



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons  
Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional

Públicos Mayores: caracterización e identificación de prácticas y sentidos construidos frente a los medios y a las nuevas tecnologías de personas mayores en la ciudad de La Plata  
Natalia Romina Domínguez, Virginia Marsico y Mariela Alejandra Carnino  
Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 2, N.º 1, diciembre 2016  
ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>  
FPyCS | Universidad Nacional de La Plata  
La Plata | Buenos Aires | Argentina

## **Públicos Mayores: caracterización e identificación de prácticas y sentidos construidos frente a los medios y a las nuevas tecnologías de personas mayores en la ciudad de La Plata**

**Natalia Romina Domínguez**

[nataliadominguez82@gmail.com](mailto:nataliadominguez82@gmail.com)

**Virginia Marsico**

[virmarsico@gmail.com](mailto:virmarsico@gmail.com)

**Mariela Alejandra Carnino**

[macarnino@gmail.com](mailto:macarnino@gmail.com)

---

Facultad de Periodismo y Comunicación Social  
Universidad Nacional de La Plata  
Argentina

### **Introducción: nuestros sujetos y sus prácticas**

El presente texto forma parte de un estudio sobre las personas adultas mayores del Partido de La Plata en sus prácticas comunicativas y los sentidos que construyen en vinculación con los medios de comunicación, los usos de las tecnologías de la información y la participación comunitaria para contribuir a su empoderamiento como sujetos de derechos. La llamada revolución demográfica junto con la revolución tecnológica son los principales fenómenos que obligan a los Estados en general a estudiar y comprender los desafíos de los cambios en dichas prácticas durante su pleno desarrollo.

Una de las hipótesis de trabajo que guió nuestra investigación refiere a que es posible afirmar que las principales prácticas de recepción que se han modificado en

las personas mayores, son las vinculadas a las apropiaciones tecnológicas ya que evidencian un profundo interés por ampliar sus oportunidades de participación social comunitaria y en aprendizajes específicos; estos intereses se materializan en un consecuente cambio de las rutinas cotidianas de sus vidas y de sus relaciones con otros sujetos (hijos, nietos, parejas, amigos, conocidos, grupo de referencia, etcétera).

Nuestra segunda hipótesis de trabajo sostiene que los adultos mayores constituyen un tipo de público específico dentro de la cultura masiva. En ellos se identifican unos modos de socialización y construcción identitaria que tienden a empoderarse si se crean las condiciones psíquicas y expresivas habilitantes para compartir con sujetos de otras edades.

En este marco, algunos de los objetivos de la investigación fueron descifrar cuáles son los elementos de sus preferencias que los caracterizan diferencialmente y el de analizar los mecanismos de consumo desde los cuales se acercan y/o comparten con las demás generaciones.

## **¿Por qué seguimos estudiando a los adultos mayores desde la comunicación?**

Son varias las razones por las cuales promovemos desde el campo de la comunicación social en la región investigaciones de fenómenos vinculados a los sujetos de más edad. Una de ellas, tal vez la más pragmática, se funda en el peso demográfico adquirido por esta población y su continuo crecimiento en nuestras sociedades, lo cual los constituye como un actor que requerirá cada vez más atención a medida que avanza este siglo.

El envejecimiento acelerado de la población es un logro de nuestro tiempo. Sabemos que en la actualidad, gracias a los avances tecnológicos y una mayor calidad de vida, las personas viven más años. Los datos son contundentes: en la segunda mitad del siglo XX aumentó en 20 años la esperanza media de vida en el mundo. Y se pronostica que para los próximos 50 años una de cada cuatro personas será mayor de 65 años.

