


UNIVERSIDAD NACIONAL DE CORDOBA
FACULTAD DE CIENCIAS MEDICAS
ENCUENTRO DE FORMADORES DE ADULTOS MAYORES

**“ MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL
Y EL ADULTO MAYOR”
UNA EXPERIENCIA EN EL PUAM**

Lic. Mgter. Ruben A. Castro Toschi

Córdoba, noviembre de 2004.-

INTRODUCCION:

Cuando se celebró la Asamblea Mundial del Envejecimiento (Congreso Internacional de Viena) en 1982, la mayoría de las personas de edad vivían en el mundo desarrollado; en menos de tres decenios tres cuartas partes de ellas estarán viviendo en países en desarrollo.

El proceso de envejecimiento poblacional, que se produjo en los países desarrollados, se está dando ahora en los países en desarrollo, en condiciones muy diferentes a las que se desarrolló en los primeros.

Mientras aquellos, envejecieron gradualmente durante todo un siglo, los otros, lo están haciendo en menos de 30 años. El mundo desarrollado era rico cuando envejeció, en cambio, nuestros países están envejeciendo en pobreza.

Debemos tener en cuenta que siendo la expectativa de vida mayor en la actualidad tenemos la obligación de crear y mejorar las situaciones por las cuales los adultos mayores están pasando, promoviendo todo aquello que sea de mayor accesibilidad para este sector, muchas veces dejado de lado.

La prevención es el pilar fundamental en todas las situaciones y más aún en las de crisis como las que transita el país junto con la promoción, hay que apuntalar a los lineamientos para mejorar las expectativas y calidad de vida de nuestros ancianos.

Es previsible la importancia de los medios de comunicación y su influencia sobre las personas, ya que ellos modifican sus modales de vida, sus elecciones, sus costumbres, el consumo y la formación de opinión pública.

DESARROLLO

Hoy los medios de comunicación constituyen una herramienta persuasiva que nos permiten mantenernos en continua comunicación con los distintos sucesos sociales, políticos y económicos tanto a escala nacional como internacional.

Y es precisamente de esos medios donde nuestros adultos mayores se nutren comunicacionalmente, de donde obtienen los mensajes con esa enorme carga de **ruidos disidentes**, de esos ruidos que alteran, confunden, distorsionan o modifican la esencia del mensaje.

Ninguna civilización ha sido tan ruidosa como esta, y pensar que en otros tiempos el silencio fue condición necesaria para alcanzar lo que fue considerado como la más alta cota de la condición humana: la experiencia mística

A esto se le agrega la incorporación de nuevas tecnologías que han modificado la lectura, el modo de vivir y de entender la realidad y la intervención sobre ella. Es la modificación cultural introducida por los nuevos medios de comunicación de masas, lo que provocan las reacciones mas dispares, desde los entusiasmos fervorosos hasta las condenas mas rigurosas pasando por la edad y la salud, los dobles mensajes y los ruidos disidentes entre otras muchas y variadas opciones .

La mediatización tiene la capacidad de hacer llegar los mensajes a largas distancias en forma instantánea, a través de la televisión, la radio, el teléfono, la computadora, el fax o el email, transmitiendo casi simultáneamente datos e informaciones. Esto nos es tan familiar que hasta actuamos con indiferencia ante ellos.

Pero tampoco se debe negar la capacidad de decodificación adecuada de los mensajes por parte de los adultos mayores en ese nuevo entorno

globalizado e inmersos en ruidos disidentes, ya que la misma se puede dar de tres maneras:

- Por un lado puede existir una lectura *dominante hegemónica* donde se interpretan los mensajes de tal manera que se asimilan los valores y opiniones hegemónicas.
- Puede existir una lectura *negociada*, donde el individuo filtra la información de tal manera que el mensaje no se capta tal cual es emitido, pues el receptor obtiene sus propias conclusiones acerca de lo que está percibiendo debido al entorno en el cual se encuentra.
- Existe la lectura *oposicional*, donde el individuo rechaza frontalmente la carga ideológica del mensaje debido a que surge un choque con sus valores, actitudes y procesos cognoscitivos y empíricos.

Podemos acotar entonces que el adulto mayor perceptor, es un sujeto determinado cultural y socialmente, con la capacidad de aceptar, rechazar o modificar los mensajes mediáticos a los que está expuesto, sin olvidar que el entorno influye de manera importante a las percepciones de los mismos.

También es notoria la influencia de las mediaciones ya que nos formulan una apreciación de la realidad, al igual que la apropiación de los mensajes y es por eso que los adultos mayores suelen darles interpretación propia alterando muchas veces su comportamiento.

Se realiza con ello una relación de doble apropiación en la que tanto el adulto como el medio de comunicación juegan un rol muy especial derivada de la capacidad receptiva de los primeros.

Nuestro desafío:

En nuestro análisis planteamos como problema la importancia de recepción de los mensajes y especialmente la confrontación con los ruidos disidentes por parte de los Adultos Mayores, a partir de mensajes concretos como el caso de los medicamentos genéricos.

Para ello, se trabajó la temática enunciada en los cursos que el autor dictó en el (PUAM) Programa Universitario para Adultos Mayores de la Facultad de Ciencias Médicas de la Universidad Nacional de Córdoba a partir del año 1998: Relaciones Públicas, Habilidades Sociales Ceremonial y Protocolo, Programación de Eventos, Periodismo Interactivo

Y el desafío intentado fue, que con la participación activa de los alumnos en las distintas actividades se lograran trabajos de relevancia, teniendo en cuenta que la mayor parte de la información que un adulto mayor recibe hoy es de origen mediático.

El logro fue un espacio de investigación de opinión en un segmento poco considerado con anterioridad, y con la participación de adultos mayores, pudiendo esto servir de base para el desarrollo de proyectos posteriores que busquen áreas específicas con aplicación efectiva.

Algunos logros que para muchos pueden ser solo títulos, son obras fruto del trabajo tesonero:

- “Comunicación para adultos mayores y educación para la salud”
- “Un aporte para la programación en salud y la tercera edad”
- “Educación para la salud en adultos mayores diabéticos”
- Educación para la salud. Prevención de escaras y/úlceras de decúbito”
- Reflexiones, cambios de la vejez y su impacto en el mundo globalizado”
- Ideas para pensar, un aporte desde la gerontología”
- “El mensaje acústico en el adulto mayor”
- “Medios y mensajes de hoy, la publicidad de ayer”
- Prevención de accidentes en el adulto mayor”
- “Nuevos escenarios de la comunicación en el adulto mayor”
- “Percepción de la información en el adulto mayor con relación a medicamentos genéricos”

Córdoba, noviembre de 2004.-