



LA TELEVISIÓN CHILENA

PERSPECTIVA DE LAS PERSONAS MAYORES

DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS

2020

Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN.....	3
ASPECTOS METODOLÓGICOS	4
ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	5
PERSONAS MAYORES COMO SUJETO DE ESTUDIO	5
MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	6
DISPOSITIVOS TECNOLÓGICOS	7
CONSUMO TELEVISIVO	8
LA INFORMACIÓN.....	10
LA TELEVISIÓN EN TIEMPO DE CONFINAMIENTO	11
EL RETRATO DE PERSONAS MAYORES EN LA TELEVISIÓN.....	12
PREFERENCIAS DE GÉNEROS TELEVISIVOS Y PROGRAMAS.....	14
DEMANDAS DE PROGRAMACIÓN Y DE VISIBILIDAD	15
REFLEXIÓN FINAL.....	18

INTRODUCCIÓN

El Consejo Nacional de Televisión, en el marco del mandato de la Ley 18.838 y sus modificaciones, que establece como parte del correcto funcionamiento de la televisión, resguardar el respeto a la dignidad humana, así como, promover una pantalla que atienda a la diversidad social, viene realizando un trabajo junto con el Servicio Nacional del Adulto Mayor (SENAMA) para comprender la relación que tienen las personas mayores, con la televisión. Particularmente, en el actual contexto de la crisis sanitaria producto del COVID-19.

Es así como, durante octubre, Mes del Adulto Mayor, se realizó una serie de conversaciones grupales en línea, con representantes de organizaciones de mayores de distintas ciudades y localidades a lo largo del país. En esta instancia participaron mujeres y hombres con el propósito de conocer la opinión de las personas mayores sobre la televisión chilena y sus expectativas de una oferta dirigida a ellos.

Se realizaron tres diálogos que recabaron información cualitativa, sobre el aporte de la televisión a su vida cotidiana, el rol que tiene como compañía; entretenimiento; y acceso a la información. Participaron dirigentes de organizaciones de mayores y de los Consejos Asesores Regionales de SENAMA, lo que permitió indagar la información en primera persona, así como de quienes conforman las organizaciones que representan en sus localidades, de manera de caracterizar sus preferencias sobre la programación que consumen.

Es importante destacar como contexto, que las personas mayores de 65 años en Chile, han incrementado en número -más de 50 mil personas de un año a otro- y que, en 2019 se estimaba eran un 11,9% de la población del país. Se espera que para el año 2035 representen el 18,9 %¹.

En relación a su consumo televisivo, éste aumentó considerablemente en pandemia: el visionado de televisión abierta se incrementó en un poco más de una hora, y el de televisión de pago, algo más de 40 minutos diarios. Este segmento etario es el que alcanza visionados de 9 horas diarias, entre televisión abierta y de pago (CNTV, 2020).

¹Los datos están referidos a personas mayores de 65 años, si bien a partir de los 60 años ya se les considera adultos mayores.

[https://www.ine.cl/prensa/2020/04/15/adultos-mayores-en-chile-cu%C3%A1ntos-hay-d%C3%B3nde-viven-y-en-qu%C3%A9-trabajan.](https://www.ine.cl/prensa/2020/04/15/adultos-mayores-en-chile-cu%C3%A1ntos-hay-d%C3%B3nde-viven-y-en-qu%C3%A9-trabajan)

Los datos expuestos en este reporte buscan ilustrar la actual visión que tienen las personas mayores sobre la televisión y pueden ser un insumo para orientar futuras decisiones sobre iniciativas para dar mayor atención a este segmento de la audiencia y como beneficiarios de políticas públicas.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

Las conversaciones grupales se realizaron los días 6, 7 y 8 de octubre a través de sesiones en la plataforma Zoom y duraron en promedio 90 minutos.

Se convocó a hombres y mujeres vinculados a la red de organizaciones y agrupaciones de Adultos Mayores con las que trabaja directamente SENAMA, de diversas localidades del país. Las sesiones fueron conducidas por profesionales del Departamento de Estudios del CNTV y organizadas por SENAMA de la Región Metropolitana.

