

ANÁLISIS SOBRE DISCRIMINACIÓN EN LA TELEVISIÓN PERUANA

**Estereotipos y autopercepción de las personas adultas
mayores en la TV peruana con foco en programas de
ficción**



2016

Análisis sobre discriminación en la televisión peruana: Estereotipos y autopercepción de las personas adultas mayores en la televisión nacional peruana con foco en programas de ficción.

Luis R. Alarcón Ll.: Periodista e investigador, con estudios de maestría en la Universidad San Martín de Porres y grado de magister en docencia universitaria por la Universidad César Vallejo (UCV). Es el director fundador de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán en Chiclayo desde donde mueve investigaciones en derecho de acceso a la información pública desde 2006 y en opinión ciudadana y contenidos de medios desde 2009, con la participación de docentes y alumnos. Entre agosto de 2010 a marzo de 2012 fue cabeza de la Red Nacional Anticorrupción para la Región Lambayeque, una iniciativa de Proética. Y entre marzo de 2011 a marzo de 2014 fue monitor de libre expresión del Instituto Prensa y Sociedad de Perú (IPYS) y coordinador del Grupo de Metodología de IFEX – ALC, grupo de 19 ONG de América Latina y el Caribe. Ha sido becario de Alianza del Pacífico para una pasantía en investigación en la Universidad del Valle de Cali – Colombia. Y es consultor en investigaciones para las ONG IPYS, Suma Ciudadana, Article 19 y para el Consejo Consultivo de Radio y Televisión – CONCORTV. Este trabajo es una versión de la tesis con la que aspira optar el grado de doctor en Comunicación Social en UCV.

(Con la colaboración de Karl Torres M., Yéssica Arízaga O. y Edgar Lizarzaburo L.¹)

Antecedentes

El término de Personas Adultas Mayores (PAM) fue instituido por Resolución 50/141 aprobada por la Asamblea General de las Naciones Unidas, en 1996, para representar un grupo poblacional emergente en el mundo y con características especiales, de cuidado e incluso de vulnerabilidad en muchos casos, y como tal la denominación se usa en el Perú. (Ministerio de Promoción de la Mujer y del Desarrollo Humano, 2002)

Además de unificar en un solo vocablo la referencia formal a una población creciente definida,² el término puede también entenderse como dignificante ante una serie de otras nominaciones con las que aun hoy se les llama a las personas de este grupo. Incluso desde el tradicionalismo de la Real Academia Española (RAE), el término viejo, acuñado a las PAM, “1. adj. Dicho de un ser vivo: De edad avanzada”, se vincula a otra de sus acepciones “5. adj. Deslucido, estropeado por el uso”, (RAE,

¹ Coordinador del Centro de Estudios Sociales y Mediáticos de la Universidad Señor de Sipán (CESMUSS); docente de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de esta casa de estudios; y alumno respectivamente.

² Subsisten “tercera edad”, como aun usan académicos incluso; y también solo “personas mayores” que prefieren organismos como Help Age International. (Help Age International, s.f.)

2014, pág. 2243) en un marco referencial en el que siete de sus trece significados recogidos se orientan hacia lo pasado, con connotaciones de afectación de lo que eso acarrea.³

La Organización Panamericana de la Salud (OMS) considera a las PAM desde los 60 años a más y así lo ha tomado la legislación peruana (Congreso de la República, 2006), en un país donde son población en ascenso: Para 2007, sumaban 2'495,643 PAM, el 9.1% de los 27'412,157 peruanos censados ese año (Instituto Nacional de Estadísticas, 2008). A 2015 las PAM llegarían a 3'040,000, el 9.5% de la población del país, una proporción que se proyecta al 12.4% para 2025 (Instituto Nacional de Estadísticas, 2012). Esta proporción ha conocido de una curva creciente sostenida las últimas décadas. Más de cuatro de cada 10 familias peruanas tenían PAM entre sus miembros a 2013, según proyecciones del INEI recogidas por Fernández Orozco (2013).

Lo que los medios de comunicación en varios puntos del orbe han hecho y hacen por empoderar una imagen positiva de las PAM no ha sido de lo mejor, a decir de algunas de sus facciones, como la televisión, el periodismo y la publicidad. Papalia, Sterns, Feldman y Camp (2009) han escrito sobre cómo los medios estadounidenses están llenos de estereotipos sobre el envejecimiento.

Un sondeo en Chile que barrió referencias en un mes en televisión (TV), medios escritos y radio al término "Adulto Mayor", encontró que de 26 totales, 22 referencias eran negativas y que mostraban a estas PAM como pobres/vulnerables, enfermas, discapacitadas (Ventura, José Miguel, 2014). Y un estudio en una localidad de España marca:

Existe en la sociedad, una imagen del envejecimiento y de las personas mayores que no se corresponde con la realidad actual de este colectivo.

(...)

Esta imagen estereotipada, y por tanto negativa, está haciendo que se pierda socialmente la aportación de toda una generación de personas mayores (Diputación Foral de Biskaia, 2011)

Algo parecido ocurre en el Perú. Hace unos años, por ejemplo, Castilla (2009) observó en un taller del Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV) que la imagen que se daba de las PAM en las noticias peruanas se triangulaba entre hechos policiales, casos de ayuda social y casos humanos emblemáticos, y que en vez de presentarlas como personas con valores, autónomas y con derechos, las mostraban como dependientes, con necesidades y para asistir.

Unos años más tarde, otro evento del CONCORTV sobre medios y PAM concluía en dos realidades enfrentadas entre periodismo y publicidad:

³ En el Perú para llamar a las PAM se usan, desde hace mucho, voces peyorativas como "cocho", "choclo", "teclo" y "tío", en sus variaciones de género y número. De este recuento nuestro, solo las dos últimas han sido explicadas por lingüistas como Martha Hildebrandt. (2011)

- La mayoría de las noticias relacionadas al adulto mayor que recogen los medios son de corte policial. La imagen del adulto mayor que impera en los programas noticiosos es la de víctimas.
- Existe una tendencia por mostrar una imagen positiva de los adultos mayores desde el ámbito publicitario. Se muestra [...] como símbolo de fortaleza y progreso, o como una persona llena de vitalidad. (CONCORTV, 2012 , pág. 4)

Los espacios mediáticos pro PAM son muy escasos. Castañeda (2015) encontró, en un conteo propio, apenas un programa de TV y otro de radio, íntegros, dedicados a adultos mayores, y ninguno en periódicos; y apenas siete, ocho y dos secciones parciales respectivamente en esos medios, con lo que probaba que la población de adultos mayores sufre una seria invisibilidad.

A su turno, los propios adultos mayores han expresado distancias respecto a cómo los ven los medios en general. Para 2015, de acuerdo a una encuesta nacional no focalizada, el 56.5% de PAM opinó que la TV peruana les muestra de manera negativa, una tendencia que se empina 5.5 puntos porcentuales sobre un estudio de 2013. Esa percepción no dista mucho de la de toda la población sondeada, mayores de 18 años: 55.7%, cuando en 2013 llegaba a 49%. En total, a 2015, el 64.7% de los peruanos percibía a la TV como negativa y muy negativa con la imagen del adulto mayor (CONCORTV - Lima Consulting, 2015)

Esa percepción no sería gratuita y respondería a la estereotipia que se forma desde los medios de comunicación y sus productos. Por citar, Ardito Vega (2014) ha analizado –someramente- que en los noticieros el protagonismo de las PAM suele reservarse a líderes de opinión como políticos tradicionales; y que las PAM comunes y corrientes aparecen sufriendo problemas, violencia, abandono; no son presentados de manera digna.

Sobre la ficción de humor televisiva latinoamericana los adultos mayores asumen, dice el mismo investigador, roles de consejería, son bonachones (abuelos, vecinos sabios, confidentes); distinto a la TV nacional. (Ardito Vega, 2014)

Se estaría, por tanto estereotipando a una población importante, las PAM, con las consecuencias que eso acarrearía. Han señalado Papalia, Sterns, Feldman y Camp (2009) que los estereotipos negativos sobre las PAM pueden ocasionar prejuicios como la falta de interés de los jóvenes en escuchar las opiniones de sus mayores; aunque los estereotipos positivos que muestran a la vejez como edad dorada, de paz y relaxo [como se muestra en la publicidad], no son más certeros ni útiles tampoco.

De hecho, la preocupación por los PAM desde la representación de los medios -radio y TV- es una de las líneas del accionar sobre poblaciones vulnerables que trabaja en el país el CONCORTV y en lo que han desarrollado entre los años 2008 a 2015, un total de 15 talleres multitemáticos, en su política de cumplir con la finalidad de propiciar en el país buenas prácticas en la radio y TV.

(CONCORTV, s.f.) Una práctica asumida por otros países de la Región -como también el seguimiento a medios- desde organismos como las defensorías del público, tal como lo ha compartido Pauwels. (2016)

En esa línea, Castañeda cree que los medios de comunicación, como la TV, sí pueden mejorar el modo en que enfocan poblaciones como las PAM, al ser parte esencial de la esfera pública, y constituir factor de formación ciudadana y de legitimación del poder, pueden -si se deciden- colocar temas de desarrollo, visibilizar actores, así como modos de resolver los problemas:

Los medios no determinan comportamientos pero influyen en la medida que colocan temas de discusión en la agenda. De allí su importancia de la construcción de una opinión pública que aterrice en agendas políticas y ciudadanas para legitimar temas de interés común. (Castañeda, 2015, pág. 2)

Con esos considerandos, nos preguntamos: ¿Aparecen las PAM suficientemente representadas en la TV nacional y especialmente en los programas de ficción? ¿Es el trato, representación social, e imagen que de las PAM se entrega en la ficción televisiva nacional justa, de respeto e inclusión?, ¿qué opinan los propios PAM sobre eso? No hay estudios académicos precisos al respecto.

A partir de estos preliminares, este estudio se propuso, con una metodología cualitativa, explorar un fenómeno definido que vincula a la TV peruana con la población de PAM, tanto en su representación en la ficción televisiva como en la autopercepción que las PAM tienen de esa representación. En síntesis encarar un problema de investigación que se sintetiza en esta pregunta doble: ¿Cuáles son los estereotipos y cómo es la autopercepción de las personas adultas mayores a partir de los programas de ficción en la televisión nacional peruana?

Motiva este trabajo, tentar preliminarmente conclusiones que a su vez nos ayuden a alcanzar a varias instancias, más allá incluso del CONCORTV (como televisoras, colectivos civiles y academia), recomendaciones de cara a contar con una TV más social, inclusiva y responsable con un importante sector poblacional como lo son sin lugar a dudas las PAM.

Descripción del estudio

Objetivo General

- Analizar los estereotipos y la autopercepción de las personas adultas mayores a partir de los programas de ficción en la televisión nacional peruana.

Objetivos específicos

- Contextualizar histórica, semántica, sociológica y conceptualmente la figura de las personas adultas mayores como parte de los imaginarios colectivos peruanos y su relación con constructos sociales empoderados en el país sobre todo a partir de medios de comunicación.
- Identificar patrones estereotípicos de las personas adultas mayores en programas de ficción televisivo según categorías, indicadores, índices e ítems específicos de análisis, usando herramientas de análisis cualitativo.
- Sondar la percepción, opinión, expectativas y demandas de una muestra de personas adultas mayores sobre la representación estereotípica que se hace de ellos en programas de ficción televisiva nacional
- Integrar los aspectos del estudio sistematizados en un informe final y exponerlo públicamente para activar la discusión de sus hallazgos en distintos planos de la sociedad civil organizada.

Justificaciones

El estudio es importante en tanto:

- La presente investigación dispondrá información relevante y nueva para el CONCORTV sobre lo que los programas de ficción televisiva nacional hacen respecto al trato hacia las personas adultas mayores (PAM), así como la autopercepción de ellas sobre esos programas, insumos para que en articulación con Estado, academia, productores y otros puedan tomar medidas al respecto.
- Sus resultados, una vez presentados y publicados, podrán ser usados críticamente por las ciudadanías de las regiones objeto de la investigación (y en otras incluso) así como por las mismas televisoras analizadas, orientándolos para que evalúen su propuesta programática y sus enfoques respecto a la representación de las personas adultas mayores (PAM).

- La presente investigación propone una alternativa en cuanto al uso adecuado del método cualitativo en sus tipologías hermenéutica y fenomenológica para el análisis de los estereotipos presentes en los programas de TV y en los análisis de autopercepción de sujetos sobre programas de TV, que se pueden extender más allá solo de las PAM.
- Con los resultados, las Facultades y Escuelas de Ciencias de la Comunicación y Educación de universidades del país podrán reorientar su oferta académica, contenidos y perfiles de temas tratados o por incluir en sus planes de estudio como la representatividad de los medios, el trato discriminatorio a poblaciones vulnerables, la producción de programas alturados, etc.

Metodología del estudio

La investigación involucró dos fases: 1) un análisis cualitativo de contenidos de programas de ficción televisiva, en los que algunas PAM son co-protagonistas (nunca son protagonistas), además de 2) un estudio de percepción aplicado a muestras de PAM para atender y entender su autopercepción que tienen de aquello que busca reflejarlos.

El estudio tuvo cuatro etapas: 1) revisión documentaria, confección de agendas de contactos y cronogramas, 2) identificación de los programas de ficción muestra y aplicación de instrumento diseñado *per se*, y 3) elaboración de directorio, aplicación de grupos focales a grupos de PAM de las zonas seleccionadas muestra 4) análisis de resultados, elaboración de conclusiones y propuesta de recomendaciones.

Cuadro 1: Número de programas y personajes por televisora ubicados para el estudio

Personaje	Canal de TV	Nº Programas	Nº Personajes
Al Fondo hay sitio	América	08	13
Amor de madre	América	06	02
Ven baila quinceañera	América	06	06
Nuestra historia: telenovela peruana	TV Perú	06	05
TOTALES		26	26

Fuente: Elaboración propia

El estudio abordó muestras de programas en un número idéntico de los cuatro seleccionados vigentes durante los meses de estudio, para sondear dentro Personajes PAM, que fueron finalmente disimiles en número y apariciones.

