces** de *Por la vereda*, la que presenta al programa es la misma que la de hace siete años; de un hombre de aproximadamente 50 años, que se escucha madura, grave, segura, amable. La música de fondo que la acompaña es la que distingue al programa; con tonalidades medias, con un sonido muy similar al de un teclado, y con un ritmo armonioso, que denota alegría, comodidad, bienestar.

La voz principal del programa; de Julia Rodríguez, suena amigable, segura, pareciera de una mujer de 45 años aproximadamente, aunque pertenece a la de alguien de más de 60 años. Su ritmo de voz es medio, no habla muy rápido, pero tampoco su energía está baja; es adecuada para entender lo que dice.

Dentro del programa hay una voz que tiene participaciones esporádicas, esta voz es de un hombre de aproximadamente 50 años; su voz es grave, segura, conjuga seriedad y entusiasmo. Esta voz pertenece a Francisco Orozco.



Aunque ya no tiene presencia la voz de Benito Romo, que compartía el programa con Julia, la voz que aparece ocasionalmente equilibra la presencia de géneros, logra simpatía tanto con hombres como con mujeres.

Cuando Julia lee frases hechas, como fragmentos literarios, por ejemplo, su voz presenta un efecto de reverberación que ocasiona que se escuche más profunda, genera mayor interés. Aunque este **efecto sonoro** le da valor a la producción, **carece de música de fondo**, a diferencia del programa analizado con anterioridad, en el que sí se emplea música de fondo al leer frases de reflexión tanto por Julia como por Benito. Cabe señalar que una pieza musical acorde con lo que se lee aporta mayor emoción, por lo que los programas anteriores resultaban más atractivos, pero el uso de cortinillas de entrada, salida y pausas también hacen a este programa ameno, aunque más sencillo que el anterior.

II. En el **segundo eje** se analizará cada sección que compone al programa, incluyendo las palabras que utilizan los locutores. *Por la Vereda*, en el 2014, se compone de tan sólo una sección.

Cortinilla de entrada del programa: 0-28”

Cuando inicia la sección *Charlas con los expertos* entra la cortinilla de hace siete años, lo que ocasiona que la gente que escucha la serie desde su inicio, la identifique de manera clara.

La cortinilla es acompañada con la música oficial del programa, lo que le adjudica identidad, además, es mencionado el nombre de la conductora, lo que causa seguridad y confianza, pues la conductora ya es conocida por la audiencia que sigue a la serie.

“Un encuentro por el camino de la vida” es el eslogan del programa, que también refuerza la idea de compartir, de comunicar y de tener un contacto al escuchar la serie.



Frase célebre como introducción: 28”- 1’.25”

Al iniciar la frase entra en *fade in* una pieza musical misteriosa, que atrae la atención de los escuchas, este inicio musical se ocupa como paréntesis para explicar la dinámica de las frases célebres del mes de septiembre. Esta intervención musical resulta clara para diferenciar la introducción.

La frase célebre, es acompañada por un huapango, música tradicional de Veracruz, y muy característico del país. Martín Luther King es el autor de la siguiente reflexión que abarca la introducción del programa: “Amar a la patria es amar por igual a todos los compatriotas, sin distinción de razas, creencias y clases sociales”¹⁸¹.

Esta frase apela a la solidaridad y a la importancia de la equidad de las personas, sin importar diferencias de ningún tipo, lo que resulta positivo mencionar a cualquier persona, pues resalta los valores de respeto y de tolerancia, tan necesarios en cualquier etapa de la vida, sobre todo en la vejez.

Saludo y comentario de Julia Rodríguez respecto a la frase: 1’.28”- 2’.32”

Antes del saludo del programa interviene Francisco Orozco, segunda voz del programa, la cual tiene muy pocas intervenciones. Esta voz es amable, segura y fluida. Es acompañada una vez más con la música oficial de la serie, lo que refuerza la identidad del programa, pues es muy repetida.

En su intervención recuerda el nombre del programa, el de la locutora, y los números de la cabina, incentivando a la audiencia a ponerse en contacto. Esta intervención tiene un rol muy importante, pues desde un principio se busca el acercamiento con los radioescuchas, recordando los datos básicos de la serie, para que se logre una familiaridad con éste.

Posteriormente interviene Julia, quien da la bienvenida: “Muy *buenas tardes* (positiva) a **nuestros amigos** (amigable/ incluyente) de la tercera edad de esta serie y a mi compañero de cabina Paco Orozco. Se dice fácil una frase como la de Luther

¹⁸¹ Frase emitida en el programa analizado.



King, pero si **reflexionamos** (incluyente) en ella no siempre lo logramos, siendo éstas, sin embargo, palabras profundamente humanas y patrióticas. Y bien **amigos** (amigable), como siempre es **un placer** (positiva) **encontrarnos** (amable/cortés) con ustedes **aquí Por la vereda** (cercana), **esperamos** (incluyente) que los próximos minutos que **caminares juntos** (positiva/incluyente) les sean **agradables** y de algún **provecho**, y **recuerden** que **nuestros** invitados les contestarán con **gusto** (entusiasta) las preguntas que les formulen, así que **no se detengan y llámenos...**”

El puntualizar en las personas de la tercera edad hace que éstas se conciben en un lugar en común a ellos, que se sientan contemplados por la locutora, aunque también resta apertura al auditorio de otras edades.

Las palabras subrayadas y en negritas apelan a un sentimiento de pertenencia, de inclusión, pues están pronunciadas en la primera persona del plural (nosotros). Las palabras que sólo están en negritas hacen alusión a conceptos positivos, agradables, que incitan la comunicación, la confianza.

Hacer que los radioescuchas, principalmente los adultos mayores, se sientan cómodos y escuchados, contribuye a la participación, a la inclusión, lo que promueve un envejecimiento activo, en el que se incentiva a participar, a cuestionar, que apela a un empoderamiento como personas.

Sección *Charla con los expertos*: 2.32”- 26.09”

Esta sección es iniciada con su cortinilla oficial, la cual es la que se usa desde el principio del programa. El que esté vigente esta entrada genera empatía, amabilidad. Antes de que inicie esta sección, la conductora recalca que hay plena disposición de parte de los entrevistados para contestar cualquier duda, lo que incita a interacciones con los radioescuchas, genera que la comunicación sea más enriquecedora.

Posterior a la cortinilla de regreso, entra una ráfaga musical característica de la sección *Charla con los expertos*, lo que suaviza el inicio de la entrevista. Durante



todo el programa se manejan adecuadamente los *fade in*¹⁸² y *fade out*¹⁸³, lo que le da estética a la serie.

El ritmo de la entrevista resulta fluida, cómoda, muy clara, responde a dudas que puede tener cualquier persona que escucha el programa. El lenguaje que utiliza la locutora es sencillo, espontáneo, amable, y trata de involucrar en todo momento al auditorio.

A diferencia del programa analizado con anterioridad, en éste hay mayor apertura a la participación de los radioescuchas; durante el programa entran llamadas de la audiencia con preguntas específicas, lo que responde de manera más efectiva a sus cuestionamientos y necesidades. Esta apertura muy probablemente es debida a la disposición de mayor tiempo en la entrevista y a que el programa se graba en vivo.

Paco Orozco le da voz a dichas preguntas. Su participación resulta muy importante, porque aunque no tiene una participación protagonista dentro del programa, sus intervenciones generan un equilibrio de género, de empatía.

Por otra parte, el rol que efectúa Julia Rodríguez en la entrevista es muy eficiente; tiene una actitud muy participativa y directa ante los entrevistados; da su opinión, puntos de vista, cuestiona a los entrevistados cuando utilizan tecnicismos o ejemplos no muy claros, con la finalidad de que no quepa ninguna duda en la información que se comparte.

La pausa se presenta en el minuto 12. Paco Orozco recuerda los números telefónicos de cabina. Esta acción resulta necesaria, es amable para los radioescuchas, pues si alguien no conoce la serie o no le da tiempo de apuntar los números de cabina, le da la oportunidad de hacerlo, además, como se mencionó con anterioridad, abre el canal de comunicación entre el público.

¹⁸² Se le denomina a una entrada progresiva de un audio o sonido desde el silencio hasta el plano sonoro que le corresponda.

¹⁸³ Se le denomina a la desaparición progresiva de un audio o sonido desde un plano sonoro hasta llegar a silencio. Ambos elementos suavizan las características sonoras, lo hacen más estético que si no empleara dichas figuras de montaje sonoro.



Después de dos minutos se escucha la cortinilla de regreso del programa. Julia Rodríguez recuerda el nombre del entrevistado para continuar con la charla generada. Esta sección termina en el minuto 26 con 09 segundos.

Despedida: 26.09”-26.20”

La despedida es sucinta, amable: “Hemos llegado al final de este breve encuentro por el camino de la vida, que tenga una **tarde feliz** (entusiasta) y **los esperamos**, como ya es costumbre, el próximo miércoles, aquí, *Por la vereda*”. Las palabras resaltadas en negritas crean un ambiente muy cálido, evocan afabilidad. Después de esto, Paco Orozco menciona los datos de los participantes del programa, da la ficha técnica, datos que son muy importantes y que le dan formalidad y fiabilidad al programa.