Se convocó a tres grupos, conforme a la distribución geográfica donde residían los participantes: a zona norte, zona centro y zona sur.

Grupo Zona Norte, martes 6 octubre. Dirigentes de Arica, Alto Hospicio, Antofagasta, Copiapó, La Serena y Coquimbo. Participaron 8 personas: 5 mujeres y 3 hombres.

Grupo Zona Centro, miércoles 7 octubre. Dirigentes de Quintero, Valparaíso, Santiago, Placilla, Paredones, Talca, Curicó, Coelemu, Ñiquén, Talcahuano y Concepción. Participaron 8 personas: 5 mujeres y 3 hombres.

Grupo Zona Sur, jueves 8 octubre. Dirigentes de Vilcún, Puerto Cisnes, Valdivia, Traiguén, Temuco, Los Muermos, Río Negro, Punta Arenas y Coyhaique. Participaron 7 personas: 5 hombres y 2 mujeres.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Los datos se han analizado conforme a tres grandes ejes: consumo y acceso a medios, preferencias frente a la pantalla y expectativas y demandas a la televisión. La discusión arrojó, sin embargo, otras demandas relativas a la experiencia de ser mayor -en términos individuales y colectivos- en tanto actores sociales y ciudadanos de este país.

PERSONAS MAYORES COMO SUJETO DE ESTUDIO

Se ha de señalar que la conversación grupal fue muy fluida, que los y las participantes demostraron gran interés en el tema de la televisión y la comunicación en general. Expresaron su voluntad de contribuir a la televisión desde su propia mirada, pero no como grupo aislado, sino como parte de una familia, o de una comunidad. El diálogo en los grupos muchas veces pasaba de la televisión a la experiencia de vida, y viceversa.

“vamos creciendo en cantidad y nos estamos visibilizando, qué bueno que ustedes estén preocupados de pensar en contenidos para mayores, pero yo diría, falta contenido para toda la familia...”.

En general se considera que en Chile existe desconocimiento sobre las personas mayores, en la sociedad y –por ende, en los medios de comunicación- lo que produce una visión estereotipada de este grupo, principalmente en la televisión.

“no queremos que nos hablen con lástima, como que nos tienen misericordia y hay que tenernos ahí, protegidos... hay que hacer difusión de quiénes somos los adultos mayores en Chile, el 80% autovalente y el resto, tratado y bien cuidado. Eso de tratarnos como niños, de protegernos, desconocen mucho de nosotros y de lo que se ha logrado”

DESCONOCIMIENTO
SOBRE LAS PERSONAS
MAYORES QUE LLEVA
A ESTEREOTIPOS

DESCONOCIMIENTO
SOCIAL SOBRE
ADULTOS MAYORES
QUE NO LES PERMITE
ENTREGAR UN
LEGADO A LA
SOCIEDAD

Proponen que su trayectoria de vida puede tener un sentido para la sociedad en general, una trayectoria que muchas veces no se considera, tal vez producto de otro gran problema de nuestra cultura: la invisibilización de las personas mayores en el espacio público.

“Hemos entregado tanto a nuestra patria, a la familia”

“los adultos mayores hemos dejado un legado”

“hay una sabiduría, un camino recorrido”

“mostrarles a los jóvenes, que hay que luchar, si queremos algo mejor, hay que hacer el camino”

“En todas las áreas del conocimiento tenemos personas mayores; hay materia gris como para recuperar espacios perdidos: Patricio Bañados; Hugo Zepeda; los hermanos Duvauchelle; Julio Jung; políticos...”

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En relación al acceso a medios de comunicación, se hace alusión principalmente a la televisión, la radio y ofertas por internet. Se destaca de la radio, la posibilidad de interacción con los programas al aire.

“en el sector rural, más bien es la radio, en el sector urbano, las dos cosas y mucho cable”

“la radio permite dialogar con el periodista”

Al hablar de televisión, las referencias son, preferentemente, sobre la televisión abierta nacional, si bien se mencionan otros tipos de oferta, como la televisión abierta regional y los servicios de televisión pagada. Sin embargo, en este último, se suele indicar que tiene un costo alto y que a veces existen problemas de conectividad geográfica. Ambos factores se identifican como un importante límite para acceder a otras ofertas televisivas.