La prolongación de la vida produce una redefinición de las formas de envejecer y de vivir en este mundo y repercute en todas las demás edades. Y los Estados se enfrentan al desafío replantear su organización mediante definiciones político-administrativas, económicas, culturales, educativas, frente a este fenómeno. Entonces, asistimos a dos revoluciones que nos impactan y requieren mayores competencias a la hora de estructurar nuestras investigaciones y analizar nuestros

objetos de estudio: el envejecimiento social y las transformaciones tecnológicas, que según bien plantea Mercedes Borrero "han repercutido en la vida y estructura de todos los sectores de la sociedad contemporánea" (Borrero; 2004).

Otra de las razones por las cuales continuamos interesados en este sector social, asumiéndolos como espacios sociales que se van abriendo y consolidando históricamente (mediante procesos de secularización cultural), consideramos que existen sentidos y prácticas culturales específicas de las personas de mayor edad, entendiendo este estadio de la vida, como un "campo" dentro del conjunto de campos por edades (pensando desde el estudio de la edad como campo cultural). En este marco el paso del tiempo, el envejecimiento, existe como categoría que adquieren significación al interior de un marco social y cultural determinado. En la sociedad moderna las categorías son condicionadas de manera decisiva por la acción de agentes específicos, tales como los Estados, el mercado, la sociedad civil, los medios de comunicación.

La edad, entonces, se presenta como el capital simbólico, en torno a cuya disputa, se constituye el campo de la edad y como un capital simbólico en el sentido establecido por la escuela sociológica de Pierre Bourdieu.

### **La caja de herramientas (o teorías) desde donde nos posicionamos en esta investigación**

El consumo cultural resulta ser una noción clave teórico-política y epistemológica desde la cual nos paramos para desentrañar identidades, prácticas y sentidos construidos de las personas mayores en sus relación con los productos de la industria cultural, tanto mediática como tecnológica.

La innegable presencia de las industrias culturales en un contexto de globalización y mundialización de las sociedades, remite a la categoría consumo cultural en el marco político-epistemológico de la comunicación/cultura (Schmucler; 1984). Néstor García Canclini, al afirmar que "el consumo sirve para pensar" (García Canclini; 1995) nos propone dirigir la mirada hacia los procesos culturales. En esta línea, Omar Rincón aporta "el análisis tiende a observar las maneras como se articulan las lógicas comerciales de la producción con las lógicas culturales del consumo" (Rincón; 2005).

Volviendo a García Canclini, entendemos que "nos vamos alejando de la época en que las identidades se definían por esencias ahistóricas: ahora se configuran más bien en el consumo, dependen de lo que uno posee y es capaz a llegar a apropiarse" (García Canclini; 1995).

En este sentido, Vanina Papalini se pregunta retórica y críticamente si el mercado constituye identidad cultural, e inmediatamente responde que sí, "si se entiende consumir como un modo de comunicar y de presentación ante los otros en lo cultural, político y económico (Papalini; 2015).

Entonces, ¿cuáles son esas interpretaciones e identificaciones de las personas mayores en la ciudad de La Plata? en sintonía con la posición de Gonzalo Darío Andrés, sostenemos que el acceso de las personas mayores a los medios tecnológicos no implica per se su inserción y desarrollo (Andrés; 2015). Por lo cual para comprenderlos y delinear sus interpretaciones, nos resulta necesario dar cuenta de los códigos y las identificaciones que van construyendo en torno a los medios para poder interpretar e interpretarlos desde el consumo cultural que realizan.

Para comprender el impacto de las industrias culturales en la construcción de comunidades de sentido una de nuestras referentes teóricas indiscutida es Ana Wortman (CLACSO), quien explica que los consumos culturales se enlazan con la dinámica de las teoría sociológica contemporáneas en general viendo a los medios y a las nuevas tecnológicas en su lugar central para entender nuestras sociedades. Partiendo de la base de que los consumos culturales estructuran la vida social y se imbrican profundamente en la trama de las prácticas sociales, el consumir un determinado bien cultural, de forma asidua, convierte a la práctica en rito, conformando un mecanismo clave para que la vida cotidiana y el mundo social se ordenen y adquieran consistencia social.