Resultados:

Se perciben cambios notorios entre los dos programas analizados, sin embargo, la duración es la misma en ambos, lo que resulta significativo para la estructura de esta emisión.

Se eliminaron varias secciones y el contenido se centra exclusivamente en el tema de la salud, lo que lo convierte en un programa geriátrico, más que gerontológico, por lo que no fomenta una cultura del envejecimiento y vejez activa.

Así, el programa consta únicamente de una sección, la cual resulta muy larga y basta de información respecto al ámbito de la salud, que no es el único tópico que conforma la vida del adulto mayor y de cualquier ser humano.

Aunque cabe mencionar que asignar tanto tiempo a una sola sección aminora las posibilidades de lagunas de información, brinda más herramientas para generar cuestionamientos y acciones más precisas, es importante recordar que el programa tiene objetivos muy claros; “brindar información de interés para los adultos mayores y consejos de utilidad para vivir la tercera edad en plenitud”¹⁸⁴, al hablar de una forma de vivir en esta etapa de vida se abarcan muchos más ámbitos que

¹⁸⁴ Sinopsis oficial del programa, sustraída en diciembre de 2014 de la página oficial del IMER <http://www.imer.mx/programas/por-la-vereda/>



sólo el de la salud, por lo que es necesario tratar más vertientes de interés de los adultos mayores para hablar de un programa radiofónico integral, como se menciona en su sinopsis.

Al eliminar secciones del programa también se descartaron géneros radiofónicos, lo que lo convierte en un programa más monótono que el anterior. La disminución de géneros radiofónicos y de contenido le resta valor en cuanto a cumplimiento de objetivos; deja de ser un programa integral y se convierte en uno de salud, pues es el único tema que se aborda.

Respecto a los elementos sonoros del programa, la música quedó descartada, pues aunque transmitieron un fragmento de una pieza musical, su duración fue muy corta y se utilizó sólo como introducción de una frase, entonces esta propuesta se convierte en informativa únicamente, ya que no tiene ningún elemento de entretenimiento.

El diseño sonoro de Por la vereda 2014 es mucho más sencillo que el de 2007, que aunque está cuidado, utiliza pocos efectos y arreglos sonoros, lo que disminuye su dinamismo y elementos de atracción.

El contacto con el auditorio es uno de los aspectos más sobresalientes de este programa, pues este aspecto (que estaba descuidado años atrás) es manejado con mucho cuidado y coordinación; al inicio del programa así como al finalizar cada bloque se recuerdan los números telefónicos de la cabina de radio, se reitera la invitación a estar en contacto con la conductora como con el equipo de producción, se genera un ambiente de confianza, de cercanía.

La conducción es un elemento de suma importancia dentro del programa, pues el lenguaje empleado y la actitud contribuyen a generar un espacio afable, de respeto.

Es interesante hacer notar que este programa tiene un tiempo de vida muy largo, y que aunque haya tenido cambios desfavorables para fomentar una cultura de un envejecimiento y vejez activa, ha tenido otros muy destacables, como buscar el contacto con el auditorio, y responder a una necesidad latente, no sólo en un sector poblacional en específico; que es el de brindar información sobre temas de salud de una manera amena, accesible, amigable.



Por la vereda contribuye de manera importante al fomento de un envejecimiento y vejez activa, pues aborda un eje de este concepto, pero necesita abordar más temáticas para lograrlo de manera plena.

4.2 Análisis de Voces en Plenitud

FICHA TÉCNICA

	Frecuencia	Horario	Duración	Productor	Guionista	Locutor	Antigüedad	Transmisión
3- <i>Voces en plenitud</i>	660 AM Radio Ciudadana	Domingos 11:00- 12:00 hrs.	57'	Ricardo Alan	René Villegas González, Angélica López Matías, Guadalupe Pérez.	René Villegas González y Angélica López Matías	2004-2007 2012-2014	20 de mayo 2012

Tabla 9 Fuente: Elaboración propia 2014

La tabla 10 condensa el análisis del programa *Voces en Plenitud*. Los valores que se utilizaron para identificar si apela a un envejecimiento y vejez activa son los mismos que los de la primera tabla. Debajo de la tabla se encuentra el análisis desglosado, que explica cada categoría analizada.

Tabla 10
Análisis de contenido de *Voces en plenitud*

Elementos de un envejecimiento activo	<i>Voces en plenitud</i> Contenido
1- Apertura a oportunidades educativas y personales	Se explican los objetivos de la Universidad de los Adultos Mayores, se mencionan los requisitos para la inscripción. Se invita al auditorio a acercarse a dicha institución.
2- Información respecto a la salud física y emocional	Los temas que se abordan durante el programa incentivan interés, participación en actividades culturales y de entretenimiento, lo que beneficia a la salud emocional, aunque no de manera



	explícita. No obstante, los temas que se abordan en esta serie son muy variados, incluyendo el de salud física.
3- Incentivar la participación social	Se invita a eventos culturales, como la feria del maíz.
4- Interacción con el auditorio	Aunque de manera simultánea no hay una interacción con el auditorio, se busca la comunicación con éste; se invita al auditorio a participar en los programas, se busca cercanía.
5- Incentivar el autocuidado, la responsabilidad personal	El testimonio del invitado Francisco, estudiante de la Universidad del Adulto Mayor, explicita la importancia de la iniciativa de las personas para su bienestar.
6- Hacer hincapié en derechos de los adultos mayores, en las leyes y programas que los amparan	El presentar la propuesta de la Universidad del adulto mayor evoca el derecho de la educación, del desarrollo personal de las personas en cualquier edad.
7- Compartir experiencias saludables de personas en envejecimiento	El testimonio del entrevistado del cuarto y segundo bloque incita a la participación, a la actividad, de las personas adultas mayores y de cualquier otra.
8- Incentivar relaciones intergeneracionales	Emiten información de interés para personas de todas las edades, también invitan a eventos abiertos al público en general.
9- Comunicación cercana, respetuosa e incluyente	Se dirigen de “usted” al auditorio. Hablan en tercera persona, los locutores generan un ambiente amable, de confianza.
10- Equidad de género	Tanto voces masculinas como femeninas tienen lugar dentro del programa.
11- Evitar sentimientos de exclusividad	Al inicio del programa se hace mucho hincapié en la figura del adulto mayor, lo que excluye a este sector poblacional y también al mismo programa.
12- Evitar expresiones compasivas o infantiles	No se utilizan términos compasivos ni denigrantes hacia el auditorio.
13- Lenguaje sencillo	El lenguaje que se utiliza es sencillo, sin embargo, en la lectura del guion de la cápsula informativa, la redacción es algo confusa.



14- Entretenimiento	Abordan de manera dinámica y entretenida los temas expuestos en el programa. Transmiten música, opiniones personales, propuestas de actividades de entretenimiento.
*15- Estructura del programa	Es irregular, improvisada, lo que ocasiona que haya repetición de información y tiempo al aire empleado de manera deficiente. Se requiere delimitar secciones o bloques específicos y sus tiempos.
*16- Esteticidad radiofónica (empleo de elementos sonoros acordes al contenido, entradas y salidas suavizadas, volumen adecuado)	Se utilizan pocos elementos sonoros radiofónicos, lo que hace al programa poco atractivo. Es necesario implementar más elementos sonoros que lo hagan más atractivo y dinámico.

*Propuestas

Fuente Elaboración propia, agosto 2014

Análisis desglosado de *Voces en plenitud*

Sinopsis: “Aprendamos juntos sobre la cultura del envejecimiento”.

I. Las categorías a analizar del **primer eje** son: Duración, formato, géneros radiofónicos, elementos sonoros: música de fondo, rúbricas, cortinillas, voz de locutores y la institucional. La **duración** del programa, que corresponde a casi una hora, resulta adecuada, pertinente, para el contenido que se transmite; ya que en cada transmisión se abordan dos temas, y a veces hasta tres. Si recordamos que en *Por la vereda* se requiere media hora para hablar sobre un tema, resulta necesaria otra media hora más para tratar otro tópico.

Los temas abordados en *Voces en Plenitud* incumben de manera plena a las personas adultas mayores, ya que abordan diferentes aspectos del desarrollo humano y específicamente de la etapa de la vejez y del proceso del envejecimiento; como lo es la educación para personas adultas mayores, servicios médicos, entretenimiento, salud física, emocional, cultura general, música.



En *Voces en plenitud* se manejan **dos formatos**; el hablado y el musical, lo que resulta beneficioso, pues si sólo se presentara el formato hablado, resultaría muy cansado para los radioescuchas, además sería mucho más difícil asimilar la información emitida por los conductores.