“en el campo, solo hay canales nacionales”

“el cable e internet en una casa tiene un costo. En otros países es gratis o son subsidiados, pero con el nivel de ingresos del adulto mayor ¿se irá a masificar? no solo la televisión, todo lo que es comunicación”

“no todos los adultos mayores viven en localidades urbanas. En Aysén hay una enorme cantidad que vive en la ruralidad, donde no hay buenas señales, no toda la gente puede tener TV cable... eso significa tener acceso monetario”

En forma más esporádica, principalmente entre quienes son del centro del país, se alude a un consumo audiovisual en servicios en línea -como Netflix y YouTube-.

“abrir YouTube ¡qué fantástico! y bueno, ir a Netflix si queremos ver algo más diferente”

“yo he encontrado YouTube excelente, porque yo busco los programas y encuentro ya sean culturales, ya sea de música, política y esto lo tengo todo ahí en YouTube... y para recrearse en buena forma, a Netflix”

DISPOSITIVOS TECNOLÓGICOS

El uso de dispositivos tecnológicos emerge naturalmente entre sus relatos, lo que revela el aterrizaje que han debido hacer en el contexto actual, donde la comunicación no presencial se volvió imprescindible. Hay, eso sí, diferencias entre ellos, pues unos tienen acceso² y denotan dominio, mientras otros recién se están ‘alfabetizando’, lo que muchas veces no ha sido tan ágil.

“es un poco enfermante para los Adultos Mayores, porque muchos no tenemos tecnología. Estamos aprendiendo a dominarla, ya que entramos más; WhatsApp, Facebook, pero no vamos más allá”

“muchos tenemos computador, pero no sabemos usarlo”

² Ver más adelante el acceso a dispositivos y servicios pagados.

Tienden a considerar que utilizan solo lo básico de la tecnología y no todo su potencial. Las pantallas más utilizadas se concentran principalmente en *smartphones* y excepcionalmente mencionan *tablets* y *notebooks*.

Las actividades son principalmente de comunicación y coordinación de acciones con otros. En forma menos frecuente refieren a redes sociales como *Facebook*, aunque todos hacen mención a los servicios de mensajería como *WhatsApp*.

“muchos no tenemos computador, tablets y solamente el celular entonces estamos aprendiendo a dominarlo y ...el WhatsApp que hemos aprendido... tienes Facebook; entonces no sabemos... no usamos más allá de lo que uno no sabe”

“se hace masivo el teléfono, pero el uso es básico”

Finalmente, se menciona otra dificultad para el uso de teléfonos inteligentes: se trata del tamaño de la pantalla. Para ellos, es muy pequeña como para distinguir eficientemente los contenidos. En esto, la televisión parece ser una garantía y tener menos limitantes.

“estamos muy estáticos en la casa ...en una pantalla chiquitita no podemos estar viendo una gimnasia apropiada para nosotros que debiera haber en un canal, habiendo tantos canales”

CONSUMO TELEVISIVO

Es de especial interés conocer lo que las personas mayores declaran frente a su propio consumo televisivo. En las conversaciones, se observa que los y las participantes del estudio no estiman con precisión la cantidad de horas que consumen televisión. Emergen opiniones que señalan a la televisión como un medio instalado en su cotidianidad, con una función de compañía, mientras otras opiniones afirman que la programación ha cambiado, lo que los ha alejado de la pantalla, volviéndolos más selectivos.

INTERÉS POR LAS
NUEVAS
TECNOLOGÍAS Y
NECESIDAD DE
APRENDER
SU MANEJO

“... veo todo el día, porque me acompaña apenas me levanto, despierto y estoy viendo televisión, porque me acompaña, como vivo sola ... entonces siento que está lleno de gente acá en la casa y la radio la ocupo solamente los fines de semana. La televisión la tengo prendida, escucho nada más, así como terapia”

“por la experiencia que yo he tenido dentro de mis pares, que vivimos en partes rurales, la televisión es una gran compañera”

Entre quienes señalan consumir sólo programas específicos, se expresan más frecuentemente críticas hacia la oferta de televisión abierta nacional.