Por lo tanto, "los consumos culturales dentro de la dinámica cultural en el contexto de la globalización, que si bien esos procesos de consumo cultural se dan en el ámbito local y urbano territorial determinado, los mismos también tienen que ver con fenómenos internacionales. Y estos, a su vez, tienen que ver con los medios de comunicación y con el impacto de las nuevas tecnologías en la producción, circulación y consumo de los bienes culturales" (Wortman, 2001).

## **Nuestros adultos mayores como sujetos cambiantes y sus particularidades como un sector social transicional**

Desde hace diez años, este equipo de trabajo investiga temáticas vinculadas a los adultos mayores y durante esta década hemos asistido a cambios estructurales en torno a la autopercepción de ese grupo social y a las consecuentes modificaciones en cuanto a sus prácticas y modos de vincularse. En paralelo, también asistimos a los cambios en las concepciones respecto al estudio del sector por parte de las

distintas disciplinas. En particular, desde nuestro campo de estudio en comunicación hemos evolucionado desde nuestras primeras indagaciones respecto al rol de los adultos mayores en la sociedad platense y las luchas por su inclusión en las políticas públicas (militancia que obtuvo su máximo alcance en las políticas implementadas en todo el país por el gobierno kirchnerista durante el período 2003-2015) y actualmente nos encontramos trabajando sobre sujetos empoderados con mayores exigencias y con disputas en su pertenencia como consumidores activos los medios de comunicación y cultura.

O sea, pasamos del estudio de sujetos pasivos no incluidos en las prácticas sociales a sujetos plenos de derecho, que no reclaman incorporarse sino ser promotores y protagonistas de sus propias prácticas culturales desde la responsabilidad que implica ser los actores transicionales que constituyen un rol social novedoso.

Ante estos sujetos transicionales, nos propusimos como equipo de trabajo el desafío de repensar los modos de abordaje, ya que pensar a esta generación de adultos mayores, que arden a la vida mediante intereses que solían adjudicarse a los jóvenes, intereses vinculados a formaciones, pasiones, luchas, militancias, desde las huellas que están dejando como constructores sociales implica pensar los cambios que introdujo esta segunda década del siglo XXI.

Las personas nacidas antes de mitad del siglo veinte constituyen sus identidades, a partir de importantes imbricaciones entre la cultura y la comunicación (Barbero; 2003) siendo parte de una "hibridación intercultural" con la circulación cada vez más libre y frecuente de personas, capitales y mensajes que cotidianamente se interconectan (G. Canclini; 1995), resultando una mezcla de capitales humanos, culturales y económicos.

El impacto de las industrias culturales resulta, entonces, una cuestión central para observar y comprender las producciones de sentidos y las prácticas de comunicación, de quienes nacieron y crecieron en épocas previas al presente siglo, especialmente antes de los años cincuenta.

## **Sujetos atravesados: los adultos mayores y el contexto**

Si describimos las características principales de los sujetos que forman parte de nuestra investigación, nos encontramos con un grupo de mayores empoderados, conscientes de sus derechos y auto-percibidos como protagonistas activos de su comunidad. Ellos son artífices pensantes del cambio de su rol, ya no se identifican con la clásica imagen del abuelo/viejo/mayor recluido en la intimidad de su hogar

junto a sus seres queridos cuyos nuevos vínculos se limitaban a profesionales de la salud o de la seguridad social.

Los adultos mayores platenses, en la actualidad, están politizados, hiperinformados, socializados, buscan la plenitud mediante la formación permanente y la creación de nuevos vínculos, al tiempo de que se apropian de las nuevas tecnologías desde sus necesidades y preferencias específicas. No se conforman con las categorías existentes y buscan romper el lazo con las estigmatizaciones clásicas. Hacen amigos, se enamoran, se entregan a nuevas vivencias y nuevos proyectos. Son vitales. Conocen las limitaciones de sus cuerpos pero las usan a su favor, como obstáculos a sortear para cumplir sus objetivos. Al igual que los jóvenes: buscan vivir intensamente.

