

Imaginarios sociales sobre la vejez en la televisión: análisis de contenidos de series, noticieros, publicidades y films más vistos en la Argentina (2004-2014)

Ernesto Abel Gajardo (UNSE-UNC)

Eje 3: Periodismo, comunicación y medios

Realizar el estudio en torno a cómo la vejez es representada en la televisión, es decir, cómo un segmento poblacional tan heterogéneo y en expansión es personificado en los diferentes géneros televisivos¹, constituye el aporte en sí mismo de este trabajo. Planteamos esto ya que en el campo disciplinar de la Gerontología Social o Psicogerontología abundan ejemplos de lo que se transmite en la televisión sobre la vejez, pero ninguno con la especificidad que aquí nos ocupa. Este vacío sirvió de argumento para estudiar las vejezes a partir de algunas series, noticieros, publicidades, telenovelas y films más vistos en la Argentina en el período 2004-2014.

Si bien la cuestión de la vejez es un concepto que resurgió como consecuencia de las transformaciones demográficas que trajo aparejada la ciencia y la técnica desde la modernidad y acentuada enfáticamente en el siglo XX, incluso a principios de este siglo surgió el campo disciplinar que se ocupa específicamente de su estudio -Gerontología social-. Estudiar la vejez nos podría llevar incluso a etapas tempranas de la historia universal, ya que el envejecimiento es un proceso natural que acompaña al hombre desde que nace hasta que muere, pero como construcción socio-cultural, encontramos en la historia visiones ambivalentes, ya que, dadas las condiciones económicas, sociales, institucionales, religiosas, morales, organizacionales y filosóficas de cada época, podemos percibir diferentes significados sobre la vejez, (De Beauvoir: 2011).

No obstante a lo planteado nuestro interés en anclar el estudio en la televisión fue por el hecho de saber que si bien la tv representa la realidad, también construye realidades que muchas veces no dan cuenta de este colectivo, y sus telespectadores en efecto, podrían “quedarse” con una concepción sesgada de la edad postrera, es decir se podría naturalizar esas construcciones. Sumado a esta necesidad de indagación motivo tal trabajo el saber que las emisiones de los diversos programas no son objetivas, ni tampoco inocuas. Siempre hay intereses que lo acompañan. A la hora de emitir una idea, una imagen, un sonido simultáneamente se están soslayando una multiplicidad de otros discursos, y esto evidentemente no es aleatorio². Es decir tanto los canales de televisión, y en efecto, los diferentes programas que de ellos emerjan, evidentemente le serán fieles a quienes subvencionan sus contenidos, responderán también a lo que demanden sus anunciantes, so pena de perecer.

Diariamente somos testigos del uso indiscriminado que se hace de la violencia, el sexo, programaciones de chimento, construcciones ominosas sobre ciertos grupos sociales y demás, ya que es lo que más vende, lo que más rating otorga.

A propósito de esto resultó preocupante y peligroso percibir que en la actualidad en algunos géneros televisivos se transmitan ciertos estereotipos y estigmas sociales que menoscaban a la condición

¹ Según Gordillo los géneros televisivos son (...) mucho más que un principio de coherencia textual que clasifica los relatos a partir de unos determinados componentes expresivos, ya que se trata de algo que pasa por el texto, más que lo que pasa en el texto. [...] Los géneros, se entienden como sistemas de reglas a las cuales se hace referencia (implícita o explícita) para realizar procesos comunicativos, ya sea desde el punto de vista de la producción o de la recepción” [...]. En este sentido desde el punto de vista que interesa en esta investigación, es decir enfocado desde la producción, el género se entiende como (...) una norma de coherencia textual. Es un principio organizador que va a definir una clase tipificada de discursos. Cebrián (1992:15) considera que "el género se presenta como una forma o modo de configuración textual. Es un conjunto de procedimientos combinados, de reglas de juego, productoras de textos conforme a unas estructuras convencionales, previamente establecidas, reconocidas y desarrolladas reiteradamente durante un tiempo por varios autores". Gordillo (2009: 24-25)

² Al respecto consultar “Sobre la Televisión” de Bourdieu [1996] (1997), estudio que elucida las dependencias económicas y políticas que tienen ciertos programas televisivos, como así también el poder, la posición y las prerrogativas simbólicas que tienen determinados agentes en éste campo de poder

propiamente humana, (De Beauvoir: 2011). Particularmente llamó nuestra atención cómo se condena a vastos grupos de adultos mayores a retirarse a cuarteles de invierno.