“yo veo en la tarde un rato creo, una hora y media, un poco los titulares de las noticias, no veo más, pero más escucho radio”

“los programas están muy repetitivos y muy odiosos ... hay animadores o comunicadores, que ya también no llenan mucho”

“las noticias son tan centralistas, tan centralistas que nosotros no sabemos nada de regiones”

“nos están repitiendo las teleseries que ya nos aprendimos de memoria hace harto rato”

La mayoría de los varones afirma que el fútbol es un motivo importante que los lleva a consumir televisión.

“(veo) sólo las cosas que me entretienen, por ejemplo, la selección (de fútbol) que juega hoy”

Comparativamente, varias personas –en los distintos grupos- identifican a la radio como la principal compañía con la que cuentan.

“(televisión) prácticamente cero en este momento, muy pocos minutos, a veces veo noticias, excepto si hay alguna entrevista interesante o algún foro, pero televisión muy poca, radio en los desplazamientos y también a veces para escuchar música”

“el adulto mayor escucha mucha radio, radio local, hay noticias locales, radios que entregan mensajes cotidianos, diversos, y para estar más conectados con una realidad cercana. Lo distinto y lo distante, llega a través de la televisión. Queremos que lo distante sea más acorde a nuestros intereses”.

Parte importante de los entrevistados considera que la televisión ha cambiado, que en algunos programas –tales como matinales y otros de conversación- se acentúan conflictos y discusiones, o bien que las personas que en ellos aparecen, son irrelevantes.

“Es una televisión muy confrontacional, personajes que no aportan nada”

“la televisión cambió y uno se aleja también de eso. Por el momento, mi consumo es menor”

LA INFORMACIÓN

Un primer hallazgo en el tema de la información, es el interés de las personas de este grupo etareo, por conocer las noticias de actualidad, principalmente del país, como forma de participación de la realidad social.

Sobre cómo se informan, la televisión tiene predominancia, aunque siempre con una visión crítica de la calidad de las noticias. Evalúan negativamente la reiteración de la información, la violencia y los temas con más cobertura –como, por ejemplo, la crónica roja-.

“las noticias son repetitivas”

“entonces estamos atochados de noticias malas, que todos los días, en vez de subirnos el ánimo, todo lo contrario... si nos juntamos con nuestros amigos hablamos de puras barbaridades que pasan en nuestro país, pero no dan ninguna noticia que nos llene el alma, el espíritu, ver cosas mejores en el futuro”

Si bien la información –y los noticiarios televisivos- les parecen importantes, frecuentemente se señala en los grupos, que las evitan, porque son muy negativas y esto los afecta, especialmente en el contexto actual de pandemia. Esta situación hace que muchas veces opten por otras alternativas.

“me voy al YouTube, porque hay comentario. Me gusta mucho escuchar las noticias en la radio. No hay tanto drama como en la televisión”

EL INTERÉS DE ESTAR
INFORMADOS SE VE
AMENAZADO POR EL
EFECTO NEGATIVO DE
LOS NOTICIARIOS
TELEVISIVOS

“las noticias están muy violentas. nos estamos alejando un poco de la televisión, que no es entretenida, muertes por aquí y por allá. Las personas adultas prácticamente no van a ver televisión... no deberían dar tanta noticia alarmante, estamos muy asustados, están llegando a las ciudades pequeñas también los asaltos y cuánta cosa”

Emerge también, una crítica respecto de la centralización de la información de la televisión de alcance nacional. Para acceder a información cercana a su realidad, las personas mayores afirman acudir a la radio.

“acá en Magallanes estamos muy alejados, no somos muy parecidos a Santiago, Valparaíso, gente que tiene otro sistema de vida”

LA TELEVISIÓN EN TIEMPO DE CONFINAMIENTO

Los adultos mayores, al tratarse de una población vulnerable, han sido impactados de manera importante por la pandemia, puesto que han estado obligados a mantenerse en confinamiento. Es así, como la reducción de la movilidad repercute seriamente en las rutinas y la forma de vida. Esto dialoga directamente con su consumo de medios de comunicación y en sus reflexiones sobre el rol que puede llegar a jugar la comunicación en general y la televisión en particular.