Esa intensidad responde en parte a las características y vivencias específicas de su generación como a la situación política económica de la última década. Un Estado presente, acompañando este proceso de construcción identitaria de los adultos mayores mediante políticas públicas inclusivas e igualitarias que van desde el reconocimiento de la identidad de los adultos mayores transgénero (con la consigna de "la identidad tal como cada persona la siente profundamente") hasta acceso a la jubilación, la prestación de servicios de salud integrales, los programas de acceso a las nuevas tecnologías, el fomento de la participación política, el reconocimiento histórico generacional y el profundo respeto a los mayores desde el Estado como eje de reconstrucción social histórica tras la devastación social producida por el neoliberalismo.

No podemos obviar que esta investigación se da en un período que incluye cambios estructurales en la comprensión de la adultez a partir del 10 de diciembre de 2015, ya que una de las principales políticas del gobierno actual se vincula a una modificación en el sistema de reparto (que ha ensombrecido los avances anteriores), con la reestructuración de ANSES y la nueva gestión de PAMI que hasta el momento ha debilitado el acceso de los mayores a los medicamentos, limitando los listados en las coberturas y dejando al descubierto una insensibilidad supina ante las necesidades de nuestros adultos mayores.

## **Algunos ejes específicos de nuestra investigación**

Nuestro abordaje se inscribe en el planteo de la comunicación/cultura (Schumuler: 1984), enfocado desde el consumo cultural (García Canclini: 1996) para analizar y comprender a los adultos mayores como aquellos sujetos que construyen su identidad, también desde un juego de consumo, desde las mediaciones que se

entrelazan en la cultura. Y desde esos supuestos, buscamos desenredar las significaciones que construyen los adultos mayores platenses en sus vidas cotidianas en este contexto sociopolítico tan particular.

En este sentido, los objetivos rectores que han ordenado nuestra investigación fueron los siguientes:

- Identificar e interpretar a las personas mayores platenses como público consumidor de medios de comunicación y de las nuevas tecnologías, a fin de reconocer construcción grupal identitaria, en tanto receptores y consumidores.
- Analizar las "experiencias vividas" de los adultos mayores de la ciudad de La Plata a fin de analizar expectativas, críticas y/o deseos actuales frente a los dispositivos mediáticos tradicionales como la radio y la TV argentinas, como así también el desarrollo de sus prácticas tecno-culturales.

A través de reconocer dichas lógicas en las prácticas de uso y apropiación/negociación/resistencia culturales en los sujetos mayores, podremos desentrañar también cual/es son las constantes y las variables en su relación con los medios de comunicación o culturales (TV, radio, prensa, libros, revistas) y las producciones digitales, como también las diversidad de gustos, posicionamientos, negociaciones que se conforman hacia el interior del propio colectivo de mayores.

### **Avance: un breve análisis de los datos cuantitativos**

El presente estudio, según los cánones desarrollados por Roberto Hernández Sampieri (Hernández Sampieri; 2006) responde a una investigación explicativa, ya que está dirigida a explicar un fenómeno (el uso y consumo de medios de comunicación por parte de adultos mayores de la ciudad de La Plata), en qué condiciones ocurre (en el contexto específico del cambio de modelo político-económico durante 2015-2016) y cómo dos o más variables están relacionadas (edad, nivel de estudios, acceso a la tecnología, frecuencia del uso de la tecnología, preferencias culturales, entre otras). Se trata de un estudio más estructurado y específico que implica los propósitos de los otros tipos de estudios (exploratorios, descriptivos y correlacionales) y tiene la característica de poseer varias teorías que se aplican a nuestro objeto de estudio.

Si bien nuestro estudio se basa en la triangulación metodológica, los datos que presentaremos en este texto provienen del análisis de las herramientas diseñadas a partir del método cuantitativo estándar. Dicho diseño, responde al estudio de variables cuantificables y el análisis específico de la relación entre ellas. Cabe

destacar que el análisis de la aplicación de esta técnica estadística tiene una validez restringida a los sujetos estudiados en el contexto específico que se detalló anteriormente.