Las PAM fueron ubicadas, como sujetos de análisis colaboradores, en los Centros Integrales del Adulto Mayor (CIAM) de las municipalidades provinciales en las ciudades que se trabajó el estudio. Para cada *focus group*, de mañana y tarde, se tuvo entre 7 a 10. Los PAM de estos centros suelen de por sí ser muy colaboradores y participativos, lo que favoreció nuestra investigación.

Cuadro 2: Número de PAM por CIAM y grupos focales ubicados para el estudio

Centro Integral del Adulto Mayor - CIAM	Nº PAM	Grupo focal M	Grupo focal T
Chiclayo	19	09	10
Piura	19	09	10
Trujillo	14	07	07
TOTALES	52	25	27

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 3: Variable, categorías y Nº de preguntas usadas para los focus groups

Variable	Categorías	Nº Preguntas
Autopercepción de las PAM en programas de ficción de TV nacional	Fisionomía exterior	18
	Fisionomía intelectual	18
	Fisionomía moral	18
	Perfil ideal de PAM	1
	Total	55

Fuente: Elaboración propia

Tanto para el proceder al análisis de contenidos como para determinar la autopercepción el estudio se planteó una sola variable bajo tres categorías, tomadas de un planteamiento de Eco, H.,: fisionomía exterior, fisionomía intelectual, y fisionomía moral. En el caso de la autopercepción se

consideró una categoría más: perfil ideal de PAM. Para las tres categorías en el análisis de contenidos se desprendieron 14 indicadores en principio, siempre con la opción de otros.

Cuadro 3: Variable, categorías e indicadores considerados para el análisis de contenidos

Variable	Categorías	Indicadores	Índices	Ítems
Estereotipos de personajes de programas televisivos de humor	Fisonomía exterior	Edad	Rango	Temprana Media Avanzada
		Salud	Condición	Buena Normal / Esperada Delicada
		Constitución	Aspecto	Normal / Esperada Acentuada Exagerada
		Cuidado	Nivel	Mucho Normal Bajo
		Limpieza	Nivel	Mucho Normal Bajo
		Atractivo	Grado	Alto Medio Bajo Nulo
		Instrucción	Grado	Alta Media Baja Nula
	Cultura	Nivel	Alto Medio Bajo Nulo	
	Conocimiento	Rango	Alto Medio	

Fisonomía intelectual			Bajo Nulo
	Racionalidad	Rango	Alta Media Baja Nula
	Habilidad	Rango	Alta Media Baja Nula
Fisonomía moral			Bondad Veracidad Simpatía Autonomía Valentía Generosidad Amabilidad Empatía Solidaridad Fortaleza Humildad Afecto Optimismo Paz
	Valores positivos	Cualidad	
	Valores negativos	Defecto	Maldad No veracidad Antipatía Dependencia Cobardía Egoísmo Menosprecio Frialdad Repulsa Vulnerabilidad Soberbia Rencor Agresividad
	Normativa social	Correspondencia	Concordante Discordante

Fuente: Elaboración propia

El enfoque de la investigación fue cualitativo, con dos tipologías: fenomenológica y hermenéutica: buscó por un lado 1) explicar las características de la situación de los estereotipos de las PAM en los programas de ficción de la TV peruana estudiados, y 2) valorar las respuestas encontradas en grupos focales aplicados a las poblaciones de PAM consultadas.

Cuadro 5: Tipos de instrumentos, informantes y criterios de selección en el presente estudio

Tipo de instrumento	Lugar	Nº	Criterios de selección
Revisión de textos sobre conceptos relacionados a PAM, estereotipos, TV, etc.	Latinoamérica	100	Conceptualizaciones en libros, <i>papers</i> , tesis, páginas web
Análisis de contenidos sobre personajes de PAM en programas de ficción televisiva	Perú	24	Programas disponibles y legibles donde se ubica a PAM como coprotagonistas
Grupos focales a PAM de tres CIAM	Chiclayo(Lambayeque), Trujillo (La Libertad) y Piura (Piura)	52	PAM de ambos sexos y diferentes estratos participantes

Fuente: Elaboración propia

Breve conceptualización sobre PAM, TV, representatividad ciudadanía y estereotipos

Aproximándonos a las PAM

Aunque resulte una reducción simplista, las PAM son definidas, en principio, y como hemos dicho páginas atrás, a partir de su edad. Para la Organización Mundial de la Salud (OMS), un adulto mayor en el mundo, en general, lo será a partir de los 65 años, algo distinto para Latinoamérica, donde la cuenta baja cinco años, debido al menor nivel de desarrollo y esperanza de vida respecto de otros países. (Joy Chion Li, Rothschild Fernández, Alvarado Cáceres, & Vargas Feldmuth, 2006)

El ritmo con el que crece el segmento poblacional de PAM en el país es más que el doble del crecimiento de la población total, advierte un documento rector sobre el tema, procedente del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (2013):

Así, mientras que la tasa de crecimiento de la población total en el período intercensal 1993-2007 fue de 1.6% promedio anual, la tasa de crecimiento de la población de 60 y más años fue de 3.5% en el mismo período. Se estima que el año 2025, la población adulta mayor alcanzará casi cuatro millones y medio de habitantes y para el año 2050 serán alrededor de 9 millones. (Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, 2013, pág. 22)

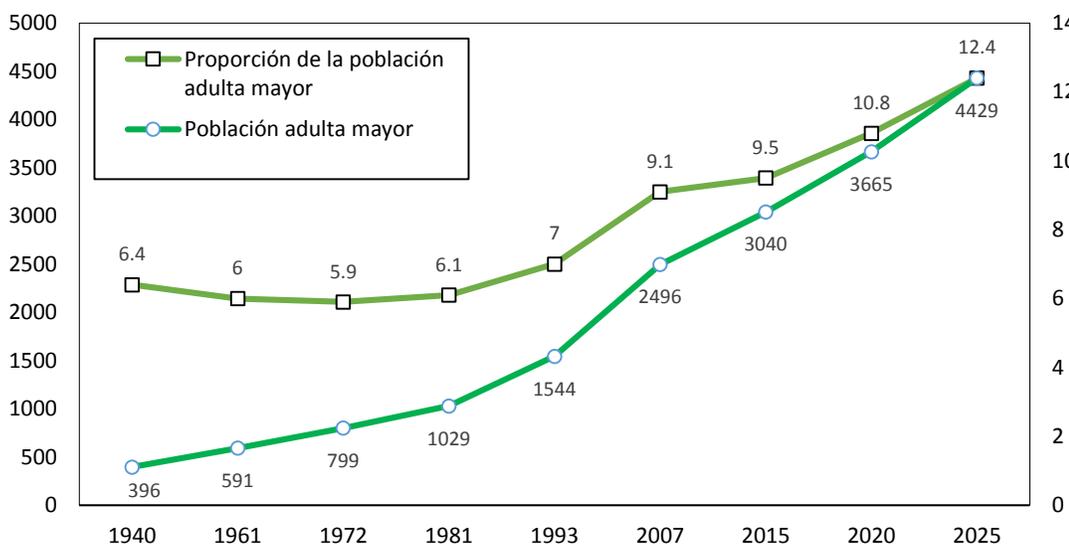


Figura 1. Evolución de la población adulta mayor peruana. Fuente: INEI, 2008 - Perú: Estimaciones y Proyecciones de Población Total, por Años Calendario y Edades Simples, 1950-2050 (Boletín Especial Nº 15)

Las tendencias no son exclusivas del país. La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) advirtió en 2004 que, según varias estimaciones, el Perú, como otros países de Latinoamérica, experimentaba un progresivo proceso de envejecimiento poblacional, que se aceleraría en la primera parte de este siglo XXI (Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, 2013). De hecho, citando un documento de la OPS de 2010, el PLANPAM 2013 - 2017 Plan Nacional para Personas Adultas Mayores ha reseñado:

En el 2010, la Subregión Andina tenía alrededor de 14 millones de personas adultas mayores y si se mantuviera el mismo ritmo de crecimiento de los últimos cinco años, para el año 2021, la Subregión va camino a tener cerca de 20 millones, lo que en un contexto de alta incidencia de pobreza y desigualdad social, es preocupante. (Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, 2013, pág. 22)

Las PAM constituyen una población importante y creciente a nivel mundial, en efecto. De acuerdo a la OMS, con un envejecimiento poblacional más rápido ahora que antaño, entre 2015 y 2050, las PAM en el mundo pasarán de 900 a 2000 millones, en un aumento del 12% al 22%, lo que marca retos de adaptación para las naciones. (Organización Mundial de la Salud, 2015-a)

Para poner un ejemplo: Francia dispuso de casi 150 años para adaptarse a un incremento del 10% al 20% en la proporción de la población mayor de 60 años, mientras que países como Brasil, China y la India deberán hacerlo en poco más de 20 años. (Organización Mundial de la Salud, 2015-a)

PAM: Abordaje de su estudio

En un marco conceptual sobre el envejecimiento, el reduccionismo cronológico, no hace justicia para entender todo lo que supone el amplio espectro de las PAM hoy en día. Para un entendimiento más cabal, es necesario cruzar distintos enfoques, aconsejan los expertos. Un primer punto pasaría por sentar las perspectivas con las que se suele emprender el estudio de las PAM, para después desarrollar una aproximación a partir de esas rutas.

Hay quienes, en principio, hablan de tres enfoques para aproximar el estudio sobre PAM: a) El enfoque biologicista (que se sustenta en dos teorías: la del envejecimiento programado y la teoría del desgaste natural); b) El enfoque psicológico (que focaliza, usualmente, desde dos teorías opuestas: la de la desvinculación y la del envejecimiento satisfactorio); y c) El enfoque social (con las teorías: funcionalista del envejecimiento, la de la economía política de la vejez y la teoría de la dependencia estructurada, básicamente). (Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, 2013)

Partiendo de una visión integral, el envejecimiento -desde una perspectiva cultural- hace referencia, en realidad, a un conjunto de acontecimientos transitorios a nivel somático, social y psicológico. Para las PAM y a partir del mismo proceso de envejecer, estos acontecimientos se diferencian de otros grupos generacionales, y son más de tipo social que biológico, no obstante: jubilación,

estereotipia, reducción del grupo familiar, pérdida de amistades, desvalorización de la vida social, ser considerado improductivo. (Cornachione Larrínaga, 2006)

Estos paradigmas han hecho que, en la actualidad, podría haber más discriminación por razones de edad que por el sexo o la raza, advierte un documento de la OMS (2015), algo que afectaría a las PAM. Se trata, además, de una discriminación que no solo afecta a las personas de edad avanzada, sino que también acarrea graves consecuencias para la sociedad en general.

Las distintas manifestaciones de esta discriminación, ya sean prejuicios, actitudes, prácticas o políticas, perpetúan estas creencias desvalorizantes y pueden dificultar la adopción de políticas más racionales y menoscabar la calidad de la atención sanitaria y social que se presta a las personas mayores. (Organización Mundial de la Salud, 2015-a)

Las PAM, como tales, y en oposición a lo que de común se sabe o se quiere saber de ellas, constituyen más que solo problemas, algo que coincide con el estado de las naciones. Mientras que en naciones subdesarrolladas o en vías de desarrollo, suponen “cargas” al Estado y delimitan una población claramente vulnerable, en países con más desarrollo son menores los paradigmas “de cuidado” sobre ellas.

En la región, por ejemplo en Chile, las personas adultas mayores son en 6 de 10 casos, el principal sustento de su hogar, y de ellos en casi en una proporción similar el único sustento; sus intereses son varios y sanos; como la lectura, en lo que superan a otros grupos poblacionales; se entregan en ascenso a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC); tienen más fe en las instituciones que los más jóvenes; son porcentualmente independientes, activan la economía y en suma el 60% de PAM dice sentirse felices. (Ventura, 2014).

La perspectiva biológica

Desde una perspectiva biológica, lo que más preocupa de las PAM es su salud, no sólo por el deterioro natural progresivo del cuerpo y la mente humanos sino, sobre todo, por la falta de disposiciones de los estados para prever y controlar en salud, lo que afecta más a quienes se encaminan al envejecimiento. Incluso, son pocas aún las incursiones científicas en las que se investiga para lograr una vida longeva más sana y saludable, aunque ya hay sobre todo en el campo de la genética. (Hall, 2013)

Mientras tanto, los principales problemas de salud que afectan a las personas de edad son las enfermedades no transmisibles. Y aunque quienes viven en países de ingresos bajos y medianos conocen de una carga de morbilidad más elevada respecto a sus pares de países ricos, en general, las principales causas de muerte en los ancianos son en todas partes las cardiopatías, el accidente cerebrovascular (ictus) y las neumopatías crónicas. (Organización Mundial de la Salud, 2015-a)

En el Perú, con políticas pro PAM todavía no relevantes, la salud de este grupo poblacional se cruza de variables que inciden en su vulnerabilidad: hábitos alimenticios poco saludables y problemas nutricionales (más de una cuarta parte de nuestros hogares, el 28,6%, tienen al menos una PAM con déficit calórico), mayor demanda por servicios de salud no atendida adecuadamente (el acceso al

Seguro Integral de Salud es restringido por falta de intervenciones específicas dirigidas a las PAM, por ejemplo), prácticas inadecuadas de uso del tiempo libre, etc. (Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, 2013)

La OMS (2015-a) ha advertido que la salud en la vejez no es una cuestión de azar, y que en la salud específica de las PAM se refleja tanto su herencia genética, como su entorno físico y social, que, a su vez, determina posibilidades de desarrollo y hábitos de salud. Factores que influyen en el envejecimiento desde la infancia: un anciano que nació en un entorno desfavorecido es más proclive a presentar problemas de salud y, probablemente, tenga menos acceso a servicios y la asistencia que necesite. Por eso los estados deben actuar con previsión y acción:

A menudo, el gasto social y sanitario dedicado a los ancianos se considera un costo para la sociedad cuando, en realidad, debe entenderse como una inversión que permite ofrecerles la oportunidad de seguir realizando numerosas contribuciones positivas.