Se puede percibir recurrentemente en diversos géneros televisivos las omisiones como así también las burlas que se hacen en torno a los deseos y necesidades que tienen los personajes que representan a los adultos mayores, muchas de ellas justificadas en base a ciertos mitos y creencias que aluden a una concepción negativa de la edad postrera, ya que la asocian con la decrepitud de algunos ancianos, la dependencia de sus familiares, entre otros rasgos nefastos.

A propósito de ello este trabajo se centró en dilucidar cómo los personajes que representan las vejezes eran asimismo representados, destacando sobre todo el lugar que estos ocupaban en el mundo simbólico al cual pertenecían, qué mitos, estereotipos y estigmas sociales operaron a la hora de construir la figura de los adultos mayores. Puntualmente el objetivo general fue el siguiente:

-Describir el imaginario social construido en torno a la vejez en los géneros televisivos (Telenovelas, noticieros, series y algunos de los films y publicidades) que mayor resonancia e impacto tuvieron en los telespectadores argentinos en ésta última década (2004-2014). Y los objetivos específicos fueron:

-Identificar concepciones, juicios clasificatorios y el lugar asignado al adulto mayor en los programas televisivos.

-Reconocer mitos, estereotipos y estigmas sociales sobre los adultos mayores en cada uno de estos géneros televisivos.

-Captar los significados que estuvieron operando a la hora de construir el rol del adulto mayor.

Para responder a tal propósito se requirió como herramienta metodológica el análisis de las imágenes y los discursos que versaban directa o indirectamente sobre la vejez, para luego, en consecuencia, identificar regularidades en cada uno de los géneros televisivos propuestos para su estudio. Es así que luego del análisis y las interpretaciones realizadas se llegó al siguiente resultado que resumidamente se presenta a continuación:

En la sección series se pudo identificar qué programas de origen occidental como es el caso de Los Simpson, se utilizaba a la edad postrera para construir hilaridad en el telespectador, y lo hacían parodiando los rasgos patológicos y deficitarios que padecen algunos adultos mayores, es decir se generalizaban estas características negativas para todo el colectivo. Estas revelaciones confirman la tesis que sostuvo Iacub (2011) con respecto a la descalificación de la capacidad intelectual de los adultos mayores: (...) Uno de los principales ejes de comprensión de la vejez en la actualidad es la descalificación de la capacidad intelectual, hoy referida más específicamente como cognitiva. Una suma de concepciones prejuiciosas y estereotipadas acerca de los adultos mayores suele hacerlos equivaler a sujetos añejados, con exageradas limitaciones a nivel cognitivo que llevan a confundir los cambios normales en la memoria con el deterioro cognitivo, generando muchas veces una generalización de las demencias ante cualquier limitación o problema intelectual.

Esta descalificación promueve tres problemas centrales:

-Produce limitaciones en la posibilidad de autonomía, lo que acarrea internaciones forzadas, exagerados temores acerca de la capacidad de afrontar situaciones o cualquier tipo de actividad que la persona se disponga a realizar.

-Genera una interferencia en las interacciones sociales, ya que media una duda en la capacidad real de juicio, lo que determina que se tomen decisiones prematuras por sobre los sujetos, que no se entablen relaciones en profundidad y que se pueda llegar a anular la voluntad de la persona vieja.