“La TV me ha acompañado bastante. He visto las noticias nacionales y extranjeras y eso lo ayuda a uno a saber en qué estamos. No todos dan los mismos resultados, la misma numeración de enfermos, a uno se le hace difícil encontrarnos en esta situación (confinamiento), yo soy muy activo y estoy preso en mi propia casa”

“se ve ahí la necesidad ahora, porque esas dos o tres horas de salida que nos dan para dar una vuelta a la manzana, si nuestra salud mental se está deteriorando, necesitamos más activar nuestro cerebro y nuestro cuerpo”

Hablan de sus miedos y de la incertidumbre que la pandemia está sembrando entre ellos, puesto que son un sector muy aludido como grupo de riesgo en los medios de comunicación.

“... a nosotros nos han tenido en el paredón ... somos los que primero vamos a morir”

Consideran que la pandemia ha dejado de manifiesto las limitantes que tienen, y que podrían servir, idealmente, a dos objetivos: darles mayor visibilidad en la pantalla y poner en la discusión pública, los derechos de las personas mayores.

“lo que me ha compensado como siempre lo de nuestros derechos, empezar por nuestros derechos... están escritos y hay que empezarlos a ejecutar de una u otra manera... yo creo que llegó la hora de exigir”

Por otro lado, el confinamiento ha servido para reafirmar lo importante que es la comunicación y el sentido de lo colectivo.

“estábamos acostumbrados al teléfono, que era llamar y recibir... pero no lográbamos los enlaces de grupo... la comunicación ha sido vital en que la gente se logre mostrar, para saber cómo están. Les pido una foto de cada uno cada 15 días haciendo ejercicio”

El confinamiento parece haberlos llevado a reflexionar sobre muchos temas y a plantearse desafíos. La discusión y elaboración grupal del tema televisivo sirve para hablar de sí mismos y de la sociedad, para tomar conciencia de la importancia del cuerpo y la mente, de las formas de vida y de lo que quisieran para su comunidad, entre otras cosas.

EL RETRATO DE PERSONAS MAYORES EN LA TELEVISIÓN

Entre las principales falencias que observan en la televisión abierta, se cuenta la casi total ausencia de personas mayores. Solo identifican algunos rostros, muy excepcionales, pero son, en general, categóricos sobre este punto:

“no hay adultos mayores”

Adicionalmente, manifiestan gran descontento con el tratamiento televisivo de las personas mayores: se trata de un segmento diverso, con diferencias importantes en su interior.

Esta realidad adquiere una voz fuerte y se expresa en un reclamo por el desconocimiento y falta de entendimiento de los medios de comunicación, sobre quiénes son, cómo viven y qué necesitan. Producto de este desconocimiento, perciben una noción estereotipada de los mayores.

LA PANDEMIA
HA DEJADO EN
EVIDENCIA LA
IMPORTANCIA DE
LA COMUNICACIÓN

AUSENCIA DE
PERSONAS MAYORES
PROTAGONICAS EN
LA PANTALLA
TELEVISIVA

“nosotros realmente estamos a un costado digamos. Hemos hecho país en muchas cosas y todos los programas son para gente joven ... para nosotros muy poco, casi nada.”

“no nos podemos limitar solamente a noticias, matinales y teleseries. No hay un enfoque general de adultos mayores, falta mucho para que nos logren entender. Hay gente ... independiente, que todavía tenemos la esperanza de conocer más”

Asimismo, afirman que no se les representa dignamente en la pantalla, ya que se los retrata como poco interesantes o bien, de manera paternalista.

“Los programas no respetan la dignidad del adulto mayor”

“nos ‘abuelean’, pero tenemos diferentes roles; ahora somos empoderados”.

“a mí no me gusta que los medios de comunicación social traten a las personas mayores con esa mirada lastimera, los abuelitos, las abuelitas, no”.