[...]

Algunos países deben partir prácticamente desde cero para establecer estos sistemas (*de salud*), mientras que otros deben reformular sus servicios de atención crónica a fin de que dejen de ser una mera red de protección para los más vulnerables y se transformen en sistemas que mejoren en lo posible la capacidad funcional de las personas mayores y les permitan vivir con autonomía y dignidad. (Organización Mundial de la Salud, 2015-a)

Desde 2002, la OMS aboga por la puesta en marcha de medidas preventivas para atender a las PAM en lo que denomina, de hecho, el *envejecimiento activo*, definido como el “proceso de optimización de oportunidades de salud, participación y seguridad con el fin de mejorar la calidad de vida a medida que las personas envejecen”. (Organización Mundial de la Salud, 2002)

La perspectiva psicológica

Desde una perspectiva psicológica, las PAM pueden oscilar su comportamiento entre las bonanzas que les suponen la adultez y los perjuicios de la ancianidad. Pérez Serrano (2013) recoge la sistematización de Zacarés y Serra (1996) para reseñar algunos de los rasgos que Mc Farland y otros (1992) señalaron se incrementan con la edad: independencia, comprensión, voluntad sobre las propias creencias, cariño, bondad, relax, satisfacción con la vida, preocupación por los demás, orgullo propio, inteligencia.

Recogiendo lo previsto por Maslow (1991), Bravo Segal (2010) ha recordado que desde el condicionamiento psicológico, como factor de la calidad de vida de las PAM, es fundamental sentirse aceptadas, queridas, acogidas, perteneciente a algo o alguien, sentimientos en los que se basa la autoestima; o sea que el adulto mayor se perciba como capaz, útil y digno.

Con todo, algunas patologías de orden psicológico y psiquiátrico suelen asociarse también a los adultos mayores mucho más que a otros grupos de edad. Los trastornos depresivos y la demencia (senil) aparecen como dos de las nueve principales causas de discapacidad de las PAM en el mundo

(Organización Mundial de la Salud, 2002). La OMS, de hecho, advierte que entre un 5% y un 8% de la población de 60 años o más sufre demencia en este momento (Organización Mundial de la Salud, 2015-b).

De acuerdo a Papalia et al. (2009), la enfermedad de Alzheimer (EA), la forma más común de demencia, se ubica como la primera de las dos *enfermedades terribles* del envejecimiento, muy común y terminal además, por encima del cáncer (mal éste que influye en muchos sistemas de las PAM más agresivamente que en otras edades).

Arrebata de manera gradual la inteligencia, la capacidad de atención e incluso la habilidad para controlar las funciones corporales, y finalmente ocasiona la muerte. [...] El riesgo se eleva dramáticamente con la edad; por lo que el aumento en la longevidad significará que más personas sobrevivirán a una edad cuando el riesgo de EA sea más grande (Papalia, Sterns, Feldman, & Camp, 2009, págs. 131-132).

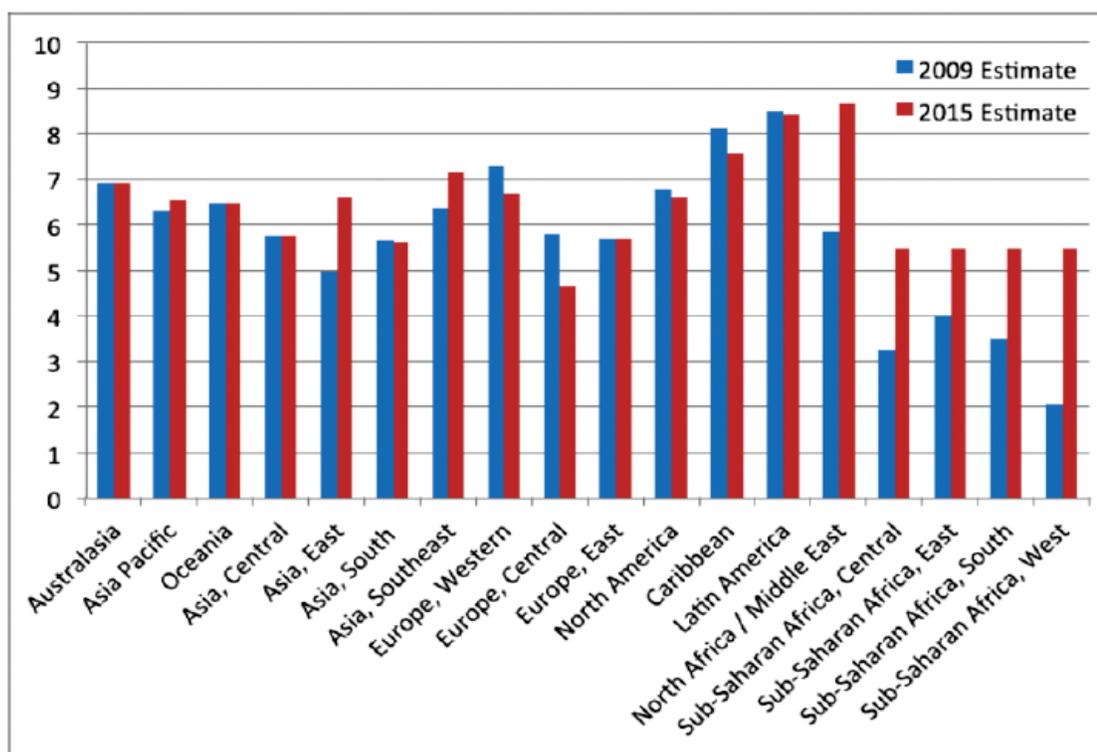


Figura 2. Prevalencia (porcentual) estimada de demencia en personas de 60 años y más, estandarizada para la población de Europa Occidental, por regiones GBD. Fuente: Alzheimer's Disease International - Londres: World Alzheimer Report 2015: The Global Impact of Dementia: An analysis of prevalence, incidence, cost and trends

La enfermedad de Alzheimer acapara entre el 60% y el 70% de los casos de demencia (Organización Mundial de la Salud, 2015-b). A 2015 ya afectaba a más de 46 millones de personas en el mundo, el 90% mayores de 60 años, ensañándose con El Caribe, Latinoamérica y África del Norte de África - Oriente Medio donde su prevalencia es sobre el 8% de PAM (Alzheimer's Disease International,

2015). En su implacable escalada, este mal podría afectar a 135 millones de habitantes en 2050, y convertirse en la enfermedad más importante del siglo XXI (Parrilla, 2014).

Perspectiva del desarrollo social

Podríamos sentar que las PAM conocen siempre un desarrollo de su vida marcados por factores que, como se han delineado, pueden ser de orden biológico, psicológico, social y demás. Se trata de factores y no necesariamente patrones, entendiendo lo acotado por Fernández – Ballesteros, Moya Fresneda, Iñique Martínez y Zamarrón (1999) que se han preguntado si existen formas iguales de envejecer. Se trataría más bien de factores, como han recordado Filho y Sarmiento (2000), citados por Gomes, Lopes de Freitas, Acevedo Hartwig y Pinheiro Largura (2008), que tampoco son únicos o uniformes para todas las PAM.

Ninguém envelhece da mesma maneira nem no mesmo ritmo. Isto significa que as experiências do envelhecimento não são iguais para todos. As diferenças genéticas, socioeconômicas, culturais e espirituais resultam em diferentes experiências do envelhecimento. (Gomes Júnior, Lopes de Freitas, Acevedo Hartwig, & Pinheiro Largura, 2008)

Con todo, varios estudios tratan de dar un marco referencial par sobre el desarrollo de las personas adultas mayores a partir de ciertas características compartidas, símiles, cercanas, de las que recogemos algunos datos para aproximarnos a una caracterización que, en todo caso, solo puede ser tomada de manera relativa.

El desarrollo social es fundamental para las PAM. Fernández - Ballesteros et al. (1999) han recordado, citando a Cohen y Syme (1985), lo vitalmente importante que son las relaciones sociales en todas las personas incluso ya que favorecen el desarrollo psicológico y social, amén de tener efectos sobre la propia biología al aumentar defensas naturales y protegerse de enfermedades.

Desde lo social, Bravo Segal sintetiza algunos cambios que marcan a las PAM:

En cuanto a los cambios sociales, encontramos: la jubilación, cambio en la estructura familiar, disminución del ingreso económico, pérdida de identidad y ausencia de roles sociales, así como también de seres queridos y red de apoyo social. Por último, también se produce aislamiento y soledad. (Bravo Segal, 2010, pág. 8)

La edad de las PAM supone, así, estadios marcados respecto a su actividad y conexión con los otros, lo que acarrea un declive en sus relaciones a nivel laboral, amical, familiar: al jubilarse no verán más a sus colegas, sus coetáneos comienzan a morir, las personas más jóvenes del hogar toman otros rumbos definitivos (los hijos y nietos se casan y se van) o relativos (las personas menores con quienes viven trabajan y/o estudian y se divierten con sus pares, por lo que los ven menos).

Pero es también cierto que algunos valores de la sociedad de estos tiempos marcan el desarrollo de cada vez más adultos mayores a nivel social como nunca antes y de un modo positivo. Pérez Serrano (2013) aborda desde una dimensión cualitativa matices de interés relacionados a la calidad de vida

(social) de las PAM: autonomía (deseable en ellas ahora, como en otras etapas de la vida siempre), libertad (para tomar decisiones sin tener que explicar a nadie), desvinculación (de quienes son sus familiares pero a quienes no ven seguido)

En este contexto, con más tiempo libre, pero sobre todo con ganas de socializar, las PAM cada vez más asumen retos como estudiar programas académicos universitarios serios y dirigidos ex profeso para ellos. Papalia et al. (2009) han dicho que los adultos (mayores) que retornan a las aulas traen una enorme motivación y aportan individualidad y su experiencia de vida. Y López La Vera (2009), del Programa de la Universidad de la Experiencia de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP - UNEX), ha agregado que se muestran exigentes y dispuestos a prosperar.

Dependiendo de su sanidad básicamente y del estado de las naciones en donde se encuentren las PAM en general tienden más a un desarrollo social más activo que antes, como han demostrado estudios de Ventura (2014) en Chile: viajan fuera de la ciudad, pasean en Centros Comerciales o Malls, invitan amigos al hogar, ncer deportes (aunque no en un gimnasio), salen a bailar y más.

A nivel físico - biológico el envejecimiento hará sentir su peso en las PAM por cuestiones naturales y rápidamente visibles. Aunque la OMS ha advertido que el envejecimiento biológico no siempre se corresponde con la edad, y que algunas PAM tienen facultades físicas (y psíquicas) que nada tienen que envidiar a personas mucho menores. (Organización Mundial de la Salud, 2015-a), lo cierto es que los cambios físicos se darán y podrán ser de relativamente menores (encanecimiento del cabello) a muy serios (por ejemplo, la artritis), ha analizado Stuart – Hamilton (2000).

Si a lo largo de toda la existencia los humanos conocemos de un deterioro progresivo del cuerpo, el cual se visualiza en condiciones normales sin dramatismos, hacia la adultez tardía, los cambios físicos se volverán más obvios, y se traducirán, en general, una piel más pálida y manchada, con pliegues y arrugas, venas varicosas en las piernas, cabello más blanco y delgado, etc., sintetizan Papalia et al. (2009).

Son cambios exteriores que evidencian un debilitamiento interior, seguramente. Así, en el promedio de las PAM los cambios se verán en los tejidos, los órganos y los procesos vitales que se tornarán más lentos y que serán materia de una aparición sostenida a lo largo de periodos prolongados de tiempo, como ha reseñado Cornachione (2006)

La mayoría de las personas [adultas mayores] se dan cuenta que los órganos vitales comienzan a perder funcionalidad con el proceso de envejecimiento. Los cambios por envejecimiento se producen en todas las células, tejidos y órganos corporales y afectan el funcionamiento de todos los sistemas corporales. (Cornachione Larrínaga, 2006, pág. 72)

Pérez Serrano (2013), reconoce que la vejez a nivel físico – biológico se mueve entre algunas cuestiones que, a simple vista dramáticas e indeseadas, encierran claves para sacarles partido: 1) impedimento de la vida activa (ciertamente no actividades ya juveniles, pero las PAM tendrán otras preocupaciones), 2) debilitamiento de las fuerzas del cuerpo (cierto, pero se compensa con el aumento de sabiduría y experiencia); 3) privación de placeres (de ciertos placeres, mismos que se

sustituyen por otros tal vez más elevados), 4) vecindad con la muerte (innegable, pero como planteaba Cicerón, la muerte debería asumirse solo como punto final de un ciclo)

Los factores psicológicos que marcan el desarrollo las PAM son: se inicia un contraste con el pasado, con el tiempo cobrando nuevos significados (pues se hallan en el descenso de la curva sus vidas), supone pruebas para confirmar su personalidad, y disminuye la capacidad de rendimiento y aumenta la fatiga (para una primera etapa: 60/65 y 70/75 años); y luego aceptan más sus límites y enfermedades, enfrentan la muerte de sus iguales y temen la propia, aprecian la sabiduría frente a la fuerza física, etc. (segunda etapa: 75 /80 años a más), según ha compilado Pérez Serrano (2013).

Para Papalia et al. (2009), las PAM modulan su desarrollo desde su salud mental, desde posibilidades antagónicas, estudiados desde los modelos de “envejecimiento exitoso” -modelos normativos (se envejece bien si completan tareas psicológicas normales de cada periodo de su vida en forma emocionalmente saludable); modelos de equilibrio (que proponen puntos de encuentro entre estabilidad y cambio,)- a “patrones de comportamiento destructivo” (que pasan por trastornos de uso de sustancias, efectos de cohorte, abuso y dependencia de alcohol, violencia, etc.

Pero los investigadores aclaran que, en contra del estereotipo, el deterioro de la salud mental en las PAM no es la regla. Y que, para entender su real dimensión, estos casos se producen a partir del mal manejo de condicionantes físicos que no se asumen o atacan con vías de solución activa, en lo que influye ciertamente: a) la comunicación, b) la personalidad y la c) plasticidad de cada adulto mayor (Papalia et al., 2009).