-Induce a que se les oferten y adopten actividades inapropiadas, infantilizantes o poco estimulantes, lo cual, por otro lado, funciona como un mecanismo que consolida dichas creencias. (Iacub: 2011. 74)

No obstante, por otro lado, los programas de cuño oriental tales como Los Caballeros del Zodiaco y Dragón Ball transmitían una imagen de la vejez positiva ya que destacaban la sabiduría y el respeto que detentan los adultos mayores, es decir sus súbditos le profieren gran respeto y estima por los conocimientos que de ellos reciben, sin embargo no podemos dejar pasar y al mismo tiempo constatar lo que también planteara Iacub (2011) en torno a la identidad, ya que se ve a claras cómo estos personajes se encuentran encasillados en los patrones culturales de donde surgen. (...) Al sujeto se lo intenta definir a través de un conjunto de relaciones objetivas ancladas en ciertas formas de poder que lo transforman en alguien que puede ser concebido por un determinado discurso narrativo y que se espera que actúe desde ese campo de dominación, lo cual es otra forma de construir la identidad (Iacub: 2011, pág. 48-50).

Cabe destacar también que la construcción que se hace sobre la vejez desde estas series orientales

contribuyen a reforzar el mito de que por ser viejo uno será sabio.

En la sección noticias la construcción que se hizo de la vejez en el recorte temporal propuesto para su estudio dependía fundamentalmente de quién elaboraba el parte noticioso, es decir que, las acentuaciones tanto positivas como negativas de las características construidas sobre la vejez estaban estrechamente vinculadas a si el canal que cedía su voz era oficialista u opositor. En el caso del primero se resaltaban derechos conseguidos para el colectivo por beneficio de las políticas de inclusión social de manos de la gestión partidista. Sin embargo las noticias devenidas de canales opositores construían al colectivo de adultos mayores como víctima de inseguridad y como sujetos vulnerables. Estas construcciones de parte de cada noticiero resultan de gran preocupación debido a que es un género que representan los hechos acaecidos en la cotidianidad, y no todos sus telespectadores sabrán identificar a qué facción política quiere apoyar o perjudicar la recurrencia de tales noticias.

En la sección publicidades la construcción que se hizo de la vejez estuvo estrechamente vinculado al producto o servicio que se ofrecía, es decir si el servicio estaba destinado para la gente joven se enfatizaba la necesidad de aprovecharlo en el presente, de tal suerte la vejez es utilizada como una etapa en la que ya no tienen sentido muchas cosas puesto que se atraviesa por un tiempo de letargo y de capacidades reducidas, las cuales no le permitirán al individuo proyectar ni aprender nada (Banco Francés). Esta tesis se sostiene con la oferta de productos destinados también a la gente joven (Cafiaspirina), producto que le permitirá a quienes lo consuman aprovechar de las oportunidades que ofrece la juventud en contraposición con las carencias de las mismas provocadas por las patologías propias de la vejez.

No obstante cuando se están queriendo ampliar los destinatarios de determinados productos o servicios (Sprite y Movistar) se apela “la juventud” que todavía pueden tener los adultos mayores al consumir dichos productos o servicios pensados originariamente para la gente joven. Es una forma de estar a la vanguardia. Asimismo se presenta como una manera de sortear el estigma de ser viejo.

Cabe agregar que el género de la publicidad resultó de gran ayuda para identificar los imaginarios sociales que se construyeron sobre la vejez. Se hace énfasis en esto ya que muchos podrían pensar que desde lo que aquí se construye no representa verdaderamente a quiénes están destinados, pensamientos que tienen asidero por la exacerbación de algunas características de los personajes, los cuales son utilizados con el propósito de persuadir al telespectador a que compre o use tal producto o servicio. Sin embargo el género en cuestión resultó de gran relevancia ya que si bien tiene un propósito comercial, detenta al mismo tiempo la particularidad de apelar a lo que ya se cree y sienten las personas en un determinado contexto socio-histórico y a una cultura en particular, (...) la publicidad no puede ser mejor que la sociedad a la que sirve. Con esto podría entenderse que se convierte en un termómetro elocuente de lo que la civilización va creando como forma de vida y su valor de análisis y fuente de información y reflexión, salta a la vista. (Stoffregen: 2011, pág. 4)