Al igual que *Por la vereda*, el **género radiofónico** de la entrevista es la que tiene predominio en el programa, sin embargo, también encontramos a la charla y a la cápsula informativa. No obstante, tres géneros radiofónicos resultan ser escasos si se equipara con el tiempo de transmisión, que es de una hora. Si un programa de radio, como *Voces en plenitud*, tiene una duración de una hora, exige más formas de manejar la información que se emitirá para que haya mayor dinamismo, esteticidad.

La **presencia musical** la podemos encontrar a lo largo de toda la transmisión, pues es intercalada durante los cuatro bloques en que se divide *Voces en plenitud*. Esta característica resulta benéfica para la asimilación de la información que se transmite, pues sirve de descanso, de entretenimiento. Las piezas musicales son elegidas con base al tema del día, o en relación a la información que se compartirá.

El programa cuenta con una rúbrica de inicio. La **voz** que se utiliza en este elemento sonoro corresponde a la de un hombre de aproximadamente 40 años, tiene las siguientes características; es clara, amable, respetuosa, seria.

Este **elemento sonoro** tiene una música instrumental de fondo, la cual sólo delimita la presentación del programa, pero no le da identidad, pues esta rúbrica es muy corta, muy plana, la música de fondo tiene una breve duración, lo que no permite que se le reconozca.

Al inicio y al final del programa, así como antes de cada pausa y a su regreso, se utilizan cortinillas de entrada y de salida, las cuales son muy breves. La música de fondo es la misma en ambas, al igual que la voz del locutor, que también corresponde a la de la rúbrica de entrada.

Estas cortinillas son de los pocos elementos sonoros oficiales que se utilizan en *Voces en plenitud*, así, su diseño sonoro resulta ser sencillo, no utilizan efectos sonoros, el programa no cuenta con variación de cortinillas, ni rúbricas.



Los conductores del programa son René Villegas y Angélica López Matías. La presencia de voces de géneros opuestos genera una empatía tanto con los hombres como con las mujeres, el que existan interacción entre dos individuos, un hombre y una mujer, hace que el programa sea más equilibrado, que tenga un ritmo agradable.

Las **voces** del programa logran crear una combinación adecuada que genera un equilibrio en cuanto a tonalidades y ritmo. René Villegas tiene una voz de alguien de aproximadamente 45 años. Su voz es segura, firme, amable, un tanto seria. La voz de Angélica suena como la de alguien de aproximadamente 38 años, la cual proyecta confianza, su tonalidad es más aguda y su ritmo es más rápido.

II. En el segundo eje se analizará la estructura del programa, así como las palabras que utilizan los conductores.

La estructura de *Voces en plenitud* no es muy definida, pues no existen elementos sonoros que den pie ni diferencien a las secciones del programa, son los conductores los que delimitan los cambios de tema, por lo que el análisis del programa no se dividió por secciones, como los anteriores, sino que conforme se fue desarrollando.

Antes de comenzar el programa, durante los primeros 14 segundos, se escucha la rúbrica de entrada, la cual funge de manera adecuada su rol de delimitar el inicio del programa, pero no tiene las características necesarias para proporcionar una identidad fuerte a *Voces en plenitud*. 0-14”

Inmediatamente de la rúbrica entra la pieza musical *Saturday Night Fever* por 20 segundos, suficientes para enganchar al auditorio y crear un ambiente de dinamismo y alegría.

La pieza musical se va a fondo, René Villegas saluda y da una explicación de la música que se transmitirá durante todo el programa, esta intervención funge el papel de presentación e introducción del programa, en el que también participa Angélica.

En esta emisión la música juega un papel muy importante, ya que es uno de los temas a tratar en el programa, pues se utiliza como referente para hablar sobre



un suceso público reciente; la muerte de dos cantantes significativos del género musical disco; Donna Summer y Robin Gibb.

En el segundo 44 René Villegas presenta el programa. Su voz es entusiasta, clara, respetuosa. “¿Cómo está? **Buenos días** (amable), bienvenido a *Voces en Plenitud*, palabras con experiencia. Les **saludo** con **mucho gusto** (cortés/positivo) desde la cabina de Radio Ciudadana, aquí en el Instituto Mexicano de la radio en la colonia Xoco...”.

René se dirige al auditorio de “usted”, lo que denota una evidente actitud de respeto que era más usual años atrás, por lo que para personas de más de 40 años es fácil de identificar y asociar con educación y amabilidad.

Es interesante notar como se introduce el *slogan* del programa en la primera oración que se menciona, que es “palabras con experiencia”, pues inmediatamente se asocia con años, con vida, con bienestar, que definen el carácter del programa. Las palabras **buenos días**, **saludo** y **mucho gusto** determinan el ambiente del espacio radiofónico, el cual desde un principio marca la pauta de ser amable.

Después del saludo, René Villegas habla sobre la música con que inicia el programa, posteriormente saluda a Angélica, quien dice: “Hola ¿qué tal? muy buenos días, pues sí, como todos los domingos, saludándoles desde este **su espacio** (inclusión) para los **adultos mayores**, y como ya saben, tenemos una hora para **platicar** de todos aquellos **temas que le interesan**, le preocupan y que **le benefician, sólo aquí**, recuerde, en Radio Ciudadana”.

El saludo de Angélica denota una actitud de respeto, también se dirige a la audiencia de usted, además, menciona palabras que hacen que los radioescuchas se apropien e identifiquen con el programa, pues se refiere de manera directa a las personas adultas mayores, se les recuerda que están en un lugar familiar, en **su espacio**, en donde se hablará, pero de manera más cercana, se platicará de temas que le interesan y de los que pueden obtener algún beneficio si escuchan sobre ellos.

Cabe señalar que hacer énfasis de manera explícita en el público objetivo delimita un espacio dirigido específicamente a un sector social, pero también excluye a otros. No es necesario hacer énfasis en el auditorio meta; los temas



abordados, las características del programa lo delimitan sin necesidad de excluir a otros.

En la intervención de Angélica se retoma el tema de la música disco, pero sobre todo de dos cantantes en específico que fallecieron días antes de la grabación del programa; Donna Summer y Robin Gibb. Esta información conforma la introducción del programa, la cual es muy importante porque explica cuál y porqué será la dinámica de la música de la transmisión.

Casi al inicio del programa, en el minuto tres con 21 segundos, se presenta a los demás integrantes del equipo de la producción. Esta acción hace que se cree una familiaridad entre la audiencia con el equipo de trabajo del programa, lo que refuerza el ambiente de amabilidad e inclusión.

En el minuto tres con 44 segundos se retoma la pieza musical con que se inició el programa. Esta intervención crea un ambiente alegre, relajado, atractivo, la canción es muy alegre, es la de *Saturday night fever*.

Es en el minuto cuatro con 26 segundos que se presenta la voz oficial del programa, la cual recuerda el nombre de la serie, esta intervención sirve como un signo de puntuación radiofónico que hace una analogía con un punto y seguido, por lo que después de esta intervención se escucha el fragmento de otra pieza musical.

Después de los cinco minutos con 25 segundos de transmisión, los conductores mencionan a los invitados del programa con la finalidad de crear interés en el contenido del programa. La forma de interactuar de los conductores se escucha muy espontánea, al igual que la forma en que comparten la información.

Es en el minuto seis con seis segundos que Angélica menciona una nota informativa que se relaciona con la información proporcionada con anterioridad.

Debido a que **no existen secciones ni tiempos específicos dentro del programa**, es hasta el minuto seis con 46 segundos que se retoma el tema de los invitados, pero aún no se presentan. Esta dinámica de repetir información hace perder mucho tiempo, además, los datos pierden su relevancia y utilidad.

Después del minuto seis con 46 segundos se inserta una vez más la segunda canción que se interrumpió en los primeros minutos del programa. Con *fade out* y *fade in*, después entra otra canción, pero ésta sólo se escucha durante ocho



segundos, por lo que funge el rol de un signo de puntuación radiofónico que da pie a la presentación de los invitados del programa.

Esta inserción musical resulta innecesaria, pues lo que antecede a la presentación es otra pieza musical que interrumpe a la primera, y que a su vez es interrumpida después de ocho segundos de sonar.

Después de mencionar a los invitados del programa en dos ocasiones anteriores, en el minuto ocho se vuelven a presentar, pero es hasta el minuto ocho con 57 segundos que interviene una de las invitadas, Patricia Morán Mercado, presidenta del Patronato DIF de la delegación Benito Juárez.

La participación de Morán Mercado dura seis minutos con 46 segundos, en los cuales habla sobre los objetivos de la Universidad de los adultos mayores, así como de su **modelo educativo** y la manera en que se conforma el plan de estudios que les brindan a sus estudiantes. “La educación continua es uno de los objetivos de esta universidad, por lo que conjugan siete ejes para lograrlo”, comenta Morán.

Después de la intervención de la primera entrevistada se va a una pausa musical. Este primer bloque tiene una duración de 13 minutos con 55 segundos de duración.

Al regreso del primer corte se escucha la cortinilla de regreso del programa, posteriormente suena una pieza musical cantada por Robin Gibb, es en el segundo 26 del segundo bloque que René Villegas menciona por primera vez en el programa los números telefónicos de la cabina y el tema en turno del programa.