Una serie de condicionamientos sociales marcan también el desarrollo de las PAM desde sus reacciones psicológicas – emocionales. En ese sentido, al sentirse abandonado, no querido o rechazado un adulto mayor, con una probable vulnerabilidad económica (porque dejaron de ser económicamente productivos y dependen de sus jubilaciones y/o de las pensiones solidarias del Estado), sin actividad física ni recreativa significativa, desencadena más reacciones psicológicas – emotivas negativas; mientras que un entorno en los puntos descritos pero positivos, insta a reacciones favorables, se desprende del repaso de Bravo Segal (2010).

Por último, en este punto aclarar que este desarrollo psicológico de las PAM responde también a una base fisiológica que las afecta más o menos y que tiene que ver con la anatomía básica del sistema nervioso: el sistema nervioso central (SNC) y el sistema nervioso periférico (SNP), que sufre cambios y que puede hacerlos más vulnerables que en otras edades, como ha estudiado Stuart – Hamilton (2000).

La TV, una mirada

El soporte mediático que, en sus contenidos vinculados a las PAM, analizaremos para esta investigación es la TV. Revisaremos aproximaciones a su naturaleza, funciones, ser y deber ser. Así decir, en principio, que la TV es un medio técnico de comunicación a través del cual se pueden dirigir al público diversos géneros de discurso comunicativo, cada uno de los cuales responde, por un lado

a las leyes técnico-comunicativas del servicio, como a las propias de los determinados discursos a que apela (Pérez J. , 2010).

En realidad, la TV es más que eso: es tanto dispositivo narrativo audiovisual e institución industrial, social y cultural, eje de la comunicación contemporánea (Rincón, 2002), como medio omnipresente - omnipotente que nos configura opiniones y criterios (Froufe, 1998), y con inmediatez y fluidez, nos introduce en sus escenas, colocándonos en la acción, con la sensación excepcional de la historia inmediata, sublimando las vulgaridades de la vida para significarlas dramáticamente (Ponce, 2001); como que influye imponiendo modelos, que los espectadores quieren imitar –más los menores- lo que deviene en pérdida de identidad (Sánchez, 1999).

No siempre fue así. La TV se erigió con unas funciones que hoy son lugar común: “informar, educar, entretener”, y que León (2009) recuerda fueron los objetivos al crearse la TV pública británica, expresados por el primer director general de la BBC, lord Reith, más tarde adoptados por el resto de TV públicas europeas, lo que supuso un conflicto para las luego nacientes televisoras privadas: “El nuevo medio se veía fundamentalmente como una nueva oportunidad de negocio, cuya razón de ser más importante era entretener a la audiencia” (León, 2009, pág. 15).

Posteriormente, los teóricos han intentado empatar lo que la TV hace en realidad con lo que debería hacer idealmente, en esa dicotomía de su *ser* y su *deber ser*, para agregar más funciones (y responsabilidades). Rincón y Estrella (1999) han anotado, diríamos sobre las funciones de Reith, las funciones: 1) de persuasión, 2) de compañía, 3) legitimadora, 4) narradora y 5) mítica. Sin desdeñar las otras nos centraremos en su función legitimadora, misma que nos interesa explotar para esta investigación,

En esa función legitimadora, considerar que la TV es: a) espejo social (“reproduce los modos de vida y las formas de pensar, representar e imaginar que tenemos como sociedad”), b) productor de saber social (“promueve el conocimiento más común y eficaz para vivir la vida”), c) dispositivo cultural (“ofrece estilos de vida que permiten identificación social”), d) vida cotidiana (“pues ocupa, en niños y jóvenes un espacio mucho más amplio y agresivo que la instancia mediadora escolar”), siempre de acuerdo a Rincón y Estrella (1999, págs. 45-46)

Para Cassetti y di Chio (1999), con un sesgo más libre, son cuatro funciones: 1) f. de construir historias (la TV convence al televidente y este se identifica con los problemas, estilos de vida o historias relatadas); 2) f. barda (los televidentes forman su propio lenguaje, con lo que se les transmite); 3) f. de construir ritos (la TV nos crea dependientes de seguir sus rutinas y ritmos); 4) f. de construir modelos, (la TV es ejemplo social: los televidentes toman prestado comportamientos, valores, ritos, mostrados en el medio). Para esta investigación abordaremos la cuarta función.

Cumpliendo sus funciones o no, la televisión es lo mismo objeto de crítica social válida proveniente de la academia, como de fuertes apegos populares, finalmente el sustento de su manutención, su triunfo, su estar al aire. Cassano ha sintetizado:

Para ser sinceros, muchos programas se merecen esa apreciación [negativa] y mucho más; muchas etapas de nuestra televisión en el Perú y en otros países son grandes responsables de esta visión. [...]

A pesar de ello, no se puede negar que está extremadamente ligada a nuestras vidas, posee logros, presenta aportes a la sociedad, a la cultura, a la formación de la identidad, a la información, y porque no, al entretenimiento [...] (Cassano, 2010-b, pág. X)

Quizá de lo que se trate no es de encontrar respuestas de hecho sino más bien generarse preguntas sobre su deber ser para exigirle a la TV más de lo que hemos encontrado nos ha dado hasta ahora. Plantearnos, como ha recomendado Russi, (2016) más preguntas y menos respuestas puede hacer la diferencia entre lo que veamos en la sociedad y en la comunicación, y por extensión no sólo en la TV sino en sus vínculos de este medio con el espacio donde precisamente cobra sentido.

Diversidad y representatividad en TV

En ese tránsito, la TV reconoce la diversidad, según ensaya la misma autora, remontándose a Martín Barbero y a Rincón. La TV representando, posibilitando la narración del mundo, fluyendo de imágenes para acercarnos y relacionarnos con la realidad, conectándonos emocionalmente con fragmentos del mundo en un tiempo dado, la TV como hecho cultural y mediadora social. (Cassano, 2010-a)

Vásquez (2012), a su turno, ha concluido que la TV no puede, sin embargo, con toda la representación de la cultura y su diversidad:

Lo que [...] sí nos puede alcanzar es una exploración mediada de ciertos aspectos de esta diversidad cultural. Al ser esta última variada y al ser la TV un medio de comunicación con limitaciones técnicas que lo obligan a destilar solo representaciones de la realidad —más que la realidad misma— no es posible que podamos asir nuestro frondoso escenario cultural con todos sus matices e implicancias. (Vásquez F., 2012, pág. 97)

Como fuere, la TV, como otros medios, acude a una representación de lo real, y en eso contribuye, quiéralo o no, positiva o negativamente, a la construcción de la identidad, un accionar nunca gratuito.

La radio, la televisión y el video son espacios de representación simbólica que forman parte de nuestro espacio identitario, ya que constantemente nos entregan discursos y relatos que ayudan a configurar y/o reforzar nuestras representaciones de nosotros mismos y el mundo. (Cassano, 2011, pág. 15)

En esta representación de lo real, la TV como todos los medios, tiene una deuda con la construcción de ciudadanía, en el erigir de la llamada *acción comunicativa*, que Martins da Silva (2011) recuerda como categoría creada por Habermas para designar iniciativas individuales o grupales con miras a resultados de beneficio colectivo, caracterizados por la transparencia, el diálogo y el consenso.

En este punto, la TV se bambolea entre ese accionar comunicativo: “Los programas cada vez más demuestran la voluntad de invitar al espectador a participar en el contenido” (Tellaroli Fenelon, Genaro Lemos, Ferreira Aneio, & Motti, 2014); y un silencio total sobre partes de la realidad: “De quando en quando vejo que o silêncio não é comunicação nem não comunicação; o silêncio é antimateria da comunicação” (De Paiva Costa Barroso, 2013). Pero también seguramente, una escala de grises entre esas dos posiciones extremas.

Se trata de recordarle a la TV, estatal y privada, que como medio social, tiene además de fines comerciales, establecidos en las lógicas del mercado para su subsistencia, responsabilidad social. García Luis (2009), citando a Gomes, recuerda los siete valores que deben presidir toda la comunicación de masas (por extensión la de la TV): 1) el ser humano, la dignidad y el valor de la persona, 2) humanización, 3) competencia y responsabilidad, 4) sinceridad, honradez y verdad, 5) equilibrio entre formación, información y recreación, 6) construcción de conciencia y criticismo, y 7) libertad de comunicación dentro de un orden jurídico justo.

PAM en TV, historia cortada

Dos fenómenos pueden sintetizar la presencia histórica de las PAM como personajes en la TV peruana con énfasis en los programas de ficción: 1) han estado intermitentemente en roles secundarios, en general, en telenovelas y programas de humor básicamente y 2) de su paso hay más bien un exiguo registro académico serio que pueda permitir una sistematización confiable: los historiadores y compiladores de la TV no han hecho foco en ellas, las PAM, como sí por ejemplo en los andinos (y andinas) y los afroperuanos. (Ministerio de Cultura, 2014)

Algún registro nos recuerda, no obstante que las PAM han estado representados desde casi los orígenes de la TV peruana. En el humor, por ejemplo. “El Tornillo”, emblemático programa cómico que se emitió entre febrero de 1968 a enero de 1975, introdujo a varios personajes PAM de regular éxito para la burla y el exceso: “Don Tembleque” (Jorge Montoro), y “Eduviges Matusalén” (Jesús Morales), y un adulto mayor anónimo, el más recordado, de la secuencia “La santa paciencia” (Alex Valle) entre otros. (Arkivperu.com, s.f.)

En adelante, como han estudiado, Peirano & Sánchez León (1984), las PAM serán personajes para el humor casi en la misma categoría que los enanos y las gordas, los andinos, andinas y los feos. Para acentuar su atractivo, guionistas y productores no han dudado en cruzarle cualidades de rareza que les puedan conferir extraños encantos desde por ejemplo lo esotérico, si son mujeres, como “Madame Sapatini” y “Doña Gertrudis”, ambas suerte de oscuras adivinas de los programas cómicos de entre los 70 a 80 del siglo pasado.

Para las PAM varones, el humor les busca también acentuar “cualidades” que se puedan emparentar (¿?) con la edad. Así, tienen sentido tres personajes interpretados por un mismo actor, que en sí mismo ya era un adulto mayor, el cómico Alex Valle, en una vida intermitente como “Don Protestón”, “Don Pésimo” y “Don Hipócrita”. (Peirano & Sánchez León, 1984),

Fuera de lo que han compilado estudiosos de la TV sobre la ficción de humor, insistimos, es corto y poco claro el registro de lo que más personajes PAM han hecho en otros géneros como la telenovela. El historiador y crítico Fernando Vivas (2008) se refiere a una telenovela que coprotagonizó Norma Doncel en 1964 como “la madre doliente”, sin dar más detalles del nombre de la producción, aunque una escondida página web lo aclare: *Intriga infame*. (IMDb, s.f.)

De otros escondidos registros tenemos también que alguna que otra vez, como excepción para confirmar reglas, y ya hace mucho, mucho, tiempo, el centro del argumento de una telenovela fue una PAM desde su rol de sufrida progenitora. En *Las madres nunca mueren* (1961), una actriz argentina encallada en Perú desde décadas atrás, Elvira Travesí, dio vida a un personaje irrepitible por su rara ausencia y del que se ha discursado muy poco. (Torralva, 2009)

Más allá de lo que ha sido siempre una constante en la ficción nacional, las PAM, varones o mujeres, según las diseminadas pistas de ese devenir histórico y el hoy presente de la TV peruana, no es que aparezcan como centro de las tramas. “En las series se observa normalmente que las viejas ya no tienen importancia y toda la historia se enfoca en las jóvenes”, ha dicho en tono de reclamo una actriz PAM, Mabel Duclós, a su regreso a una exitosa producción nacional. (Vílchez, 2013)

TV y ciudadanía

Los medios en su función de relacionar y erigir *ciudadanía*, ese todo complejo que como ha reconocido Robledo Ríos (2013), demanda una condición para reflexionar, y que pasa de asumir formalidades simbólicas hacia la necesidad del reconocimiento básico de los sujetos de una nación dentro de un estado moderno, asumirnos y asumir al otro y los otros, configurar identidades (las necesarias para un espacio de convivencia) y sobre todo para reconocer la dignidad de los individuos como su base (ciudadana), en necesidad de identificarnos y entendernos en un ser y hacer con el requisito de la participación como exigencia para esa construcción ciudadana

Entramos en terrenos en que es necesario reconocer a la comunicación como gestora de ciudadanía, democracia y desarrollo, sobre el concepto específico de *ciudadanía comunicativa* que acotamos de Martín Barbero (2001, pág. 45): “[...] Lo propio de la ciudadanía hoy es el hallarse asociada al ‘reconocimiento recíproco’, esto es al derecho de informar y ser informado, de hablar y ser escuchado, imprescindible para poder participar en las decisiones que conciernen a la colectividad”, para existir en sociedad desde lo individual como lo colectivo, siendo mayorías como minorías.

Y cómo sobre eso ha reflexionado Checa Montufar:

Esa democratización [de la comunicación] implica que todos los sectores sociales tengan no solo conciencia sino, sobre todo, la posibilidad de ejercer la comunicación como un derecho, de consolidar una ampliación y democratización de la ‘esfera pública’ como condición indispensable para superar las exclusiones de todo orden y fortalecer la democracia. (Checa Montúfar, 2012, pág. 17)

Como ha recordado Kaplún, (2016) de un modo u otro, más o menos, toda la teoría misma de la comunicación de masas, desde la Mass Communication Research a las propuestas más actuales de la

Comunicación para el Desarrollo, pasando por la Teoría Crítica a los *Cultural Studies*, y la Teorías Semióticas o la Comunicación Alternativa, se han atravesado por esa preocupación por los compromisos ciudadanos, revisando las deudas que la comunicación tiene o debe asumir con los pueblos para hacerse universal y superar inequidades.