Respecto de la selección de la muestra, es importante que destaquemos que se trata de una muestra aleatoria simple en las que los casos no nulos analizados fueron de 100 adultos mayores de la Ciudad de la Plata y respondieron un cuestionario de entrevista personal (no auto administrado) durante octubre de 2015 y mayo de 2016.

Los casos se componen de 100 personas cuya edad se computa entre 60 y 96 años. El 67% de los consultados es mujer, mientras que el 33% es hombre. El 88% vive en la ciudad de La Plata, el 22% en las adyacencias, tanto en localidades fuera del casco urbano como Ringuelet, Gonnet o City Bell como en otras ciudades adyacentes (Berisso o Ensenada).

El 97% de los que contestaron afirmativamente tienen estudios realizados. El máximo nivel de estudios alcanzado fue: 7% primaria incompleta, 13% primaria completa, 14% secundaria incompleta, 26% secundaria completa, 16% terciaria o universitaria incompleta y 20% terciaria o universitaria completa.

Consultados respecto de con quienes convive: el 41% vive solo, el 25% con su pareja, el 26% con familiares, amigos u otros y se registra un 8% de casos que prefieren no contestar a esa pregunta.

Respecto de la situación económica en la que se encuentra, los datos arrojan que el 86% está jubilado, el 1% está actualmente en trámite de jubilación, el 1% prefirió no responder y el 12% de las personas de entre 61 y 92 años de edad no están jubiladas. En tanto, el 72% de los consultados no realiza actualmente una actividad remunerativa mientras que el 23% realiza actividades remunerativas y el 5% prefiere no responder.

Otro dato interesante es que el 100% de los encuestados posee al menos uno de los siguientes aparatos tecnológicos: teléfono fijo/celular, internet, cable, televisión digital abierta (TDA).

El 25% de los adultos mayores consultados no usa internet, mientras que el 70% usa internet y el 5% no responde. El 60% de los casos de quienes usa internet, reconoce que la utiliza para comunicarse mediante mails o redes sociales.

Del sector poblacional estudiado, el 73% se considera lector de libros, mientras que el 19% reconoce que no lee y se registra un 7% que no contesta. Respecto del uso de este sector en cuanto a los avances tecnológicos vinculados a la literatura, los datos son prácticamente absolutos: el 99% no lee libros en formato digital, solo el 1% leyó alguna vez un libro en formato digital.



En cuanto al consumo de medios de comunicación, el 96% mira televisión, mientras que el 3% asegura que no y el 1% no contesta.

Sobre sus preferencias temáticas en cuanto a los medios de comunicación, el 7% no tiene una sección específica de su interés y un 30% se interesa por la política mientras que el 41% prioriza las noticias vinculadas al interés general.

Estamos en condiciones de afirmar que prevalece el uso de la radio al momento de informarse. El 1% asegura que no se informa, el 1% se informa por otros medios, principalmente diarios y no escucha la radio. Mientras que el 98% de los encuestados se informan por la radio en conjunto con otros medios (tv, internet, diarios, amigos).

En la ciudad de La Plata, el 50% de los adultos mayores que participaron de la encuesta prefiere programas de radio musicales, aunque no exclusivamente. Otro dato es que el 43% se interesa por programas de noticias políticas, aunque no exclusivamente (intercala con otros estilos como deportes o espectáculos).

Cabe destacar que los datos que analizaremos a continuación provienen de dos preguntas abiertas no categorizadas de la encuesta. Esto quiere decir que los nombres y los calificativos provienen de las preferencias específicas del sector social analizado (no tenían una lista preestablecida de nombres o valores).