Ahora pasando a la sección novelas el lugar que generalmente ocupan los adultos mayores en este género ficcional es secundario, es decir su rol está definido por las ayudas o escollos que los mismos lleven a cabo a sus descendientes, entre ellas ser el sostén principal de la economía familiar y autoridad moral de los sucesos que sean pasibles de juicio. En este sentido se confirma la tesis que sostiene Pinaso (2013) sobre el papel secundario que ocupan los adultos mayores en la pantalla grande (...) “No hay sitio para la gente mayor, o, si lo hay, es en una esquina del plano, sin molestar mucho, y sólo si su presencia contribuye a ese mensaje general e implacable que indica que ‘el mundo es de los jóvenes’. Rara vez un personaje mayor será el protagonista de un film; en todo caso, será un secundario, de mayor o menor importancia, al servicio del personaje principal. (Pinaso: 2013, pág. 7)

Por último, cabe destacar que si bien la imagen construida en torno a la vejez oscila entre una perspectiva tanto positiva como negativa, evidentemente en nuestro caso sucede por la arbitrariedad con la que se ha escogido el corpus, nos da indicios de que en la sociedad y desde el tiempo histórico en el que se ha creado tal producto existe un cuestionamiento sobre los límites y censuras establecidas en otros contextos históricos, con ello nos referimos al caso de “Elsa y Fred”, film en donde se tematiza la sexualidad en la vejez y “El niño de primer grado” donde también se tematiza los límites edadistas para la enseñanza. Imaginarios que no encontraríamos en una época pretérita ya que sería no solamente una quimera sino algo absurdo invertir un recurso tan preciado como es la educación en alguien que ya tiene un pie en el otro mundo.

Por lo tanto y teniendo presente las conclusiones elaboradas en cada género, resulta necesario primero que nada dar continuidad a estudios semejantes que den cuenta de cómo estas construcciones sobre la vejez son percibidas por la audiencia televisiva.

Consideramos relevante e impostergable no solamente no soslayar este tipo de estudios, sino crear las condiciones o los mecanismos que contribuyan a desacralizar al discurso televisivo en sí, debido a que siempre habrá asimetrías en las interpretaciones de los televidentes, que para nuestro caso en estudio la recurrencia de determinadas construcciones en los distintos géneros televisivos estudiados podrían ser perjudiciales, debido a las imágenes nocivas elaboradas en torno a la vejez. Imaginarios que estarían reforzando ciertas representaciones sesgadas que ya circulan en las sociedades y que los grupos etáricos más jóvenes podrían reproducir.