Estos compromisos ciudadanos, la comunicación hoy debe de replanteárselos a la luz de las neotecnologías y lo que las tecnologías ya existentes hace buen tiempo, pueden hacer desde su propia evolución, como sería la TV. Así como se lo ha cuestionado Quiroga a partir de reflexiones engarzadas de Fausto Neto, Muniz, Santos, Vátimo y Sodré. Sobre todo este último desde su concepto del *ethos mediatizado*, según el cual a los tres tipos de géneros o *bios* de la existencia propuestos por Aristóteles (vida contemplativa, vida contemplativa y vida placentera) habría que agregar una dimensión fruto esta época: *el bios midiatico*, según el cual la mutación tecnológica ya no puede ser separada de la condición humana. (Quiroga, 2011)

Mueve nuestra preocupación, aunque suene vano pedirle ese compromiso a los medios todos y más específicamente a la TV privada, una apuesta por el desarrollo que ciertamente los medios de comunicación no han asumido amparándose en sus fines exclusivamente comerciales olvidando su rol social, no solo establecido en la axiología académica sino incluso en marcos legales de países como el nuestro, y el reclamo organizado de actores de la sociedad civil que cada vez irrumpen anizando su voz aunque con poco eco (respuestas de los propios medios, claro). Desarrollo como lo recuerda Rosa María Alfaro:

Si bien [el concepto de] “desarrollo” carga hoy una idea de cambio o transformaciones específicas de la sociedad y sus sistemas organizativos y de poder, busca rutas que logren superar la pobreza, inequidades o discriminaciones de todos tipos, el cuidado del medioambiente que se va desgastando, la salud para todos, la inclusión de actores discriminados, entre otros temas que nos promueve la convivencia democrática en toda organización de la sociedad. (Alfaro, 2009, pág. 13)

Sobre percepción y autopercepción

Nos detendremos en *autopercepción*, concepto marco de una de las variables de estudio en esta investigación. En realidad, el vocablo como tal no está registrado con significado propio en el Diccionario de la Academia –como sí ocurre con autoabastecimiento, autoenfoco, autopropulsión, y más-, pero se puede intuir a partir de lo que significa, por un lado, *auto* como partícula prefija: “1. elem. compos. Significa 'propio' o 'por uno mismo’” (RAE, 2014, pág. 243) y lo que en sí significa percepción.

El vocablo madre *percepción* puede aparecer lacónico en los diccionarios, cuando, como veremos más adelante, tiene una gran riqueza signficante. Semánticamente, en su primera acepción registrada, *percepción* se refiere a la *acción y efecto de percibir*. Pero por *percepción* podemos entender más específicamente “2. f. Sensación interior que resulta de una impresión material hecha en nuestros sentidos” y “3. f. Conocimiento, idea” (RAE, 2014, pág. 1680).

Yuxtaponiendo tendremos por *autopercepción*:

Sensación, conocimiento o idea sobre uno mismo,

Fuera de los estrictos predios de la semántica, la percepción y la autopercepción convocan mucho más. Guardiola Jiménez (S/F) ha resumido que el estudio de la percepción, en terrenos de la psicología, ha evolucionado implicando progresivamente las experiencias y los procesos internos del individuo, y así se ha pasado del planteamiento ecologista de Gibson (simplista y centrado en la información que da solo el estímulo sin más procesos mentales del individuo), al pensamiento clásico de Neisser (la percepción como un proceso activo-constructivo, en el que el perceptor aceptará o rechazará el estímulo), y finalmente al de la psicología moderna (que valida la constante interacción con el entorno en un marco de flujo informativo: la estimulación alcanza los sentidos para comprender nuestro hábitat, lo que hacemos en él y nuestros estados internos).

Para aproximarse a un entendimiento más puntual de lo que percepción significa podemos partir de sus dos planos formativos reconocidos: individual y colectivo.

En primer lugar, debe señalarse que estamos ante un fenómeno –la percepción– que, a simple vista, es individual y subjetivo. Tal como se puede observar en las definiciones que provienen de distintas disciplinas –desde la Psicología, pasando por la Comunicación Social hasta la Mercadotecnia–, el componente cultural se aborda, generalmente, como circunstancia externa que demarca su configuración, dando cuenta de la influencia de los factores culturales y sociales sobre la percepción que el individuo tiene de sí mismo y de su entorno. (Atar, 2010, pág. 10)

Siguiendo esa lógica, no es fácil arribar a definiciones sobre percepción –acotada desde lo individual vinculada a procesos sensoriales y de cognición– para trasladar su conceptualización a dimensiones de lo colectivo o social. Eso nos lleva a un concepto más: el de representación social “textura psicológica autónoma y a la vez como propia de nuestra sociedad, de nuestra cultura [...] una forma de conocimiento particular de nuestra sociedad, e irreductible a cualquier cosa” (Moscovici, 1979, págs. 29-30); formas no estáticas: tanto sujeto como objeto son activos, y así le confieren al concepto su carácter dinámico, como ha reseñado Atar (2010).

Guardiola Jiménez (S/F) sintetiza que la percepción no es un proceso concluyente y que más bien son sus características la subjetividad, la selectividad y la temporalidad. Son sus componentes tanto las sensaciones (respuestas a la estimulación a los órganos sensoriales) como los inputs internos (propios del individuo como necesidades, motivaciones, experiencias). No resume que las fases de la percepción son: selección, interpretación y organización.

Como quiere que fuera, el concepto de percepción ha supuesto una variante para estudios de investigación en los que se busca de un grupo de habitantes opinión, valoración, demandas, expectativas. Isturitz (2006) ha señalado que estos estudios están dentro de la tipología de los estudios subjetivos, y que se caracterizan por analizar cómo el ciudadano recibe el impacto de un determinado producto o servicio (por ejemplo, la valoración política); en contraposición a los

estudios objetivos, que analizan datos cuantitativos y que se repiten con el tiempo, como los recuentos electorales.

Las fases por las que evolucionan los estudios de percepción son tres:

I Fase de encuesta: fase en la que se efectúa el diseño, pilotaje y toma de datos

II Fase de análisis: en la que se efectúa una reflexión conceptual comparativa.

III Fase estratégica: en la que se toman las decisiones estratégicas.

(Isturitz, 2006, pág. 2)

Bravo Segal (2010) ha ligado el concepto de percepción y autopercepción a las PAM:

[...] la percepción y actitud que el adulto mayor asuma ante el envejecimiento depende tanto de la percepción de sí mismo, la percepción de los demás, y de [...] ambas en conjunto. Así pues, muchas personas llegan a ser adultos mayores lúcidos y se sienten plenos para realizar diversas actividades y/o trabajos. No obstante, hay otro grupo que al jubilar, o llegar a mayores, sienten que la vida se les ha acabado, perdiendo su autoestima y teniendo percepciones negativas sobre sí mismo. (Bravo Segal, 2010, pág. 16)

Esteretipos, medios y TV

Inicialmente, podemos entender *estereotipo* como la “1. m. Imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable” (RAE, 2014, pág. 968), y así tener que un estereotipo no es en principio negativo. Más bien los estereotipos ahorran esfuerzos en formarnos una idea de los miembros de un grupo, oficiando como guías de comportamiento. Aunque con frecuencia, en la práctica también, se acompañan de una valoración, de orden negativo, sobre las características del grupo, lo que acarrea prejuicios, sintetiza Vásquez (2014).

Así, estereotipar, un proceso común y natural en todas las culturas alrededor del mundo que sirven como atajos mentales para asir comprensión sobre los otros, y algo no negativo en sí, suele terminar siéndolo. Los estereotipos se refieren a generalizaciones, que aunque las hay positivas, la mayoría deviene en negativas y resistentes al cambio, facilitando el prejuicio y la discriminación, ha estudiado Aguilar Morales (2011).

Galán Fajardo (2006), sobre Santoro (1977: 96), ha recogido que la primera formulación del término estereotipo se atribuye a Lippman (1922) y, luego, a Katz y Braly (1933). Para Lippman los estereotipos son representaciones o categorizaciones rígidas y falsas de la realidad, que devienen de un pensamiento ilógico; pero que funcionan en un marco de economía que nos procuran a los humanos comprender los entornos, al simplificar procesos cognitivos.

Los estereotipos negativos implican un efecto en quienes los consumen: su percepción y conocimiento de la realidad es apenas parcial, o sea equívoca, con las consecuencias de lo que eso suponga. Ha reflexionado la escritora nigeriana Chimamanda Adichie: “La historia única crea

estereotipos y el problema con los estereotipos no es que sean falsos sino que son incompletos. Hacen de una sola historia la única historia.” (Adichie, 2009)

Pero los estereotipos también ocasionan problemas en los sujetos vilmente estereotipados. Se conoce a ese fenómeno como la *amenaza del estereotipo*, algo estudiado tanto en trabajos clásicos, como los de Steele y Aronson (Steele y Aronson, 1995; Steele, 1997), como en más modernos, por citar los de Shapiro y Neuberg (2007), reseña Furrer Correa (2013). Para precisar:

Los estereotipos sobre determinadas capacidades de los miembros de un grupo en relación a características como la raza, sexo, estatus, religión, etc., pueden afectar a su rendimiento en tareas que evalúan esas capacidades. (Furrer Correa, 2013, pág. 239)

No pocos estudios científicos, en efecto, han demostrado que muchos de los estereotipos son culpables finalmente del desempeño de los sujetos blanco de la estereotipia, y el que se les etiquete (social, étnica, religiosamente), acaba modelándolos; como consecuencia esos sujetos estereotipados se ajustaran a un papel que otros tienen en su mente interpreten. (Pérez C. , 2012)

Entre los espacios en los que se alojan los estereotipos están los medios de comunicación. De hecho, la publicidad recurre bastante a ellos, para motivar consumo; y el cine vio desde siempre que era más fácil entrar en los espectadores usando (y abusando) de estereotipias: “los villanos antes eran soviéticos, hoy son árabes y los marginales suelen ser latinos.” (Definicion.de, 2015)

En la televisión de todas partes los estereotipos son frecuente recurso también, algo que puede atravesar los formatos de su programación, incluso la de ficción. Vásquez (2014) ha estudiado, por ejemplo, programas de TV españoles para concluir que así *venden* mejor: argumentos que explotan estereotipos regionales, ya para reafirmarlos, ya para ponerlos en entredicho.

La televisión peruana se rinde también a los estereotipos, casi desde el inicio de su historia como han analizado entre otros, Peirano y Sánchez León (1984), Vivas Sabroso (2008), y Ardito Vega (2014). Y un documento del sitio de alertas contra el racismo del Ministerio de Cultura da cuenta de la presencia abusada generalizada en la pantalla chica de dos de nuestras etnias fundamentales: la andina y la afroperuana. (Ministerio de Cultura, 2014)

Análisis de personajes de TV

Para analizar personajes de TV se puede usar distintas metodologías ya validadas. Galán Fajardo (S/F) propone un estudio de personajes audiovisuales basándose en modelos previos de caracterización construidos alrededor de tres ejes fundamentales: 1) descripción física, 2) descripción psicológica y 3) descripción sociológica.

Otra metodología actual es la propuesta por Echazarreta Soler y Vinyals i Corney (2010), y que implica analizar gags de programas de humor desde dos marcados aspectos: 1) el punto de vista del discurso de los personajes y 2) el posible sentido oculto o metafórico de las escenificaciones, ambos momentos a través de la observación de un conjunto de elementos que –en el relato- interactúan constantemente entre sí, un total de 27.

Carrasco Campos (2011) usó para analizar personajes de telecomedia española en cuanto su realismo, dos dimensiones: 1) Relaciones entre ficción y realidad (¿en qué medida son realistas los personajes) y 2) Relaciones entre comedia y realismo (¿en qué medida el carácter realista -o pseudo realista- influye en el perfil cómico de los personajes?), sumando al análisis propio de los personajes, un análisis teórico de la comedia por imitación (basándose en elementos teóricos).

Sin dejar de acudir a algunos de los elementos de las metodologías citadas, otra interesante resulta la de tres grandes grupos que propone indirectamente Eco (2013) para personajes típicos literarios: fisonomía exterior, fisonomía intelectual, y fisonomía moral: “Puede ser considerado como típico un personaje que, por el carácter orgánico de la narración que lo produce, adquiere una fisonomía completa, no sólo exterior, sino también intelectual y moral” (Eco, 2013, pág. 234).

La fisonomía exterior abarca una suma de rasgos físicos objetivos (constitución, peso, limpieza) pero también otros subjetivos (cuidado, belleza, atractivo). La fisonomía intelectual, rasgos de la potencia cognoscitiva racional, sea exógenos (instrucción, entorno educativo), o endógenos producto quizás de los anteriores (conocimiento, entendimiento, racionalidad). La fisonomía moral, incluye valores positivos (bondad, simpatía, generosidad, etc.) y negativos (maldad, cobardía, agresividad), y la correspondencia a la normativa social o moral (de concordante a discordante), (Alarcón, 2015-a)

Un punto importante que sustenta la metodología basada en la propuesta de Eco es la significación de los personajes. Para ser significativos, estos deben conectarse con los públicos, algo que desde la literatura estudió de modo positivo Lukács, y que recoge Eco para legitimar esa significación y tipicidad, propuesta en su modelo, y que se insiste podemos extender, aunque en el caso de los personajes estudiados de la TV de ficción se dé la conexión de manera negativa.

[...] cuando el autor consigue revelar los múltiples nexos que unen los rasgos individuales de sus héroes con los problemas generales de la época; cuando el personaje vive, ante nosotros, los problemas generales de su tiempo, incluso los más abstractos, como problemas individualmente suyos, y que tienen para él una importancia vital. (Lukács, 1955)

La metodología basada en Eco se puede extender a personajes de ficción televisiva. Como ya revisó Alarcón (2015-a), la TV, peor que mejor, ha reemplazado con impacto a la literatura, con lo que validaríamos extender patrones de análisis de ésta a aquella, si bien tal reemplazo, evidencia injusticias en el apego popular antes dado a la literatura: “El artista y el intelectual en el Perú han sido rebajados a contraejemplos del pragmatismo, símbolos de fracaso o de elitismo. Los hemos reemplazado con figurines de celuloide y payasos televisivos” (Faverón Patriau, 2015, pág. 32).