“Somos sujeto de discriminación”

Manifiestan que la televisión no refleja valores que los comprometan y, señalan no estar de acuerdo con la manera en que se trata a las personas mayores.

Reclaman ser sujetos de derechos, lo que debiera condicionar un mejor trato y tener una mayor presencia en la pantalla.

“una relación abierta para ser escuchado, eso sería importante, sobre todo en la televisión abierta, de tener un espacio para poder escuchar lo que nosotros decimos, lo que estamos haciendo, porque (parece) que los adultos mayores no hacemos nada y siempre estamos jugando”

“somos un segmento de la población ... un segmento altísimo y decidimos vivir también somos ciudadanos ... somos vecinas y vecinos y también encendemos el televisor o la radio”

“estamos exigiendo que se respeten nuestros derechos y uno de ellos es la participación ciudadana ... Eso en la televisión no sale, no aparece que somos ciudadanos...”

PATERNALISMO Y
ABUELISMO QUE
PRODUCE
DISCRIMINACIÓN
HACIA
PERSONAS MAYORES
EN LA PANTALLA
TELEVIVISVA

PREFERENCIAS DE GÉNEROS TELEVISIVOS Y PROGRAMAS

Sobre las preferencias de géneros y programas, hablan específicamente de programas que muestran nuestro país y su gente. Un animador específico fue mencionado de manera repetitiva, en todas las conversaciones:

“Pancho Saavedra tiene contacto con la gente, es positivo... muestra la gente de campo, cómo vive... es cultural”.

“a mí me gusta ‘ Lugares que hablan’, el periodista Saavedra siempre ha tenido una cercanía cariñosa con los adultos mayores, especialmente con la gente que vive alejada de las grandes ciudades”.

“(programa) ‘A orillas del Río’... lo hace una persona mayor³, como nosotros, que se sacrifica harto en llegar a lugares increíbles y ha recorrido Chile entero”

En general, si bien aluden de forma crítica a diferentes géneros televisivos, como las telenovelas, los programas de entretenimiento y compañía –concursos y matinales-, muchas veces suelen manifestar también disconformidad con estas ofertas que consideran más bien desechables, o que no son un aporte.

“(...) inquietud es el confinamiento acá en Tamarugal, en qué nos entretenemos que no sean las teleseries turcas, algo que entretenga y eduque”

“Pura cháchara y mucha novela”

Son nostálgicos de una televisión que –en sus palabras- congregaba a la familia y que, junto con informar, podía entretener. Hablan de que les gustaría contar con más programas sobre actualidad, o de conversación. Recuerdan ofertas tradicionales y que sugieren una entretenimiento sana, y reportajes que muestren el país. Sienten que la televisión tiene esa ventaja de llevarlos a lugares que no han podido conocer.

“La diversión antigua, antes teníamos a Don Francisco; El show de la Una”

³ El periodista Alipio Vera.

“antes, la televisión chilena tenía programas infantiles, programas juveniles programas culturales, mucho reportaje y también programas deportivos, había ciertos programas de noche también muy atractivos, como el de Raúl Matas, había variedad para todas las edades. hoy día han desaparecido”

“los programas para adultos mayores deberían ser del recuerdo, de bailes o costumbres de los antepasados, los programas de viaje que se hacían antes, de partes que no podemos ver por estar acá”

La televisión la consideran como un espacio que puede abrir oportunidades para acceder a cultura, y a información sobre la actualidad. Se reitera una ausencia de contenido regional.

“hay programas interesantes, como Mentiras Verdaderas; también los debates políticos”

“yo apoyo el TV cable, porque ayuda a comparar diferentes realidades, eso ayuda”

“Lo ideal sería que cada región tenga su canal de televisión y eso sería positivo, uno estaría enterado de lo que pasa en su zona”

DEMANDAS DE PROGRAMACIÓN Y DE VISIBILIDAD

La principal demanda hacia la televisión es que ofrezca un espacio para ellos, en el que puedan aparecer con sus actividades y su realidad. Para algunos se trata de un canal dedicado, para otros, de programas para este público específico. Pero con un interés social, no solo comercial.