Recordar el tema del programa, así como los número telefónicos de cabina es un acto de cordialidad hacia la audiencia, es una forma de poner al tanto a las personas que acaban de sintonizar la estación, de motivar la concentración después de la pausa, no obstante, resulta poco eficiente mencionar estos datos hasta el segundo bloque, pues no incentiva a la participación e interacción con los radioescuchas desde un principio, debería también ser mencionada en el primer bloque.

La participación tanto de René Villegas como de Angélica es muy asertiva, pues siempre tienen una actitud de respeto y cordialidad: “Y una larga distancia sin



costo a **sus órdenes** que es...”, menciona René. La palabra en negrita denota una actitud servicial.

A partir del minuto 10 con 21 segundos del bloque dos interviene el segundo invitado; Francisco, de 76 años, estudiante de la Universidad de los Adultos Mayores. Esta participación resulta muy fructífera, ya que podría generar empatía con los radioescuchas, además, la colaboración de los radioescuchas, como Francisco, promueve la interacción y participación de la audiencia; abre canales de comunicación entre radioescucha y conductor. En el minuto 12 con 10 segundos termina el segundo bloque.

En el tercer bloque los conductores retoman durante algunos segundos el tema de la entrevista, que quedó inconclusa, sin embargo, después cambian de tema abruptamente.

El siguiente tópico es la Feria del maíz y de la tortilla de Xochimilco, para el cual se cuenta con la participación vía telefónica del presidente del patronato de dicha feria, el licenciado Jerónimo Marcelo González, quien habla sobre los alimentos que se pueden encontrar en dicho evento. La charla que se genera a partir de la entrevista es muy casual, sólo se emiten datos generales del evento.

En el minuto seis con 27 segundos del tercer bloque, después de la entrevista a Jerónimo Marcelo Gonzáles, se cambia una vez más de tema, se habla sobre el huitlacoche. Para abordarlo se recurre a una cápsula informativa, la cual utiliza música de fondo para ambientar la información que se emite.

Resultan interesantes las palabras que utiliza el conductor René Villegas al presentar dicha cápsula, pues recuerda el concepto del programa, lo que genera confianza en la información que se emitirá: “El equipo de producción **nos ha** preparado una cápsula, vamos a ella y **continuamos haciendo** de las *Voces en plenitud, palabras con experiencia.*”

Las palabras en negritas que menciona René Villegas genera a los radioescuchas un sentido de pertenencia del espacio radiofónico, pues los verbos los conjuga en la primera persona del plural, involucra a los que escuchan como a los que hablan.



Las palabras en cursivas recuerdan el concepto del programa; enaltecer, valorar, respetar las palabras, la participación de las personas que se encuentran en una etapa de la vida que conjuga experiencia, confianza, conocimiento, que otorga beneficios; la vejez. Este concepto fomenta la valoración, la inclusión de las personas que pertenecen a esa etapa de la vida.

El elemento de la **cápsula informativa** del huitlacoche tiene una **duración** de cuatro minutos con siete segundos, suficientes para dar un panorama general de este alimento del que se habla. No obstante, el guion contiene algunas **palabras** que son difíciles de interpretar: “La *referencia* más antigua que se tiene del huitlacoche como **algo raro** que crece sobre la mazorca se encuentra en el código Florentino de Bernardino de Sahagún y no existe *referencia* alguna de que **éste** haya sido un elemento especial de reyes prehispánicos, ya que era visto como un producto anormal, no deseable y molesto...”

Señalar la importancia de la redacción de la cápsula informativa resulta necesario, pues el utilizar palabras ambiguas, difíciles de interpretar, que conforman una sintaxis compleja basada en oraciones largas que contiene varias ideas en un párrafo, dificulta el entendimiento de los datos, se aleja de una comunicación radiofónica efectiva .

Después de la cápsula informativa entra en *fade in* un pequeño fragmento de la música protagonista de este programa, la cual perdura por 20 segundos. La duración del tercer bloque es de 10 minutos con 48 segundos.

Al regreso de la pausa entra un fragmento de una pieza musical del género disco durante 15 segundos, después interviene un invitado más del programa, de quien no se había hablado hasta ese momento; el profesor Sebastián Flores Farfán, quien es el cronista de la delegación Xochimilco, según la conductora Angélica.

Esta participación puede ser un elemento sorpresa para los radioescuchas, lo cual puede producir entusiasmo, aumentar el ritmo y dinamismo del programa, sin embargo, también se puede interpretar como un indicio de desorganización que afecta a toda la estructura, pero principalmente al contenido del programa; la información emitida en esta entrevista vía telefónica no aporta gran información, y resta tiempo a la siguiente participación.



Es hasta el minuto cinco con 48 segundos del cuarto bloque que interfiere la participación de Francisco Real Ugalde, estudiante de la Universidad del adulto mayor, quien retoma el tema sobre su experiencia en dicha institución educativa.

La experiencia que comparte el invitado del programa incita a las personas de más de 50 años a permitirse tener la oportunidad de seguir aprendiendo; “Es una oportunidad, que va a ser un placer, al rato van a tener muchos amigos, se van a enamorar de las materias y van a ir cada vez con mayor entusiasmo a continuar con aquello en lo que se han atrasado, van a lograr realizarse. Yo les aconsejo, recomiendo y les invito a acudir a la Universidad de las personas de la tercera edad, no se van a arrepentir.” La voz de Francisco es clara, entusiasta, fuerte, fluida, segura.

Los conductores del programa apresuran la participación de Francisco Real Ugalde para dar inicio a la despedida del programa. El último en tener la palabra es René Villegas, quien de forma entusiasta y amable finaliza el programa: “**Nos vamos** como todos los domingos, recordándoles que **juntos hacemos de las voces en plenitud, palabras con experiencia**, y **nos vamos** con un **aplau**so para el señor Francisco”. Este bloque dura 12 minutos con 18 segundos.

Las palabras en negritas están conjugadas en la primera persona del plural, lo que refuerza la actitud de involucrar a la audiencia al programa. El hablar en esta persona gramatical tanto al inicio como al final de la producción refuerza la idea de la inclusión de los radioescuchas y de los adultos mayores en el espacio radiofónico.

Resultados:

La duración de cada emisión de *Voces en plenitud* es de una hora, lo que exige manejar gran cantidad de información y contenido, además de diversos elementos sonoros que le den dinamismo.

En esta emisión se abordaron diversos temas de diferentes aspectos de la vida de las personas adultas mayores y de individuos de cualquier edad, lo que apela a un programa integral con grandes posibilidades de fomentar una cultura de envejecimiento y vejez activa, a diferencia de los programas analizados con anterioridad que se enfocaron más en el ámbito de la salud.



En específico, este programa abordó una temática central en el tipo de envejecimiento activo; la educación, la preparación personal tan necesaria en la etapa de la vejez, en el proceso del envejecimiento y en cualquier etapa de la vida humana, porque incentiva la inclusión social, la capacidad de participación, de responsabilidad; exalta a la educación como un derecho que no se debe de limitar en ningún momento. No obstante, este tema estuvo de manera intermitente durante todo el programa, lo que dificulta condensar y procesar dicha información.

Ya que durante todo el programa hubo inserciones muy cortas sobre el tema de la educación, incluso se retomó una entrevista que se interrumpió en dos ocasiones, por lo que se repitió la información.

La estructura del programa no permite aprovechar todos los elementos de información que se emiten, ocasiona que se desperdicie tiempo y espacio, produce redundancias, que no se aproveche de manera adecuada a los invitados, además se podría confundir o cansar al radioescucha. Una estructura más definida haría más eficiente su proceso comunicativo, el objetivo de la serie se cumpliría con mayor efectividad.

En el segundo eje de este análisis se hizo especial énfasis en el tiempo de las intervenciones de los participantes, así como de la música transmitida, con el fin de resaltar el desorden mencionado respecto a la estructura de esta emisión.

Los escasos géneros radiofónicos que se emplean, si tomamos en cuenta la duración del programa, reflejan esa estructura indefinida, espontánea y desordenada de *Voces en plenitud*.

Una estructura desordenada de cualquier producto audiovisual demuestra que el proceso de pre-producción (realización de escaleta, guion, redacción de cápsulas) está descuidada, lo que aminora su calidad. Esta característica no corresponde a un modelo de servicio público radiofónico.

De manera colateral al descuido de la escaleta de este programa se desarrolla el diseño sonoro de su producción, el cual es muy sencillo; emplean un lenguaje radiofónico básico; se respeta el *fade in* y *fade out*, se utilizan las mismas cortinillas al iniciar y finalizar el programa, así como en las interrupciones entre bloque, pero en algunos momentos se escucha plana la emisión, lo que lo hace



menos atractivo y menos eficaz al obtener nuevos radioescuchas, sobre todo los que están acostumbrados a mayor dinamismo sonoro, que generalmente responde a un sector poblacional joven e infante.

Si hablamos de la importancia de fomentar una cultura de un envejecimiento y vejez activa a nivel intergeneracional, una producción sonora descuidada se aleja de ese objetivo.