Así, el modelo de estudio de la tipicidad literaria propuesta por Eco se ha podido extender, adaptada con las distancias del caso a otros ámbitos, y en exacto se ha usado ya para analizar personajes de ficción televisiva, algo que recientemente hizo Alarcón (2015-a), en una metodología validada por el Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV).

Estereotipos de las PAM en los programas de ficción de la televisión peruana

Preliminares

Resumiremos los resultados de una de las partes centrales de la investigación mediante el cruce de datos del análisis de discurso a 26 piezas de programas de ficción de la televisión peruana en los que 26 PAM aparecen como coprotagonistas⁴, para ayudarnos a contextualizar su presencia y representación. Algo breve antes respecto a:

- Su aparición que no es pareja: algunos son más protagónicos que otros, y más constantes en las temporadas analizadas. Los personajes más contruidos son aquellos con más historia en la serie.
- Los personajes pasean su condición de PAM dependiendo del tono de la ficción en que aparecen. Las cuatro series analizadas manejan tonos distintos, unas tiende más hacia el humor o la tragicomedia (*Al Fondo hay sitio*), y otras más hacia el drama social - realista (*Nuestra historia: telenovela peruana*); pasando por el drama (*Amor de madre*) o el drama ligero (*Ven baila quinceañera*), si tuviéramos que tipificar.

Fisonomía Física

Los personajes encontrados en los programas de ficción televisiva peruana oscilan sus edades entre unos niveles de temprano a medio, por lo general. Las PAM más representativos de las series estudiadas tienen una edad que siendo de mayores podría catalogarse de temprana (como Francesca Maldini y Rodolfo Rojas – Peter de *Al Fondo hay sitio*) aunque asoma algún PAM medio (don Gilberto Collazos de esa misma serie). Esa misma constante se mantiene en otra de las series de América (*Ven baila quinceañera*, donde la excepción es un policía, PAM medio – avanzado), tendencia que cambia para la tercera ficción (en *Amor de madre*, Don Alcides es una PAM avanzada y Remigio Beraun, una PAM medio). En la serie de TV Perú, *Nuestra historia: telenovela peruana*, los rangos de edades están más cubiertos (don César y doña Virginia se acercan a ser PAM avanzado, y doña Hortensia lo es de hecho, mientras doña Flora y doña Leonor son más bien PAM tempranas)

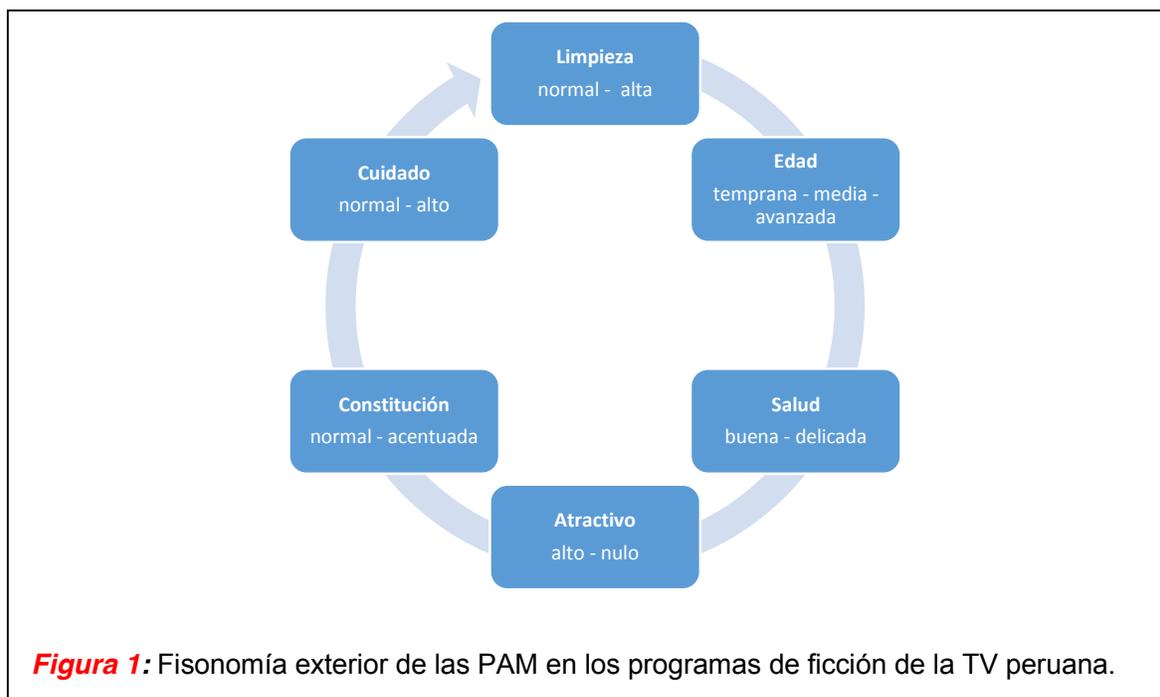
Con la salud, podemos decir lo mismo. Las PAM más representativas y los de edad temprana casi tienen una salud estable y sin sobresaltos (sobre todo Rodolfo Rojas – Peter, de *Al Fondo hay sitio*, porque su patrona Madame Maldini presenta cuadros depresivos por las medicaciones que consume). Siendo PAM medios sufren de algún al pero controlable -Don Alejo de esta serie sufre de insomnio que contrala con algunas píldoras- aunque otras PAM como Emperatriz Montero y don Gilberto no presentan ningún trastorno en salud. En *Amor de madre*, aun en su edad media de PAM, Remigio Beraun, otrora médico, sufre ya de demencia senil y Alzheimer, y el papá de Ana en *Ven baila quinceañera*, también PAM media, sufre un severo cuadro degenerativo no preciso tras el cual fallece. La edad más avanzada supone para las PAM de la ficción televisiva más severidad en dolencias: Don Alcides de *Amor de madre* sufre de estrabismo y Don César de *Nuestra historia: telenovela peruana* también problemas de la visión y presión alta por ejemplo.

⁴ Ninguno de los personajes en la ficción televisiva peruana tiene un rol protagónico. Esta es una primera constante relevante: las PAM aparecen sí, pero siempre al lado de jóvenes protagonistas.

La constitución física de las PAM de los programas de ficción televisiva nacional también se relaciona con la edad y acaso con su salud. Pero también hay una relación arquetípica con el carácter-procedencia del personaje. Y en ese panorama hay de todo: Atila el preso de *Al Fondo hay sitio*, un tipo duro, vil y dominante es corpulento de baja estatura, compacto y fuerte; el origen extranjero tras Bruno Picasso de esa misma serie delinea sus rasgos blancos y su talle alto. La firmeza del Policía de Ven baila quinceañera, se refleja en su contextura gruesa, su estatura media y su cabello cano. La edad avanzada de Don Alcides de *Amor de madre* ha encorvado su talla y marcado su delgadez, lo mismo que ha hecho con Doña Hortensia de *Nuestra historia: telenovela peruana*.

No hay datos relevantes negativos sobre el cuidado y el aseo de los 26 personajes estudiados, sino más bien lo opuesto: todos personajes PAM muestran un aseo y un cuidado bien prodigados. Incluso cuando por una cuestión de estereotípica correspondencia (nos excusamos por sujetarnos a eso), debiera haberla al menos en un caso: el de Atila, el preso de *Al Fondo hay sitio*. El personaje es más bien todo lo contrario de lo que se podría esperar a nivel de aseo y cuidados de alguien que pasa sus días en prisión, tal como lo muestran al menos desde las noticias en los que el hacinamiento y las restricciones de servicios básicos les pasan factura al menos en el Perú.

Sobre el atractivo de las PAM vemos que esta sub categoría se relaciona también con el carácter que se busca para con cada cual además de la edad. Las mujeres PAM de edad temprana y nivel socioeconómico alto serán básicamente muy atractivas como es el caso de Francesca Maldini y Frida Betancourt de *Al Fondo hay sitio*. Por extensión, esa misma norma se traslada a los varones PAM tempranos como Bruno Picasso, e incluso a algunos de edad media, y condición social menor como Don Alejo de la misma serie. En general las producciones buscan despojar de rasgos de atractivos de los personajes PAM avanzados para acentuar seguramente su estereotipia, y en todo caso mantienen algunos cuidados para no perder eso si se corresponden con niveles socioeconómicos altos como en el caso de doña Virginia de *Nuestra historia: telenovela peruana*.



Elaboración propia, en base a ficha de evaluación de discurso

Fisonomía Intelectual

La cultura que muestran los personajes de PAM analizados en la ficción televisiva nacional hace correspondencia con el nivel socio económico produciendo un estereotipo facilista. Eso ocurre sobre todo en *Al Fondo hay sitio*, serie en la que por ejemplo, el preso Atila muestra sus costumbres de penal que barren su lenguaje y su manera de tratar a los otros, Emperatriz Montero se maneja en sus costumbrismos pueblerinos y Frida Betancourt y Francesca Maldini airean sus modos “propios” de su opulencia. Los dos inmigrantes argentinos de clase media, don César y doña Leonor, de *Nuestra historia: telenovela peruana.*, manejan una cultura de información política superior a la de sus pares nacionales apoyando otro estereotipo. Un solo personaje de los encontrados, el papá de Ana, de *Ven baila quinceañera*, debido a su corta aparición que se reduce a un solo capítulo no deja que se intuya su cultura ni otro indicador intelectual.

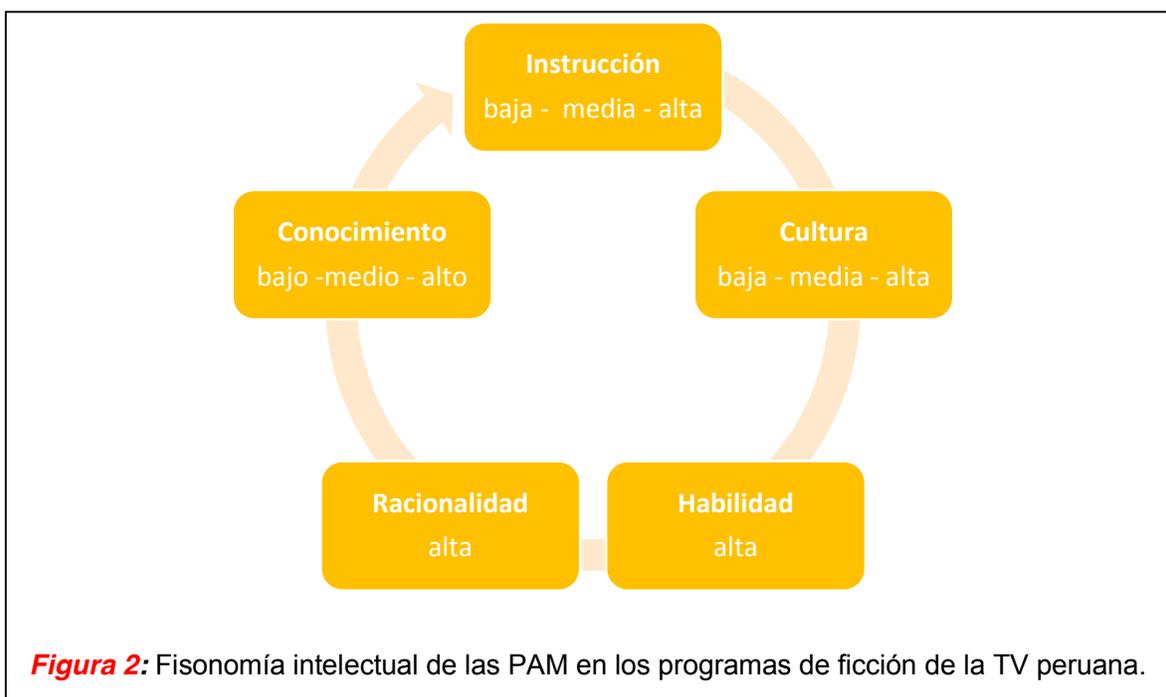
El nivel socioeconómico se corresponde también con la instrucción de los personajes de PAM analizadas. De clase popular, a lo máximo que llegaron, todos de *Al Fondo hay sitio*, don Alejo es a secundaria completa, Atila el preso solo primaria y el rico de Bruno Picasso sí tuvo estudios universitarios... y en el extranjero. En *Amor de madre*, don Alcides de clase media ha sido instruido en sastrería y Remigio Beraun, PAM de clase social alta se ha formado como médico. No hay novedades que la norma estereotípica en *Ven baila quinceañera*: Arturo del campo, empresario, tiene instrucción superior, y doña Carmela de estatus bajo, apenas acabó la secundaria que no le ha servido mucho para afinar su lenguaje grosero. La mujer andina que es doña Flora de *Nuestra historia: telenovela peruana*, pudo solo con nivel primario algo que se refleja en sus modos y hablar y en sus datos autobiográficos: tuvo que trabajar desde niña. Pero en esa misma serie don Cesar, inmigrante argentino, no da señas de alguna instrucción superior y sin embargo es presentado como muy culto.

Los conocimientos de los personajes de PAM analizados son resultado, en una relación casi aritmética proporcional, de su cultura e instrucción que como se ha dicho se relaciona -a su vez- con su nivel socio económico. De *Al Fondo hay sitio*, Bruno Picasso posee conocimientos empresariales pues además de sus estudios universitarios ha desempeñado cargos en negocios familiares, y la PAM de clase medio – baja que significa Emperatriz Montero carece de conocimientos técnicos y lo que sabe, caso por encima de su secundaria completa, lo aprendió empíricamente como el manejarse en la interpretación de los sueños y el arte de las limpias y el esoterismo. Don Alcides de *Amor de madre*, maneja cursos recursos de poesía que no tienen necesaria relación con su instrucción de sastrería. Y doña Carmela, de *Ven baila quinceañera*, “apenas” ama de casa, no parece desplegarse más allá de sus recursos técnicos en los estrictos predios de su entorno doméstico.