“un canal que no esté pendiente del rating. Eso hay que dilucidarlo primero”

“no necesitamos un canal, porque no nos vamos a aislar en eso. Los canales deberían atender estas peticiones y que tengan continuidad”

También relevan ciertas demandas de contenidos programáticos de acuerdo a sus necesidades: en lo relativo al cuerpo y la actividad física, el desarrollo de manualidades e intereses culturales. En este plano, se mencionan, necesidades específicas de información y contenidos televisivos que den a conocer sus experiencias.

“en general, lo que escucho de los adultos mayores es que los deprime ver tele. Hace falta un canal y hace falta darles medios para que se puedan comunicar, una televisión que nos de cultura, en que podamos participar directamente”

“sería lindo tener un canal, mostrar nuestras vivencias, lo que nos ha enseñado la universidad de la vida”

En cuanto a la información, se dan ejemplos de servicios profesionales, pero también de programas que estimulen a este público, a realizar actividades:

“kinesiólogos, gimnasia, nutricionistas”

“que nos enseñen gerontología”

“sería bueno que dieran gimnasia para adultos mayores, una hora”

También emerge la necesidad de que se les enseñe sobre tecnología, porque están conscientes de que, en ese aspecto, tienen desventajas respecto de generaciones más jóvenes. Consideran que la televisión puede ser un buen medio para ello, por su acceso gratuito y que se adapta para entregar contenidos de tipo instruccional.

“El tema de la brecha digital del adulto mayor hay que solucionarlo”

“taller técnico, por ejemplo, cómo usar los celulares ya que la gente tiene celular ... es urgente, ya no vamos a hacerlo después, creo que en este momento apura, ir aprendiendo más... muchos de los nuestros están quedando fuera y se están quedando en la casa”

En cuanto a la cultura, demandan que, en este ámbito, también se visibilice la participación de la comunidad local.

“obras de teatro, tenemos obras maravillosas acá”

Si la crítica a la televisión –como se ha descrito- ha sido su homogeneidad, y la recurrencia del drama y los conflictos, o programas que no dejan huella, entonces la exigencia es de contenidos que tengan un sentido propositivo, que sean un alimento, un aporte a la mente y el cuerpo.

PREFERENCIA POR
PROGRAMAS QUE
APUNTAN A UN
BUEN VIVIR

TAMBIÉN
PREFERENCIA POR
PROGRAMAS QUE
CUBRAN
NECESIDADES
ESPECÍFICAS.

“debiéramos tener un espacio en la TV donde tengamos la posibilidad de tener un futuro más provechoso”

“creo que se podría crear un espacio dentro del programa especial para Adultos Mayores que tenga, además de todo lo que se habló, recuerdo, música, videos de la época en que éramos jóvenes... también bailes y ahí nos movemos!”

También se demandan programas televisivos más diversos –por ejemplo, variedad de deportes- y que incluyan a toda la familia y todas las edades.

“que volviera el atletismo, el ciclismo ... que se produzca un cambio en la televisión, que lo cultural, lo deportivo, infantil o juvenil, es muy bonito ver eso”

“programas de tipo transversal, como el humor, la comedia ... me acuerdo años atrás cuando nos sentábamos y esperábamos un programa de comedia ... tu padre, nosotros que éramos un matrimonio joven y los hijos y todos nos reíamos ... un programa lindo en familia donde todos nos podamos reír”

Los temas en los que ellos sienten pueden aportar, dicen relación con un “legado” al país y a las nuevas generaciones, de modo de poner en valor sus vivencias, sus sacrificios y sus logros. Esto, más allá de un testimonio, es muchas veces una propuesta para la construcción de mejores condiciones de vida para las futuras generaciones y para un mejor país.