Respecto a la participación de los conductores, ésta es adecuada y muy eficaz; ambos utilizan un lenguaje claro, sencillo, generan un ambiente de confianza, amabilidad, de respeto.

Durante el análisis se hizo énfasis en la edad de las voces porque éstas definen al target o público objetivo del programa radiofónico, entonces, si las voces de ambos se escuchan como de personas en edad media de vida, la apertura a un auditorio más amplio (jóvenes, adultos jóvenes, adultos mayores) es mayor.

Las intervenciones del conductor René Villegas logran recordar el concepto fundamental del programa, así como su objetivo, además, se percibe gran apertura a la libertad de expresión y de intenciones de contacto con el auditorio, porque aunque el programa es grabado con antelación a su emisión, lo que genera inconvenientes para tener mayor cercanía con el auditorio, los conductores incitan a los radioescuchas a participar de manera activa en éste, como sucedió con Francisco Real Ugalde, quien fue invitado del programa.

No obstante, si el programa fuera transmitido en vivo aumentaría la interacción y comunicación con el auditorio, lo que responde a un modelo de radio de servicio público, y que resulta escaso en una de las emisoras más apegadas a este modelo, como lo es Radio Ciudadana, aunque es claro que los canales de comunicación, pese a que es un programa grabado, están abiertos.

En suma, Voces en plenitud es un programa clave para fomentar una cultura de la vejez y del envejecimiento activo, pues se preocupa por abarcar diversos temas de interés de los radioescuchas, sin embargo es necesario cuidar más aspectos de producción y de estructura para aprovechar de mejor manera el espacio brindado por el IMER, aunque también es necesario que se brinde un apoyo mayor en cuanto a espacios radiofónicos y económicos para fomentar de manera

4- Análisis de contenido de los programas de radio “Por la vereda”
y “Voces en plenitud”, del IMER



más eficiente esta cultura de envejecimiento y vejez que beneficie a toda la sociedad.

Conclusiones

El aumento acelerado de personas adultas mayores en nuestro país exige contemplar herramientas comunicacionales que contribuyan a erradicar la idea negativa, perjudicial, del envejecimiento y fomenten una cultura de envejecimiento y vejez activa.

Bajo la parcela de esta idea es que se desarrolló este trabajo, que poco a poco fue delimitándose; desde que se definió el medio comunicacional, el modelo de medios, el grupo radiofónico, las series radiofónicas y los programas específicos que se analizaron.

Este texto giró en torno a dos temas; las radio de servicio público y el envejecimiento activo, los cuales pueden ser abordados desde diferentes enfoques, disciplinas y miradas, por lo que durante el proceso de redacción y ejecución de este proyecto se presentaron varios cambios; se integró una pregunta y otros objetivos que lo guiaron, se definió y construyó poco a poco el objeto de estudio.

Para saber ***¿cómo la radio de servicio público en el Distrito Federal fomenta una cultura del envejecimiento y vejez activa?*** (pregunta eje), fue necesario primero preguntar y contestar ¿qué características guarda esa cultura de envejecimiento y vejez activa en el Distrito Federal? ¿Cuáles son las características y elementos que conforman a las producciones radiofónicas a analizar?

Para responder estas preguntas se desarrollaron cuatro capítulos que componen este texto. En el primero se buscó entender la importancia de los medios de comunicación masiva, específicamente de la radio, en nuestra sociedad. Después, con base en diversos autores, se definieron las características de la radio de servicio público que la hacen ser un medio de comunicación con los elementos necesarios para beneficiar a todos los sectores poblacionales, incluyendo a los adultos mayores. Para entender este modelo de medios fue necesario conocer sus antecedentes, su origen, y también la forma en que ha funcionado en nuestro país, con base en la revisión de las legislaciones de medios que hay, en las modificaciones de las mismas, y con monitoreos de la programación de la radio tanto pública como privada en el Distrito Federal.



Resultó favorable que en este primer capítulo se conocieran los antecedentes del medio de comunicación en el que se centra este proyecto (la radio), así como del modelo comunicacional (de servicio público), para así entender, por medio de un contraste, la forma en que se rigen los medios de comunicación en nuestro país.

En el segundo capítulo se dio un panorama del aumento de la población vieja, con base en estadísticas del INEGI, CONAPO y de otras instituciones internacionales. Al encontrar que este aumento es a nivel mundial, pero que va a una velocidad más alta en países en desarrollo, como el nuestro, se generó mayor interés y preocupación en prever posibles complicaciones, pero también de aprovechar este panorama en diferentes niveles, como el comunicacional, con la inclusión en los medios de comunicación masiva y en el aprovechamiento de un modelo de medios.

Después de reconocer este panorama poblacional, se indaga en cómo es que se presenta la vejez en nuestro país, con base en notas informativas, estadísticas, se encuentra que existe un alto índice de violencia, rechazo y discriminación hacia el sector poblacional de los adultos mayores, pero esto no sólo ocurre en México, los conceptos de viejismo y edadismo se originaron en Estados Unidos ante el rechazo de la vejez y de los prejuicios entorno a la edad. Estos tres primeros apartados del segundo capítulo resultan valiosos para entender la importancia de prestar atención en el tema del envejecimiento y la vejez desde el ámbito de la comunicación y de los medios.

En el último apartado de este capítulo se definió qué se entiende por una cultura de la vejez y envejecimiento activo a partir de conceptos ya establecidos, lo que demarcó los elementos encontrados en los programas de radio analizados.

En el tercer capítulo se describen los pasos que se siguieron desde que se seleccionaron las series radiofónicas y los programas analizados, el objetivo de los análisis, el contexto de los programas de radio analizados, la categorización de los elementos analizados, hasta el antecedente histórico de la técnica empleada en este proyecto, con el fin de conocer todo el proceso que se siguió.

Se presentan dos tablas con los resultados de un monitoreo radiofónico que ayudó a elegir a las series radiofónicas de las que se analizaron los programas en



los primeros párrafos de este tercer capítulo. Estas tablas son el producto de un paso fundamental que se siguió en este proyecto, por lo que su ubicación en este capítulo es necesaria.

Con los resultados de este monitoreo se reconoció que los temas de la vejez y del envejecimiento tienen poca presencia en los medios, y la que existe, la mayoría está cargada de estereotipos y prejuicios referentes a la edad y a la etapa de la vejez. Existen pocos programas de radio que aborden el tema del envejecimiento y de la vejez con el objetivo de informar, pero sobre todo, educar respecto a este proceso y etapa de vida de los seres humanos.

Este capítulo es sustancial en este trabajo, porque es aquí donde se presentan elementos muy importantes que forman parte del contexto, tanto de la técnica de investigación (análisis de contenido), como de los programas de radio analizados, para que en el cuarto capítulo se obtuvieran los resultados a los que se llegaron. Estos datos vertidos en este capítulo inciden y delimitan la interpretación que hace la autora de los elementos analizados.

Resultó fructífera la indagación de los antecedentes de la metodología utilizada y la revisión de los autores más sobresalientes del análisis de contenido, porque se reconoció el peso e incidencia de la metodología cuantitativa en las investigaciones sociales, de cómo un enfoque positivista ha constituido y sido parte del quehacer de disciplinas que exigen una metodología cualitativa, pero ésta ha sido (e incluso aún es) marginada.

Con base en la revisión de los métodos de análisis de contenido de Krippendorff y Bardin y de los antecedentes de estos autores, es como se decidió proponer un modelo específico (Esquema 1) que se siguió en los análisis de contenido realizados en este trabajo. Para conocer y entender este modelo propuesto fue necesario presentar y contrastar los métodos de dichos autores con el que se utilizó.

El cuarto capítulo contiene la respuesta de la pregunta eje que se planteó y que guió esta investigación, la cual fue: ¿Cómo la radio de servicio público en el Distrito Federal fomenta una cultura del envejecimiento y vejez activa? Esta pregunta no busca una respuesta afirmativa, ni negativa, ni explicativa, sólo



descriptiva, que corresponde a un primer nivel (exploratorio-descriptivo) de investigación.

La respuesta es el análisis desglosado de cada programa analizado, pues en éste se presenta la estructura de los programas de radio, los temas que abordan, las palabras que emplean, y otras características específicas de producción radiofónica que nos permiten conocer los elementos que conforman a estos programas producidos por una radiodifusora que se rige por un modelo de medio público (con base en la interpretación de la autora).

Cabe señalar que con base en la pesquisa y definiciones de los conceptos de vejez y envejecimiento activo, así como de las características de la radio de servicio público que se señalaron tanto en el primer capítulo como en el segundo, se definieron 16 elementos que se consideran necesarios en un programa de radio que tenga como objetivo fomentar una cultura en la que se erradiquen los estereotipos y prejuicios de la vejez, que sea inclusiva, que fomente el respeto hacia los adultos mayores.