Decir algo sobre la racionalidad de los personajes de PAM que hacen cuerpo de esta investigación sí nos lleva a más cuidados. Todos los personajes de PAM se manejan racionales en medio de su propia circunstancia. En *Al Fondo hay sitio* Don Gilberto no se cede a sus impulsos, y muy calmo, evita enfrentamiento ante situaciones problemáticas, aunque su ingenuidad influye en sus razonamientos y decisiones. Philip Readhead de esa misma serie, con más formación, expresa alto grado de racionalidad, y ante situaciones dadas “sabe leer entre líneas”. Allí mismo, Peter, el mayordomo de los Maldini, es muchas veces la única voz racional ante conflictos que los otros –y no sólo hablamos de otras PAM- pretenden arreglar con decisiones más viscerales. La racionalidad es también explorada y explotada en personajes como doña Flora de *Nuestra historia: telenovela peruana*, muy consciente de lo que sucede en su entorno y en cómo debe de solucionar frente a este, algo que también vemos a su modo en doña Hortensia. Acaso haya lunares de disparidad racional en *Ven baila quinceañera*, donde Raquel suele imponer sus decisiones por encima de lo que

piensan los otros, avasallando. Fuera de estas excepciones el manejo de lo racional de los personajes PAM en un nivel alto es un hallazgo relevante en este trabajo.

En relación con su racionalidad (y el detalle de su instrucción) los personajes de PAM de la ficción televisiva nacional, no importa el formato específico (drama o tragicomedia) terminan siendo también muy hábiles. De *Al Fondo hay sitio*, Don Gilberto es hábil en ventas, y Phillip Readhead lo es para manipular a los demás. Arturo del Campo, de *Ven baila quinceañera*, dueño de decisiones duras, que toma por encima de los demás, termina siendo un estratega brillante para beneficio de su empresa y propio. Doña Leonor, de *Nuestra historia: telenovela peruana*, instruida en costura y sociable y a la vez firme en sus razones, es hábil en su quehacer que le hace un espacio entre las señoras del barrio.



Elaboración propia, en base a ficha de evaluación de discurso

Fisonomía Moral

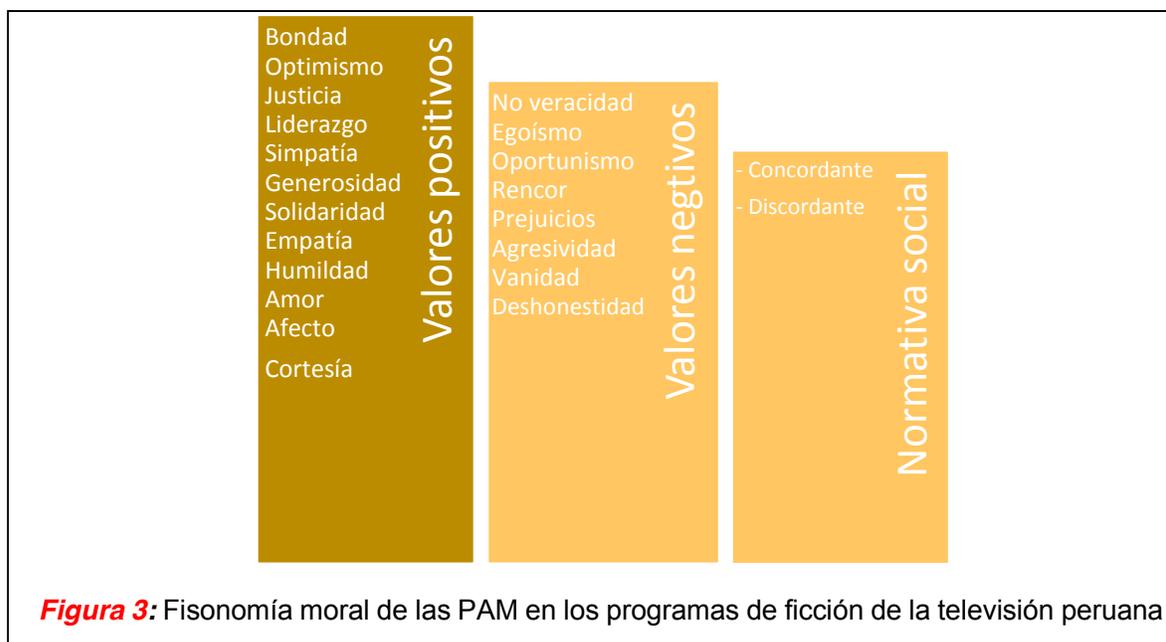
La moralidad de los personajes de PAM analizados en la ficción televisiva nacional se presenta en un abanico casi shakespeareano. Por lo general los personajes se ubican en los extremos de una moralidad que puede ser blanca o negra, aunque algunos se matizan en algunas escalas de grises. Atila, el preso de *Al Fondo hay sitio*, es egoísta, frío y calculador, aunque a su modo y pese a su vida delictiva, busca una “justicia” que traduce en la búsqueda de oportunidades al interior de la cárcel de su reclusión. En esa misma ficción, el padre Manuel es un todo de bondad, cariño y consejería, haciendo honores a su rol sacerdotal; y Bruno Picasso, creado para la intriga, es mentiroso, oportunista y egoísta. Esos mismos extremos –estar o en valores positivos o negativos- se ve en *Ven baila quinceañera*, donde Arturo del campo, es intolerante, soberbio y prejuicioso, casi sin valores positivos; y doña Carmela se maneja como una mujer devota en los valores del amor, la tolerancia,

la honestidad el desinterés y la perseverancia, aunque juegue en su contra levemente el rencor y angustia.

Más dualidad moral se aprecia, en todo caso, en un personaje de *Amor de madre*, Remigio Beraun, quien oscila entre su solidaridad, sinceridad, y el amor (a su nieta) y los sentimientos de angustia, remordimiento, y culpa. Este pendular ético – moral se ve más trabajado en los personajes de PAM de Nuestra historia: telenovela peruana: Don César es tolerante, humilde y respetuoso, pero también conformista y pesimista; doña Hortensia, comprensiva, pacífica y motivadora de un lado; es desconfiada y recelosa, de otro; y doña Leonor, a la vez empática, humilde, y optimista, también se denuncia intolerante y crédula.

Otro sí, es que no se aprecia, en general, antivalores como la dependencia ni la vulnerabilidad, endilgados según algunos otros referentes estereotípicos a las PAM. Salvo la excepción de Remigio Beraun, senil y con mal de Alzheimer, en *Amor de Madre*, y el papá de Ana, enfermo terminal, en *Ven baila quinceañera*, los personajes PAM son independientes no están expuestos a situaciones de riesgo y quizás en eso abone la interacción del seno familiar en donde discurren sus días.

Así, la correspondencia a la normativa social imperante (o que la sociedad esperaría de cada PAM) va a depender de cada caso, aunque en promedio concuerden lo que muestren de valores con las expectativas que “deban” cumplir en general las PAM, cada personaje dependiendo el rol de carácter acuñado en su propio guion podrá ir contracorriente de esa generalidad, sin dejar sin embargo de ser estereotípicas dadas las condiciones de representatividad ficcional que se previeron para cada quien.



Elaboración propia, en base a ficha de evaluación de contenidos.

Autopercepción de las PAM en los programas de ficción de la televisión peruana

Preliminares

Resumiremos los resultados de otra parte de la investigación mediante el cruce de lo encontrado en los seis grupos focales aplicados a un total de 52 PAM de Centros Integrales del Adulto Mayor (CIAM) de las municipalidades provinciales de Chiclayo, Piura y Trujillo. Es preciso, antes, precisar cuestiones contextuales sobre los grupos finales y la aplicación de los instrumentos:

Sobre los PAM participantes:

1. Los PAM participantes para nuestra investigación son activos concurrentes a las actividades que los CIAM desarrollan para ellos dos veces por semana al menos (depende de cada CIAM). Los grupos naturales de estos talleres tuvieron que reducirse considerablemente para poder manejar nuestros grupos focales.
2. Los CIAM de Piura y Trujillo trabajan hace buen tiempo y de manera muy organizada con grupos de PAM de varios sectores. Para los grupos focales estos CIAM reunió a representantes PAM de sus cascos urbanos básicamente. Para los grupos focales de Chiclayo se trabajó con PAM de sectores perimétricos al casco urbano, pueblos jóvenes algunos, el CIAM de esta ciudad no integra aun a PAM de urbanizaciones en general.
3. No todas las PAM participantes tuvieron igual desenvolvimiento ante las preguntas. En algunos casos sus repuestas fueron cortas, repetitivas de los líderes o incluso desviadas del punto o nulas, por no entenderlas. Algunos PAM eran analfabetos o con problemas de salud. Sin embargo, sí participaron del visionado y diálogo previo.

Sobre los grupos focales:

1. Cada grupo focal por CIAM fue planeado con suficiente antelación, incluso de un mes, para que los CIAM dispusieran local (en dos ciudades: Piura y Trujillo) y, sobre todo, reuniera a los grupos de PAM. Cada grupo focal tomó entre 3 horas y media a cuatro horas, entre todos sus puntos (ver agenda adjunta).
2. El centro de cada grupo focal fue desarrollar una batería de preguntas amplia (55 reactivos), que cruzó las categorías de estudio con sub categorías transversales (opinión, expectativas, demandas, actores reconocidos), para provocar un diálogo esperado que algunos PAM vieron como largo y agotador; aunque el tema les resultó de mucho interés.
3. La pregunta final de los grupos focales, sobre el perfil deseado de PAM en la ficción televisiva nacional, demandó una suerte de taller y participación en equipos completos (todos los convocados por sesión) tras lo que alcanzaron sus propuestas de creación colectiva.

Fisonomía Exterior

Las PAM participantes en la investigación tienen opiniones casi unánimes sobre cómo los programas de ficción de la televisión peruana los muestran a nivel de su aspecto exterior. Para la mayoría, sus pares PAM de ficción son elegantes, bien vestidos, una apariencia que se vincula al estatus. “A los adultos mayores que salen en la TV, los preparan para que tengan buena presencia”, dijo un participante de Trujillo. Unos pocos participantes apuntaron las enfermedades como rasgos de cómo los muestran en los programas.

Los PAM participantes sin embargo sí dividen sus posturas respecto a si la representación mediática a nivel físico en los programas de ficción les hacía justicia. Para algunos sí: “Así como nos representan en la TV, así es en muchos casos en la vida real”, manifestó alguien de Trujillo. Otros ven distancias: “En la realidad el PAM no está bien arreglado”, dijo una PAM de Piura; Y una de Chiclayo opinó: “No me parece porque a veces las presentaciones del adulto mayor son exageradas”. En todo caso, el estatus y el dinero son variables que se cruzan para una mejor o peor representación.

De esas representaciones a nivel físico, los participantes ven no uno sino varios responsables, comenzando por los medios mismos como empresa o sus equipos de directores y actores: “Los responsables son los agentes de televisión, eso es lo que buscan ellos ¿no?”, señaló una PAM en Chiclayo. Pero los culpables involucran también al estado e incluso a las familias: “Los responsables de lo que vemos en la televisión son el estado y las familias”, dijo alguien también en Chiclayo.

¿Cómo cree que el Estado ha reaccionado ante la representación que se hace de las PAM a nivel de su aspecto físico en los programas de ficción de la televisión peruana?, preguntamos. Y las respuestas de los participantes son lapidarias: “El estado no ha hecho nada por cambiar esto”, “No se preocupa, no le interesa”, dijeron dos PAM en Trujillo. Y un adulto mayor de Piura: “No le interesa que en la Tv haya programas que eduquen en estos tiempos”. En esa misma línea los participantes ven que la ciudadanía tampoco reacciona y prefiere estos programas en los que mal representan a las PAM. “No hacemos nada, solo miramos”, se lamentó una PAM trujillana.

Los participantes creen que las familias tienen una reacción positiva ante la presencia de un adulto mayor en la TV, en general, cuando el trato de su figura es digno; “La familia se siente contenta que al adulto mayor lo tomen en cuenta en una serie”, confesó alguien de Chiclayo. Por otro lado, casi en son de queja los PAM claman porque la familia los acompañe, se manifieste ante esa representación: “Cuando nosotros vemos en la TV como presentan a los adultos mayores nuestros familiares no hacen ningún comentario”, dijeron en Trujillo. Y en Piura dijeron: “Necesitamos que nos apoyen, que no nos marginen.”

En general las PAM participantes ven que la sociedad civil tampoco ha reaccionado ante la representación que de ellos se hace a nivel físico: “Creo que nada, no sé muy bien”, admite desencantado alguien de Chiclayo. Si es que hay excepciones las ven en los CIAM, acciones que aprecian, pero que ciertamente no encallan en analizar críticamente el trabajo de los medios.

¿Cómo les agradaría, en general, ver representadas a las PAM en su aspecto exterior (físico) en los programas de ficción de la televisión peruana a los participantes? Pues mejor presentados, arreglados, aliñados. En Chiclayo dijeron: “Con su pelito canoso, bien vestido y bañadito. Como lo que nosotros somos sin tintes en el cabello”. Y en Piura: “Alegres, felices a pesar de los problemas por las enfermedades”, Incluso en esa representación física varios quitarían accesorios que consideraron innecesarios como pelucas o trajes muy caros, que más bien -dijeron- incitan a la soberbia; y añadirían detalles de buen vestir y maquillaje para hacer más aparentes a las PAM pobres.

En cuanto a roles físicos que a los participantes les gustaría ver representen las PAM en los programas de ficción de la TV peruana, además de en diferentes oficios, la mayoría centra su atención en una buena salud. “Que no muestren a los ancianitos enfermos, para morirse rápido en las series. Porque dan pena”, se lamentó un participante de Chiclayo. “Mostrando el estado mental de alguno abuelitos, y que las familia los entienda”, dijo otro de esa misma ciudad.