“tenemos que trabajar para preparar a los jóvenes para un futuro mejor... necesitamos dar a conocer nuestra experiencia para que los futuros adultos mayores tengan un futuro mejor”

“hay esfuerzo, nosotros venimos de una etapa de fuerza donde no acaba la ruta para poder sacar a nuestros hijos adelante, pero hay que mostrarlo ... demostrando ... realmente cómo hemos llegado a esta etapa. Hay que recordar que los adultos mayores estamos dejando un legado a la juventud”

“...pueden hacer (un aporte) los adultos mayores a la televisión si tuvieran un espacio ... yo podría tener un programa ¿de qué tipo? experiencia de vida. Experiencias de vida donde se saquen las conclusiones qué es lo mejor que podamos enseñar a los más jóvenes”

REFLEXIÓN FINAL

Una primera reflexión surge en relación a la densidad de las opiniones en los grupos: se trata de personas que se han detenido a pensar sobre sus vidas, su entorno cotidiano y el país. El confinamiento estimuló este proceso, y desde una nueva perspectiva se analiza la televisión y en general, los medios de comunicación nuevos y tradicionales.

Por otro lado, los y las participantes del estudio hablan a título personal, pero también desde su grupo de referencia, que es la comunidad más amplia de adultos mayores del país. Trasunta un compromiso social, que puede haberlos motivado a participar como monitores de la red SENAMA, o bien, este compromiso se ha desarrollado producto de su formación y experiencia en dicha red.

La vida cotidiana de las personas mayores ha sido impactada este año, su situación de vida se ha visto más restringida, pero también ha dejado de manifiesto su vulnerabilidad. En este contexto, la televisión ha tenido –en la mayoría de los casos- un rol muy importante, si bien no ausente de críticas. Otros medios y tecnologías han cobrado protagonismo también –principalmente la radio- y se ha relevado la importancia de alfabetizarse en las tecnologías de comunicación, que permiten una interacción social eficaz. Se debe tener presente, que en el caso de los medios digitales y de la televisión pagada, el acceso se ve mermado por falta de medios económicos.

Se evidencian críticas muy cristalizadas respecto de la televisión abierta, la que les parece, a la vez muy cercana y familiar, pero que, consideran, ha cambiado en un sentido negativo: en el tratamiento de la información, muy centrada en la violencia y en hechos delictivos. En relación a la entretención también se elevan críticas, pues aun valorando la entretención, perciben una saturación de programas superficiales, que no dejan huella.

Asimismo, expresan su disconformidad con una televisión que los descuida, pues no los visibiliza, los desconoce y no atiende a la diversidad propia de este creciente segmento etario de la población. Esto cobra mayor relevancia cuando, desde la política pública, se les reconoce con derechos específicos, lo que parece no tener correlato en una industria como la televisiva. No quieren que se hable de ellos en tercera persona, sino que se les considere en forma activa y protagónica. Se trata de sujetos con voz y experiencia que expresan exclusión.

Abordar desafíos de inclusión social, en este caso, significa también ~~su~~ consideración positiva y retratarlos en los procesos que implica el envejecimiento con dignidad, nombrándolos e incorporándolos con sus intereses y sus propias voces.

Ante la pregunta de cómo debería ser un canal o un programa de televisión para adultos mayores, la respuesta va en el sentido de buscar temáticas y estéticas específicas que les pertenezcan e identifiquen. La diversidad, tan presente en la agenda, requiere abrir y establecer matices que sintonicen con los sub-grupos etarios y otros factores que componen este segmento de la población.

Demandan programas que convoquen no solo a la audiencia mayor, sino a distintas generaciones, ya que, si bien manifiestan temas específicos de interés, también quieren sentirse parte de ofertas para otros grupos de edad y compartir otros intereses como parte de la sociedad en su conjunto.

Finalmente, cuando hablan de las demandas a una televisión que no se fije metas meramente económicas y que ofrezca seriamente espacios de interés, lo que hay de fondo en esta petición, es una televisión con un rol público consciente y más claro.

La masividad de la televisión puede verse así fortalecida con un espacio de acceso y participación de personas mayores, abriendo las manifiestas oportunidades que esta población observa y demanda.



Oficina CNTV: Mar del Plata 2147 – Providencia – Santiago – Chile - Teléfono: (56-2) 25922700

 cntv.cl |  [@CNTVChile](https://twitter.com/CNTVChile) |  Consejo Nacional de Televisión de Chile