Estos elementos corresponden tanto a la estructura de un programa de radio como a su contenido y realización. A partir de la definición de estos elementos surgieron cuatro propuestas, las cuales son antecedidas por un asterisco:

- 1- Información respecto a la salud física y emocional
- 2- Incentivar el autocuidado, la responsabilidad personal
- 3- Apertura a oportunidades educativas y personales
- 4- Incentivar la participación social
- 5- Interacción con el auditorio a través de un contacto telefónico, correo electrónico, redes sociales digitales, eventos sociales, etc.
- 6- Comunicación cercana, respetuosa e incluyente
- 7- Lenguaje sencillo
- 8- Equidad de género
- 9- Evitar sentimientos de exclusividad
- 10- Evitar expresiones compasivas o infantiles
- 11- Estructura del programa



12- Esteticidad radiofónica (empleo de elementos sonoros acordes al contenido, entradas y salidas suavizadas, volumen adecuado)

Propuestas:

*13- Entretenimiento

*14- Hacer hincapié en derechos de los adultos mayores, en las leyes y programas que los amparan

*15- Compartir experiencias saludables de personas en envejecimiento que motiven a otras.

*16- Incentivar relaciones intergeneracionales

Cabe resaltar que aunque estas propuestas y elementos definidos se desbordan de la pregunta eje y de los objetivos planteados (Pregunta eje: ¿Cómo la radio de servicio público fomenta una cultura de la vejez y el envejecimiento activo en el Distrito Federal? Objetivo 1: Conocer cómo estas producciones radiofónicas fomentan una cultura de la vejez y del envejecimiento activo. Objetivo 1.2: Conocer qué elementos conforman a estos programas. Objetivo 2: Conocer las características que guarda esa cultura de envejecimiento y vejez activa en el Distrito Federal. Objetivo 3: Conocer los cambios que presentan los dos programas de radio analizados pertenecientes a la misma serie radiofónica en un lapso de siete años), responden a otro cuestionamiento que se originó de los planteados en un principio, y que a su vez deja más cuestionamientos por resolver.

Fue de utilidad definir estos elementos que pueden contribuir a fomentar una cultura de la vejez y del envejecimiento activo en algún producto radiofónico que tenga ese interés, que, si bien, el proponer estos elementos no significa que garantizan resultados y que éstos no son modificados, irremplazables e inquebrantables, son un acercamiento que se dio con base en un proceso de investigación, de indagación y de un proceso cognitivo realizado por la autora de este trabajo, y que, con ese respaldo, es más próximo a tener resultados eficaces.

Siguiendo con el análisis del contenido del cuarto capítulo; en éste se presentaron dos tablas donde se condensa la interpretación de los elementos analizados de los programas de radio y que corresponden a los elementos definidos



con anterioridad. Con estas tablas se puede hacer una revisión rápida de las características de cada programa analizado, lo que resulta práctico para su revisión.

En suma, el proceso de este proyecto fue largo, paulatino y en constante cambio casi hasta el final de su redacción. Los dos temas ejes que rodearon este texto (envejecimiento y radio pública) son muy complejos, extensos, con muchas aristas que abordar, por lo que, en primera instancia, fue necesario definir un enfoque de partida, una metodología y una técnica de investigación que correspondieran al enfoque y a la pregunta eje y objetivos. Ese proceso fue lento, pero determinante para seguir avanzando.

La estructura de este texto exigió abarcar varios tópicos (antecedentes de la radio de servicio público, la incidencia de los medios de comunicación masiva en nuestra sociedad, breve recorrido de la legislación de los medios en nuestro país, violencia, discriminación y abandono en la vejez, viejismo, edadismo) para tener un mejor entendimiento de los temas principales y poder llegar a los objetivos planteados. Estos subtemas abordados conformaron los antecedentes y contexto tanto del análisis de contenido como de la técnica de investigación empleada.

Los resultados a los que se llegaron fueron satisfactorios porque se logró responder a la pregunta eje que se planteó al inicio del proyecto, no obstante, es necesario recalcar que en el cuarto capítulo se abarcó un punto no planteado con anterioridad (la definición de los elementos y propuestas), lo que podría parecer para algunos como un desvío o una errata del proyecto, no obstante, para el texto resulta fructífero porque da pie a otros cuestionamientos, a continuar trabajando con este tema pero desde otro enfoque; desde el quehacer radiofónico, o incluso algún otro.

Es necesario mencionar que uno de los impedimentos que hizo lento el proceso de realización de este proyecto fue que en un principio había el interés en hacer una propuesta radiofónica dirigida a los adultos mayores. Fue interesante observar cómo poco a poco el texto fue adoptando su propia forma, se fue alejando de la parte técnica y de la realización, y se concentró en la parte teórica, en el preámbulo de la ejecución de ese proyecto.



Las propuestas y definiciones de los 16 elementos (aunque salen de la pregunta eje, como ya se mencionó con anterioridad) siguen el hilo conductor que dio pie a este proyecto, y con el que puede continuar; la realización de un programa de radio dirigido a los adultos mayores que fomente una cultura de la vejez y el envejecimiento activo.

Este tema de tesis fue presentado en el Congreso Internacional Interdisciplinario de Vejez y Envejecimiento en junio del 2015, lo cual resultó muy fructífero, porque por primera vez surgieron preguntas de personas ajenas al documento, lo que contribuyó a afinar puntos abordados en el presente trabajo y a plantear otras preguntas.

Uno de los participantes de ese congreso preguntó si estos 16 elementos propuestos podrían aplicarse fuera del medio radiofónico, por ejemplo en un aula de primaria. Otro cuestionamiento giró entorno al enfoque hermenéutico de este texto. Fue interesante observar cómo una de las sinodales de este proyecto también presentó cuestionamientos referentes a este punto, por lo que fue preciso trabajar en una explicación más detallada sobre este enfoque, lo que permitió tener más argumentos y claridad que reforzaron este tópico.

En suma, sólo queda hacer énfasis en la importancia de informarnos, reflexionar, educarnos respecto a los temas de envejecimiento y vejez para que poco a poco se erradiquen los estereotipos, prejuicios, violencia y discriminación hacia un sector poblacional que va en aumento, además de acercarnos e informarnos sobre los medios públicos, que tienen grandes alcances como medios, aunque cada vez se alejan más del ámbito tradicional y se acercan a la Internet, lo que abre otra vertiente y muchos cuestionamientos respecto a este modelo y a su papel en los medios digitales

Uno de los principales retos a enfrentar en esta transición a la longevidad social respecto a los medios de comunicación masiva es derrocar la gran dicotomía entre el entretenimiento, la culturalización y la educación, enalteciendo los derechos de las audiencias, de los ciudadanos, de la diversidad de personas en nuestra sociedad, reconociendo sus necesidades y sus aportes.

Bibliografía

- Abbagnano Nicola. *Diccionario de Filosofía*. FCE. México, 1963, 1986, 1998.
- Alva de la Selva Alma Rosa. *Sociedad y medios electrónicos en México. Propuestas sociales. Los medios electrónicos en el marco de la Reforma del Estado en México*. Fundación Konrad Adenauer. México, 2002.
- Ávalos Pérez Rosaura. *La ciudad ve a sus viejos*. Ciudades 78, abril-junio de 2008, RNIU, Puebla, México.
- Ayala Blanco Fernando. *Reflexiones sobre hermenéutica, arte y poder*. UNAM, FCPyS. México, D.F., 2014.
- Bardin Laurence. *Análisis de contenido*. Ed. Akal. Madrid. 1986, 1996, 2002.
- Beuchot Mauricio. *Hermenéutica, lenguaje e inconsciente*. Universidad Autónoma de Puebla. México.
- Cuadrado Toni. *La enseñanza que no se ve, educación informal en el siglo XXI*. Narcea S.A. De Ediciones. Madrid, España, 2008.
- Díaz Martínez Alejandro, Esteban Jiménez Ramón. *Violencia hacia los ancianos. Latinoamérica envejece. Visión Gerontológica/geriátrica*. Ed. McGrawHill. Mexico, 2007.
- Fraga Gabino. *Derecho Administrativo*. Ed. Porrúa. 2000. 40º Edición.
- Giraldo Rodríguez Liliana. *El maltrato de las personas de edad. Envejecimiento y salud*. INGER, UNAM. México, 2011.
- Gutiérrez y González Ernesto. *Derecho administrativo y Derecho administrativo al estilo mexicano*. México. 2003.
- Kaplún Mario. *Producción de programas de radio. El guión, la realización*. Ed. Cromocolor. Ciespal, Quito. Segunda reimpresión, Mayo 1994.
- Krippendorff Klaus. *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Ed. Paidós. Barcelona, 1997.
- Lewis M. Peter. Booth Jerry. *El medio invisible: radio pública, privada, comercial y comunitaria*. Paidós. Ibérica, 1992.
- Lozano Dávila María, Lara Esqueda Agustín. *Transición demográfica en México. Latinoamérica envejece. Visión gerontológica/geriátrica*. Ed. McGrawHill. México, 2007.
- Martínez Maldonado María de la Luz. *Prejuicios y estereotipos de la vejez; viejismo. Envejecimiento activo y saludable*. UNAM, FES Zaragoza. México, 2013.