Al ser consultados sobre sus periodistas preferidos, nos encontramos con que el 31% no tiene un periodista favorito, el 19% prefiere a Víctor Hugo Morales, el 10% a Marcelo Longobardi, 5% a Nelson Castro, 4% a Jorge Lanata y 3% a Magdalena Ruiz Guiñazú. El porcentaje se constituye en 28 nombres distintos (entre periodistas locales de la ciudad de La Plata y periodistas de distintas ramas del periodismo).

En cuanto a los principales valores que surgen respecto de la evaluación de sus periodistas favoritos son: 19% la imparcialidad, 13% la formación, 8% la sinceridad, 5% la seriedad, 5% el respeto, 5% el compromiso, mientras que se computa un 26% de otra serie de valores y un 19% que no contesta esta pregunta.

## **Desafíos y proyecciones**

Teniendo en cuenta que esta ponencia da cuenta de los primeros datos arrojados por nuestra investigación, que está en pleno proceso indagativo, aún falta el análisis de los datos cualitativos proveniente de las entrevistas, grupos focales e historias de vida. En conjunto, consideramos que la red de relaciones constitutivas

de estos grupos de adultos mayores de la ciudad de La Plata dará cuenta de un sector que disputa cada vez más espacios activos en la comunidad.

El análisis de las producciones destinadas a adultos mayores tanto de la ficción como de la no ficción, el crecimiento de las indagaciones en las memorias de nuestros viejos en cuanto a diversas actividades (un club de fútbol o un taller ferroviario), el rol cada vez más preponderante en los medios, desde el canal "Acua Mayor" hasta el programa "Asuntos Mayores" conducido por Horacio Embon o el interés de las producciones ficcionales en historias como "Grace and Frankie" son parámetros interesantes para analizar a nivel macro-estructural de las disputas simbólicas que nuestros adultos mayores están dando en el campo de la comunicación y la cultura.

Sin dudas, estamos frente a una nueva era. Entre nuestras metas como docentes investigadoras se encuentra uno de nuestros principales desafíos: contribuir al cambio de paradigma al respecto del estudio mismo de este sector social, que no es pasivo ni cursa sus últimos años: que está más vivo que nunca, que llegó para quedarse y que se constituye muy especialmente como un actor clave en las nuevas construcciones identitarias forjadas al calor de los avances tecnológicos.

## Bibliografía

### Libros:

- Martín Barbero, Jesús. (2003) La educación desde la comunicación. Buenos Aires: Norma.
- García Canclini, Néstor. (1995) Ideología, cultura y poder. Cursos y conferencias. Buenos Aires: Editorial Universidad de Buenos Aires.
- Hernández Sampieri, Roberto (2006). "Metodología de la investigación". México: McGraw-Hill Interamericana.
- Papalini Vanina y Rovetto Florencia (2015). Estudios sobre consumos culturales en la Argentina contemporánea. Buenos Aires: Editorial Consejo de Decanos de Facultades de Ciencias Sociales y Humanas.
- Rincón, Omar (2005). Televisión Pública: del consumidor al ciudadano. Buenos Aires: La Crujía.

### Artículos:

- Andrés, Gonzalo (2015). *Hacia un Modelo de Sostenibilidad de Dispositivos Hipermediales Dinámicos* en el III Seminario de discusión sobre

investigaciones en Educación y en Desarrollo Cognitivo organizado por el Instituto Rosario de Investigaciones en Ciencias de la Educación.

- Borrero, Mercedes (2004). *Una revolución silenciosa: la revolución demográfica* en el libro "Periodismo y Comunicación para todas las edades" del Centro de Psicología Gerontológica, Colombia.
- Schmucler, Hector (1984). *Un proyecto de comunicación/cultura*. Comunicación y Cultura en América Latina 12.
- Wortman, Ana (2001). *El desafío de las políticas culturales en la Argentina*. Artículo incluido en la compilación de Daniel Mato Estudios latinoamericanos sobre cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización 2 (Caracas: CLACSO) agosto de 2001.