Palabras claves: Televisión-Vejez-Imaginarios Sociales

Bibliografía

- Beavoir, Simone de [1970] (2011:). La Vejez. Editorial Sudamericana/De Bolsillo. 1º Edición- Lugar Editorial Buenos Aires-Argentina.
- Bourdieu, Pierre [1996] (1997): Sobre la Televisión. Editorial Anagrama, Barcelona-España
- Castoriadis, Cornelius. [1975] (2010): La institución imaginaria de la sociedad - Tusquets Editores, Buenos Aires-Argentina.
- Delucca Norma et al (2002): La Transmisión transgeneracional en la familia: su valor y función en la construcción de la subjetividad desde Nuevas Dimensiones del Envejecer. Teorizaciones desde la práctica, UNLP. Buenos Aires-Argentina.
- Gajardo Ernesto Abel (2012): Estereotipos, Comicidad y Estigmas Sociales en torno a la Vejez desde la Televisión. En Revista Tiempo N° 29–ISSN 1668-8935.
- Gómez et al. (2012): Tendencias Actuales de la estructura poblacional en 100 años de trayectoria. La problemática del envejecimiento. En Revista de Población, Estado y Sociedad. Centro de Demografía y Población. Volumen 6, ISSN N° 1850-1265.
- Iacub Ricardo (2007): Erótica y Vejez. Perspectivas de Occidente. Editorial Paidós. Buenos Aires-Argentina.
- (2011) Identidad y Envejecimiento. Editorial Paidós. Buenos Aires-Argentina.
- .López Enrique Fernández (1998). Psicología de la Vejez. Ediciones Adhara S.L. Granada-España.
- Mishara, B. L. / Riedel R. G. [1986] (1995): El Proceso de Envejecimiento. Ediciones Morata S.L. Madrid. España.
- Muñiz Natalia (2010): La construcción de la vejez como noticia. La experiencia en diario popular en REVISTA PORTAL de Divulgação, n.4, Nov. 2010 - <http://www.portaldoenvelhecimento.org.br/revista/index.php>
- Padilla Vega, Juan David (2011): Grotresco Transmigrante. Del Teatro al Cine Argentino. Escritos en la Facultad N° 69 [ISSN: 1669-2306] Año VII, Vol. 69, Buenos Aires, Argentina
- Pereyra Domínguez et al. (2009): Cine, Educación y Vejez. Una propuesta de intervención pedagógica desde la película Elsa y Fred en Revista Portuguesa de Pedagogía ANO 43-1, 2009, 97-123.
- Petritz Graciela M. (1999): La educación de los mayores y la Universidad: propuesta para una realidad. Buenos Aires. /-Tamer, N., Petritz, G., Yuni, J.: Pertinencia y efectos de la enseñanza de la salud de los mayores. Rev. Tiempo N° 1 1998. Bs. As. Argentina.
- Pinaso Hernández Sacramento (2013): Reflexionando sobre la vejez a través del cine en Revista Información Psicológica, N° 105.
- Sala Xavier Bringué/De los Angeles Villena Juan (2000): La investigación académica sobre publicidad, televisión y niños: antecedentes y estado de la cuestión. En Comunicación y Sociedad Vol. XIII, Núm. 1, 2000, 37-70.
- Salvarezza Leopoldo (compilador) [1998] (2013): La Vejez. Una mirada gerontológica actual. Editorial Paidós, Buenos Aires-Argentina.
- Sánchez Palacios, Concepción (2004): Estereotipos Negativos hacia la Vejez y su relación con variables sociodemográficas, psicosociales y psicológicas. Tesis Doctoral. Departamento de Psicología Evolutiva y de la Educación. Universidad de Málaga.

- Sartori Giovanni [1997] (1998): Homo Videns. La Sociedad Teledirigida. Editorial Taurus. Buenos Aires-Argentina.
- Soler, Irene Ramos et al. (2012): Personas Mayores y Publicidad: Representaciones de Género en Televisión. En Revista de Estudios sobre el Mensaje Periodístico, Vol. 18 Núm. Esp. Nov. ISSN: 1134-1629
- Stoffregen, Diana Cardona (2011): Reseña de La Publicidad, textos y conceptos de Eulalio Ferrer en Revista Razón y Palabra Febrero-Abril.
- Tamer Norma Liliana (2008): La perspectiva de la longevidad: un tema para re-pensar y actuar. En Revista Argentina de Sociología N° 10 – ISSN 1667-9261.
- Tasso Alberto (2000): La brecha generacional en la Argentina. El debate necesario sobre un problema en expansión. En Revista Tiempo N° 4 –ISSN 1668-3935.
- Torrejón Carvacho María José (2007): Imaginario Social sobre la Vejez y el Envejecimiento. Análisis de contenido de Prensa Escrita: El Mercurio, Las Últimas Noticias y la Cuarta. Tesis de Maestría en Antropología y Desarrollo. Universidad de Chile, Facultad de Ciencias Sociales.
- Yuni José/Urbano Claudio [2005] (2011): Educación de Adultos Mayores. Teoría, investigación e intervenciones. Editorial Brujas. Córdoba-Argentina.