- Martínez Matías Graciela. *La radio pública, más allá de una radio de gobierno, planteamiento de un modelo de radio de servicio público mexicano*. UNAM. 2007.
- Mendoza Núñez Víctor, Martínez Maldonado María de la Luz. *Envejecimiento activo y saludable, fundamentos y estrategias desde la gerontología comunitaria. Envejecimiento activo*. UNAM FES Zaragoza, México. Noviembre, 2013.
- Mendoza Núñez Víctor Manuel, Martínez Maldonado María de la Luz. *Modelo de envejecimiento activo para el desarrollo. Envejecimiento y salud, una propuesta para un plan de acción integral gerontológico*. UNAM, INGER, 2012.
- Ortega Ramírez Patricia. *Medios públicos y tiempos de Estado. Los medios electrónicos en el marco de la Reforma del Estado de México*. Ed. Fundación Konrad Adenauer. México, 2002.
- Montes de Oca Zavala Verónica. *La vejez y el envejecimiento: definiciones desde las diferentes disciplinas*. Pensar la vejez y el envejecimiento en el México contemporáneo. Renglon. Revista arbitrada en Ciencias Sociales y Humanidades. Núm. 62. ITESO. Guadalajara, México. Marzo-agosto, 2010.
- Revista Mexicana de Comunicación: *El servicio público de radio y TV*. Revista Mexicana de Comunicación (RMC). Fundación Manuel Buendía.
- Robledo Luis Miguel, Gutiérrez Ávila Jesús Héctor. *Biología de envejecimiento. Perspectivas para el desarrollo de la investigación sobre el envejecimiento y la gerontología en México*. INGER. México, 2010.
- Sosa Plata Gabriel. *Cobertura de la Radio*. Revista Mexicana de Comunicación. Septiembre-Octubre 2002.
- Toussaint Florence. *El impacto de los medios en la educación y cultura*. UNAM. México, 2010.
- Villamil Jenaro. *La ley secundaria, un proyecto represor del Estado*. Proceso. México, 9 de marzo 2014.
- Wright Mills Charles. *La imaginación sociológica*. FCE. México, 1995.
- Young Kimball. *La opinión pública y la propaganda*. Ed. Paidós. México, 1986.

Medios digitales

- Adolfo Bécquer Gustavo. Rima LXVII. Ciudad Seva. Consultado en agosto del 2014 <http://www.ciudadseva.com/textos/poesia/esp/becquer/rimyley/67.htm>



- Asociación de radio del Valle de México. *Use la radio*. Consultado en mayo del 2013 en <http://laradioenmexico.mx/description/use-la-radio/>
- Cámara de Diputados. H. Congreso de la Unión. Consultado en febrero del 2014. <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/118.pdf>
- Casal Jordi y Mateu Enric. *Tipos de muestreo*. Universidad Autónoma de Barcelona. Consultado en julio del 2015 en: [http://www.mat.uson.mx/~ftapia/Lecturas%20Adicionales%20\(C%C3%B3mo%20dise%C3%B1ar%20una%20encuesta\)/TiposMuestreo1.pdf](http://www.mat.uson.mx/~ftapia/Lecturas%20Adicionales%20(C%C3%B3mo%20dise%C3%B1ar%20una%20encuesta)/TiposMuestreo1.pdf)
- Castillejos Evelyn. *16 puntos que debemos escuchar sobre la Radio actual en México*. Merca2.0. Consultado en febrero 2014 <http://www.merca20.com/16-puntos-que-debemos-escuchar-sobre-la-radio-en-mexico/>.
- Castro Dolores. *Radio y transformación*. Centro Virtual Cervantes. Congreso de Zacatecas. Consultado en mayo del 2013 en <http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/zacatecas/radio/comunicaciones/castro.htm>
- Cebrián Mariano. *El servicio público de radio y TV*. Revista Mexicana de Comunicación n(RMC). Fundación Manuel Buendía. México, 2005. Sustraído de <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2005/05/07/el-servicio-publico-de-radio-y-tv/>
- CEPAL. Consultado en julio del 2014 <http://www.cepal.org/cgi-bin/getprod.asp?xml=/ofilac/noticias/paginas/2/42022/P42022.xml&xsl=/ofilac/tpl/p18f.xsl&base=/ofilac/tpl/top-bottom.xsl>
- CONACULTA. *Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumo Culturales*. Del 2010. Consultada el 12 de marzo del 2014 http://www.conaculta.gob.mx/encuesta_nacional/
- Contreras Nieto Miguel Ángel. *Las Organizaciones No Gubernamentales*. Consultado en febrero 2014 <http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/derhum/cont/28/pr/pr32.pdf>.
- Cruz Vargas Juan Carlos. *México sigue con estatus de país subdesarrollado: Coparmex*. Publicado el 30 de mayo del 2011. Consultado en mayo del 2013 <http://www.proceso.com.mx/?p=271281>
- Consultoría Fiscal. Derecho administrativo. Consultado en septiembre del 2013. <http://www.consulta-fiscal.com/derecho-administrativo/>
- Coordinación de Universidad Abierta y Educación a Distancia (CUAED), Instituto Nacional de Geriatria (INGER), Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). *Revoluciones de la longevidad. (2013) M. U. "Discriminación por edad"*. Enviado por Mirador el 10/08/2013 - 13:17 <http://mediacampus.cuaed.unam.mx/node/4017>
- Diccionario de la Real Academia Española. Consultado en junio del 2013 en <http://lema.rae.es/drae/?val=fomentar>



- DRAE. Diccionario de la Real Academia Española. Consultado en diciembre del 2013. <http://lema.rae.es/drae/?val=educacion>
- El Año Europeo del Envejecimiento Activo y de la Solidaridad Intergeneracional 2012. *Qué es el envejecimiento activo*. Consultado en diciembre del 2013. <http://www.envejecimientoactivo2012.net/Menu29.aspx>
- *El cumpleaños de la Maestra Canuta*. 17 de abril del 2012. Youtube. Consultado en mayo del 2014. <http://www.youtube.com/watch?v=doX57zAH-Bs>
- *El tata en La hora pico*. 1 de abril del 2010. Youtube. Consultado en mayo del 2014 <http://www.youtube.com/watch?v=SfVPRAfzvbQ>
- Estrada Cortés Julio, Lizárraga Bernal Alfonso. *El análisis de contenido*. Consultado el 21 de junio del 2014. http://docencia.izt.uam.mx/egt/publicaciones/libros/Hacia/Parte2_Capitulo3.pdf
- Fonoteca Nacional. *Misión y Visión*. Consultado en noviembre del 2014 <http://www.fonotecanacional.gob.mx/index.php/fonoteca-nacional/mision-vision>
- Gilly Adolfo. *Porque Atenco no se olvida*. La Jornada. Consultado en marzo del 2014. <http://www.jornada.unam.mx/2012/06/07/opinion/014a1pol>
- Green Peace. Consultado en septiembre del 2013. <http://www.greenpeace.org/mexico/es/Quienes-somos/Tu-organizacion-hoy/>
- Instituto para la Atención de los Adultos Mayores en el D.F. (IAAM). Consultado el 1 de octubre de 2013. <http://www.iaam.df.gob.mx/documentos/quienes.html>
- Instituto Mexicano de la Radio (IMER). *Acerca del IMER*. Consultado en julio del 2014. <http://imer.gob.mx/imerdigital/acercaimer.html>
- Instituto Mexicano de la radio (IMER). *Misión y Visión*. Consultado en julio del 2014 <http://www.imer.mx/que-es-el-imer/mision-y-vision/>
- Instituto Mexicano de la radio (IMER). *Por la vereda*. Consultado en septiembre del 2014 <http://www.imer.mx/programas/por-la-vereda/>
- Instituto Mexicano de la radio (IMER). *Quienes somos*. Consultado en septiembre de 2014 <http://www.imer.mx/que-es-el-imer/quienes-somos/>
- Instituto Mexicano de la radio (IMER). *Radio Ciudadana*. Consultado en septiembre de 2014 <http://www.imer.mx/radiociudadana/conocenos/>
- Instituto Mexicano de la radio (IMER). *Voces en plenitud*. Consultado en julio de 2014 <http://www.imer.mx/radiociudadana/programas/voces-en-plenitud/>



- Instituto Mexicano de la Juventud (IMJUVE). Consulta de tendencias juveniles. México, 2013. <http://www.jovenes.df.gob.mx/Consulta.pdf>
- Instituto Nacional de Administración Pública (INAP). Consultado en junio del 2013. <http://www.inap.org.mx/portal/images/RAP/derecho%20administrativo.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). *Cuéntame. Asistencia escolar*. Consultado en diciembre del 2013. <http://cuentame.inegi.org.mx/poblacion/asistencia.aspx?tema=P>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). *Día Internacional de las Personas de Edad*. INGER. Aguascalientes, 2012. <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/Contenidos/estadisticas/2013/adultos0.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). *Estadísticas a propósito del día internacional de las personas de edad*. Publicado en octubre del 2013. <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/Contenidos/estadisticas/2013/adultos0.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Estadísticas a propósito del día mundial de internet. Consultado en diciembre del 2013 <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/Contenidos/estadisticas/2013/internet0.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). *Panorama sociodemográfico de Distrito Federal*. México, 2011. http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/poblacion/2010/panora_socio/df/panorama_df.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). *Conociendo...nos todos*. Publicada en marzo del 2011 <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/contenidos/Articulos/sociodemograficas/mexico-jovenes.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), Instituto Nacional de Geriátría (INGER), Estudio Nacional de Salud y Envejecimiento en México (ENASEM). *Estudio Nacional de Salud y Envejecimiento en México. Nota técnica*. México, 2013. Consultado en julio del 2014. <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/Boletines/Boletin/Comunicados/Especiales/2013/septiembre/comunica14.pdf>
- Integración del Sistema Estatal de Televisión, Imevisión, y lanzamiento de los satélites "Morelos". Consultado en marzo del 2013 en <http://www.mmh.org.mx/nav/node/401>



-Invet Pilar. *El abandono de personas ancianas es una violencia*. Consultado en <http://www.salud180.com/adultos-mayores/el-abandono-de-personas-ancianas-es-una-violencia> el 17 de octubre del 2013.

- Madina Luis. *Medios Públicos*. Consultado el 6 de junio del 2013 <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/5/2404/19.pdf>

- Marenales Emilio. *Educación Formal, No Formal e Informal*. EDITORIAL AULA. 1996. Consultado en marzo del 2014. <http://www.inau.gub.uy/biblioteca/eduformal.pdf>

- Mejía Barquera Fernando. *Departamento autónomo de prensa y publicidad (1937-1939)*. Wikicomunicacion. Consultado en septiembre del 2013. <http://wikicomunicacion.org/1/departamento-autonomo-de-prensa-y-publicidad-1937-1939-2/>.

- Mendoza Palacios Rudy. Piura. Perú, 2006. Consultado en enero del 2015 <https://www.prospera.gob.mx/Portal/work/sites/Web/resources/ArchivoContent/1351/Investigacion%20cualitativa%20y%20cuantitativa.pdf>

-Montalvo Tania L. *La base del juicio de inconformidad de López Obrador*. CNN México. 13 de julio de 2012. Consultado en marzo del 2014 en <http://mexico.cnn.com/nacional/2012/07/13/rebase-de-tope-de-gasto-de-campana>

- Moreno Toledo Ángel. *Viejismo (ageism). Percepciones de la población*

acerca de la tercera edad: Estereotipos, actitudes e implicaciones sociales. Revista Electrónica de Psicología Social «Poiésis» Junio de 2010. ISSN 1692-0945. N° 19

<https://www.google.com.mx/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CB4QFiAA&url=http%3A%2F%2Fwww.funlam.edu.co%2Frevistas%2Findex.php%2Fpoiesis%2Farticle%2Fdownload%2F101%2F75&ei=5yPSVOiZC4uyyQTPj4GICQ&usg=AFQjCNGLAZI5pLskJcyk1VDqZyqGpd1fQ>

- Nava Negrete Alfonso. *Estudios administrativos*. 2009. Consultado en febrero del 2014, en: <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/6/2688/10.pdf>

-Navarrete Alejandro. *Televisa y Peña Nieto, una relación transexenal (Análisis)*.

5/30/2012 09:43:00 a. m. Medios y Ciudadanos. Consultado en marzo del 2014 en <http://www.mediosyciudadanos.com/2012/05/televisa-y-pena-nieto-una-relacion.html>

- *La hora pico. Clara y Ema. Los novios*. 28 de junio del 2010. Youtube. Consultado en mayo del 2014. <http://www.youtube.com/watch?v=CU11xSttKig>

- Ley Federal de Radio y Televisión. Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. Secretaría General. Secretaría de Servicios Parlamentarios. Última Reforma DOF 09-04-2012. Consultado en julio del 2014. http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/abro/lfrt/LFRT_abro.pdf



- Olalla Cernuda. *El día que los marcianos cambiaron la historia de la radio*. El MundoEs. Publicado el 29 de junio del 2005. Consultado en marzo del 2014. <http://www.elmundo.es/elmundo/2005/06/27/comunicacion/1119887341.html>
- OMS. Organización Mundial de la Salud. *Envejecimiento y ciclo de vida*. Consultado en abril, 2013 http://www.who.int/ageing/events/idop_rationale/es/
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y las Tecnologías. *La radio y televisión pública. ¿Por qué? ¿Cómo? Consejo mundial de la radio y televisión de Canadá*, 2001. Consultado el 3 de junio del 2013 <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001240/124058so.pdf>
- Ortega Ramírez Patricia, Esteinou Madrid Javier. *Relatoria mesa no. 2: Medios públicos y comunitarios*. Asociación Mexicana del Derecho a la Información (AMEDI). Encuentro Nacional por la Diversidad y la Calidad en los medios de comunicación. Consultado en marzo del 2014 en <http://www.amedi.org.mx/encuentro/doctos/relatorias/Mesa2.pdf>
- Pilar Invet. *El abandono de personas ancianas es una violencia*. Consultado el 17 de octubre del 2013. <http://www.salud180.com/adultos-mayores/el-abandono-de-personas-ancianas-es-una-violencia>
- Poder Ejecutivo. Secretaría de Gobernación. (Primera Sección) Diario Oficial, publicado el martes 11 de junio de 2013. Consultado en julio del 2014. [http://www.sct.gob.mx/fileadmin/GITS/Telecommunications Reform Spanish.pdf](http://www.sct.gob.mx/fileadmin/GITS/Telecommunications_Reform_Spanish.pdf)
- Presidencia de la República. *6 ejes de la reforma en telecomunicaciones*. Consultado el 30 de marzo del 2014 en <http://www.presidencia.gob.mx/6-ejes-de-la-reforma-en-telecomunicaciones/>
- Reherrmann Carlos. *Guerras de los mundos*. Consultado en febrero del 2014. <http://www.henciclopedia.org.uy/autores/Reherrmann/Guerrasdelosmundos.htm>
- R.N. Butler, *Why Survive? Being Old in America* (New York: Harper & Row, 1975). Citado por INMERSO. Ageism in América. 2009, Madrid. Consultado en abril del 2014. <http://www.ageismhurts.org/what-is-ageism>
- Robles Humberto. *Atenco: Un caso de terrorismo de Estado*. Papeles de relaciones ecosociales y cambio global. No 112 2010/11. Consultado en marzo del 2014. [https://www.fuhem.es/media/cdv/file/biblioteca/Conflictos socioecologicos/Especial- WEB/Atenco H ROBLES.pdf](https://www.fuhem.es/media/cdv/file/biblioteca/Conflictos_socioecologicos/Especial-WEB/Atenco_H_ROBLES.pdf)
- Rubí Mauricio. *Concesión única tendrá vigencia de hasta 30 años*. El Economista. 21 de marzo del 2014, en <http://eleconomista.com.mx/industrias/2014/03/21/concesion-unicatendra-vigencia-hasta-30-anos>.
- Simón Angélica, El Universal. *Aumenta el número de ancianos en abandono*. Publicado el 6 de abril del 2007. Consultado en abril 30 del 2013. <http://www.eluniversal.com.mx/ciudad/83525.html>



- Sosa Plata Gabriel. El Universal. *Día Mundial de la Radio. Cifras sobre México*. Publicado el 12 de febrero del 2013. Consultado el 12 de marzo del 2014
http://blogs.eluniversal.com.mx/weblogs_detalle17854.html
 - The Free Dictionary, By Farlex. Consultado el 4 de junio del 2013
<http://es.thefreedictionary.com/gobierno>.
 - UNESCO. *Aprender a ser*. Ed. Alianza. Madrid, 1973. Consultado en mayo del 2013.
<http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001329/132984s.pdf>
 - UNESCO. Consultado el 6 de junio del 2013
<http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001240/124058so.pdf>.
- UNFPA, Fondo de Población de las Naciones Unidas. *Estado de la Población Mundial 2011*. Capítulo 1. Consultado en diciembre del 2013
http://foweb.unfpa.org/SWP2011/reports/SP-SWOP2011_Final.pdf

Fuentes de información

- De Mora Juan Miguel. *Ciclo de conferencias Hermenéutica Latinoamericana*. UPN. México. Youtube. Consultado en junio 2015 en
<https://www.youtube.com/watch?v=AFIn9Yu32wE&app=desktop>
- Esteinou Madrid Javier. *Estado y radio pública. Primer curso radiofónico IMER: Todo sobre la radio*. IMER, México, 2010. Cuarta emisión.
- Fernández Fátima. *Radio pública y sociedad. Primer curso radiofónico IMER: Todo sobre la radio*. IMER, México, 2010.
- Instituto Mexicano de la Radio (IMER). Departamento de Fonoteca de Concentración. Facilitó información Patricia Montaña Ercambrack. Julio del 2014.