Mejorar la representación de las PAM a nivel de su aspecto físico en la ficción televisiva peruana depende básicamente del Estado, según el unísono de los participantes. También creen que de las empresas televisivas y hasta de las familias. Pero alguien rompe con esa respuesta para mirar hacia dentro y no fuera: “De nosotros mismos, no dejarnos vencer”, dijo una PAM de Trujillo

¿Qué debería hacer el Estado para mejorar la representación de las PAM a nivel de su aspecto físico en los programas de ficción de la TV peruana? En líneas generales, cuando las respuestas no se desvían, piden una intervención estatal. En Trujillo una PAM dijo del Estado que “debe poner otros programas reales, no de series llenos de ricos y fantasía, sino se vea nuestra realidad”. Y en Piura dijeron: “Presenten programas especialmente del adulto mayor en talleres”

Los pocos participantes PAM que contestaron el sentido de la pregunta referida a qué debería hacer la ciudadanía para mejorar la representación a nivel físico de ellas en la ficción televisiva, respondieron que no habría que sintonizar aquello que los denigra y que también habría que protestar cuando sea el caso (respuestas de Piura).

Y sobre lo que debería hacer la familia para mejorar esa representación, los PAM llevaron sus respuestas hacia pedir un discernimiento positivo: “No identificarse con los personajes [negativos]” y “no imitar lo que se ve en la TV con los adultos mayores”, dijeron en Chiclayo. Y en Trujillo: “Aunque algunos les gusta, debería prohibir que se vean, no son educativas.”

Y respecto a lo que debería hacer la sociedad civil, pocas respuestas ciertamente pero las que hubo vuelven a mirar hacia el propio activismo. Los participantes de Chiclayo fueron enfáticos: “Debemos organizarnos y formar una asociación y ser escuchados”, señaló uno; “formar clubes y que nuestra voz llegue hasta el Estado y se le dé un mejor trato a los adultos mayores.”, agregó otro. En Trujillo alguien propuso que desde la sociedad civil, un reto para la academia, se generen programas educativos.

Fisonomía Intelectual

¿Cómo muestran los programas de ficción de la TV peruana a las PAM a nivel de su aspecto intelectual, su inteligencia? Para los participantes de los grupos focales algunos personajes se muestran poco inteligentes y hasta tontos, aunque otros se presentan activos, inteligentes y profesionales. “Hay diferencias de acuerdo a la formación del personaje”, quiso entender alguien de Piura.

Sí esa representación hace justicia a las PAM divide las opiniones según la afectación de los participantes. Cuando un personaje es mostrado inteligente, las respuestas obvias son que sí: “Sí, porque se muestran profesionales, intelectuales”, dijo alguien en Chiclayo. Frente a las representaciones negativas, los participantes las creen injustas.

En el aspecto intelectual de la representación de las PAM en los programas de ficción de la TV peruana los participantes ven cruces en cuanto a raza, estatus social y educación. De hecho perciben un racismo que no dudan en espetar: “Los pobres son siempre tontos, no tiene oportunidades”, y “a los cholos, les dan papeles de menos”, dijeron en Trujillo. “Los de la sierra se muestran con conocimientos tradicionales, de medicina natural”, manifestaron en Chiclayo. En Piura analizaron: “Siempre ponen a los pobres como marginados y a los ricos como intelectuales.”

Otra vez, ante esta realidad las PAM participantes ven responsabilidad compartida entre sociedad, televisoras (guionistas y empresarios), Estado y hasta familia. “La familia, y me imagino que también el estado”, dijo alguien en Trujillo. Y en Chiclayo, un asistente dijo: “El Estado es pasivo a lo que se proyecta en la televisión.”

Para los entrevistados, “El Estado no ha reaccionado ante las representaciones”, como respondió un participante en Piura y otro que vio al Estado bajo las empresas: “Las empresas publicitarias son más fuertes, lo dominan.” En Trujillo fueron directos en un reclamo sin ambages: “El estado no hace nada”, lo que constituye una llamada de atención sobre un rol que indirectamente solicitan se active.

Esa misma pasividad ven los participantes en la ciudadanía, que ni reacciona ni protesta. Como resume un PAM chiclayano: “A la ciudadanía le gusta ver lo que ponen en la TV, no reacciona ante nada.” “[Los ciudadanos] se limitan a ver y aceptan lo que ven”, reflexionó una PAM piurana. Y lo mismo perciben en la sociedad civil organizada: “En Piura somos apáticos, no reaccionamos”, se quejó otro. “No reacciona porque están de acuerdo con lo que se ve en la TV.”, dijeron en Chiclayo

¿Cuál cree es el rol de la familia de un PAM ante esta representación del aspecto intelectual? ¿Hay una preocupación en el hogar sobre eso?, preguntamos. Las respuestas mostraron cierto desencanto: No hay preocupación por parte de la familia, que más bien disfrutan de las series sin cuestionarlas. Alguien de Trujillo se quejó: “La familia, los hijos y los nietos nos comparan con los personajes en la TV y te dicen el nombre del personaje.” En Piura uno clamó: “Debe haber más comunicación en la familia.”

A lo participantes les gustaría que la representación de las PAM a nivel de su fisonomía intelectual las muestre inteligentes, profesionales y en buenos trabajos, incluso como intelectuales (de periodistas, de poetas) como dijeron en Chiclayo. En todo caso educados, bien preparados, como dijeron en los grupos focales de las otras dos ciudades. “Que no aparezcan como tontos”, resumió un adulto mayor trujillano.

Para mejorar esa representación intelectual de las PAM, los entrevistados le quitarían a los personajes básicamente sus bajos niveles léxicos y de vocabulario. También eliminarían “Las superficialidades, que no se les vea inútiles”, como alguien dijo en Piura. Incluso la desigualdad, que afecta en la representación de parte de quienes construyen los personajes: “La desigualdad entre el que tiene plata y es más inteligente y el cholo que no tiene”, explicó un participante de Trujillo. Por el contrario, mantendrían como rasgo intelectual, la creatividad, el buen lenguaje y la inteligencia. Y si tuvieran que añadir algo, sería más inteligencia y estudios profesionales.

Los roles en los que los participantes quisieran ver a las PAM de la ficción televisiva cubren una serie de profesiones: desde periodistas, a diseñadores, pasando por médicos y abogados. La clave no es solo querer ver reflejada una profesión y al fin y al cabo sino verse ellos en sueños que reconocen no pudieron cumplir de jóvenes y vincular las profesiones soñadas con virtuales ayudas a las PAM: “Me gustaría ser en la novela una profesional muy reconocida. Congresista que apoya a los adultos mayores”, dijo una participante en Chiclayo.

Mejorar la representación de las PAM a nivel de su aspecto intelectual en los programas de ficción de la TV peruana depende de varios actores, según los participantes, comenzando por los propios canales de TV, pero también el Estado, la sociedad y ellos mismos, las PAM. “El Estado, ellos deben hacer por nosotros los adultos”, dijo una PAM en Trujillo.

Los participantes piden que el Estado participe del control de lo que las televisoras ofrecen en los programas respecto a eso. “Debe haber fiscalizadores ante los programas de la TV”, dijo alguien en Piura. Y en Chiclayo, a su modo, muy eufórico pidió: “Suprimir la maldad que se ven en la televisión, eso no muestra que son inteligentes”.

No es que muchos PAM hayan contestado la pregunta sobre qué debería hacer la ciudadanía para mejorar la representación de ellas a nivel de su aspecto intelectual, su inteligencia, en la ficción televisiva peruana. Pero quienes lo hicieron incitaron a un activismo frontal en claves de educación para ver medios por un lado y protestas por el otro: “Exigir una educación con valores para los hijos y nietos”, “hacer campañas de cambio en la televisión peruana”, dijeron en Chiclayo. Incluso a las familias las conminan a protestar también.

¿Qué debería hacer la sociedad civil organizada, sobre todo la de su localidad para mejorar esa representación a nivel de su aspecto intelectual como PAM, en los programas de ficción de la TV peruana? Entre las muchas respuestas que se pierden en otras dimensiones (que de seguro son más próximas que la preocupación de los medios) surgen algunas respecto a llevar a la TV una historia real de un PAM del propio CIAM, algo que propusieron varios participantes en Chiclayo.

Fisonomía Moral

Los participantes PAM reconocen los extremos estereotípicos en que los programas de ficción de la TV peruana muestran su moralidad. Existen personajes buenos y personajes malos será la conclusión reduccionista, incluso alguien de Piura se anima a un balance: “En la TV hay más personajes malos que buenos.”. Esta polarización no es vista sin crítica. Las PAM juzgan la maldad mostrada porque no hace bien como imagen y maleduca (a los niños sobre todo)

A diferencia de otras categorías de la representación que les parecían irreales, la moralidad de extremos de las PAM de la ficción televisiva nacional les parece a los participantes espejo de su realidad más próxima: “lo mismo que se vive en mi barrio, se ve de todo tipo de valores buenos y malos en los vecinos”, anotó una chiclayana; e incluso “hay casos peores en la realidad”, dijo un piurano.

La representación del aspecto moral de las PAM de los programas de ficción de la TV peruana varía en razón de otros aspectos como estatus social o educación, reconocen los participantes: Los ricos son malos, soberbios, y los pobres –por lo general- son buenos. “Otros pobres son malos porque quieren progresar con la maldad”, dijo un chiclayano. “Otros son muy profesionales con estatus social pero su moral esta por los suelos, no tienen moral” añadió un conciudadano.

Responsables de la representación del aspecto moral de las PAM en los programas de ficción de la TV peruana sería esa mismo conjunto ya señalado para las otras categorías: Televisoras, Estado, sociedad, familia, las mismas PAM: “El estado, igual que en todo”, culpó un trujillano; “la familia no debe apoyar al ver series”, se quejó un piurano; “uno mismo porque nos identificamos con los personajes”, dijo alguien en Chiclayo.

Ante esa representación de la moralidad los participantes ven ora vez un Estado pasivo “El estado no aplica ninguna sanción”, ha dicho un entrevistado de Chiclayo. También la ciudadanía, capturada por los programas, es pasiva según las respuestas de los participantes: “La ciudadanía se identifica con algunos personajes.”, señaló alguien de Piura. Y tampoco les ha dado señales de haber hecho algo al respecto la sociedad civil, a la que en todo caso se le exigen acciones (“se debería capacitar a los canales para que proyecten programas con moral y valores”, aconseja un chiclayano),

¿Cuál cree es el rol de la familia de una PAM ante esta representación del aspecto moral? Los participantes que centraron sus respuestas conminaron a restringir el consumo de los programas en que se les mostraba “mal” y en controlar sobre todo en escenas no adecuadas ante la presencia de menores. “Los familiares más cercanos no deberían permitir que se vean esos programas”, marcó un chiclayano.

A los participantes les agrada ver en la ficción la televisiva peruana representadas a las PAM en su aspecto moral, en un marco de valores positivos (puntuales, responsables, respetuosos, sinceros, amables, y otros, según refirieron en Piura). Tienen una necesidad de mostrarse en sociedad pero con bien: “Nos gustaría verlos como nosotros, como un ejemplo para la sociedad y un ejemplo para el aspecto moral”, dijo un trujillano.

En esa línea, eliminarían antivalores (odio, venganza, apatía, egoísmo, avaricia, infidelidad, celos). “Esas escenas nos hacen sentir mal, y tenemos miedo que nos suceda a nosotras”, se confesó una adulta mayor de Chiclayo. Y alguien de Piura señaló que descartaría “la doble vida de algunos protagonistas adultos mayores.” Y entre lo que sí mantendrían y añadirían las PAM entrevistadas, siempre valores, positivos (obviamente), destacan aquellos valores relacionados con el afianzar las relaciones familiares: “Empatía de los adultos mayores con sus hijas y nietas”, señaló una PMA de Chiclayo.

¿Qué rol o roles morales le gustaría representen las PAM en los programas de ficción televisiva peruana? Los participantes dan respuestas que dejan claves sobre un activismo y dinamismo que reclaman indirectamente a gritos. “Queremos ver PAM bailando huaynos”, pidió una PAM de Trujillo. Y “aprendiendo a pintar; en la TV demostraría mi talento. No es una barrera aprender algo nuevo”, dijeron en Piura. Otros siempre señalaron troles de acercamiento a la familia.

¿De quién o quienes depende mejorar la representación de las PAM a nivel de su aspecto moral, o valores, en los programas de ficción de la televisión peruana? La primera mirada busca al Estado: “Del Estado, tiene que dar el ejemplo y sacar leyes que permitan rescatar los valores morales”, dijeron en Chiclayo. Pero igual hay quienes señalan a los mismos medios y a la medios de comunicación familia

Los participantes creen que lo que debería hacer el Estado para mejorar la representación de las PAM a nivel de su aspecto moral, o valores, en los programas de ficción de la TV peruana pasa por promover programas educativos, velar por los PAM y ser fiscalizadores y hacer un control del papel que representan los PAM. Algunos PAM no tenían claro qué accionar específico le competía al Estado para eso pero sí muy claro que debía hacer algo.

Y la ciudadanía, ¿Qué debería hacer en este punto de los valores representados por las PAM en la TV de ficción nacional? Las pocas respuestas que entendieron el sentido de la pregunta apuntaron al reclamo y la protesta. “Protestar y dejar de ver programas con escenas violentas contra los PAM en las series”, dijo una PAM chiclayana.

Respecto a lo que la familia debería hacer para mejorar la representación de las PAM a nivel de su aspecto moral en los programas de ficción de la TV peruana, los participantes pidieron siempre una intervención en el visionado: “No permitir que vean serie que perturban la mente.”, dijo alguien de Chiclayo. Y estar ante todo unidos: “la familia no debe olvidarse de nosotros”, reclamo un trujillano.

La sociedad civil organizada, sobre todo la de su localidad también tendría algo que hacer para mejorar la representación de las PAM a nivel de su aspecto moral en los programas de ficción estudiados, opinaron los participantes. Destaca algo elemental: Consultar a las PAM sobre eso. “Consultar a los PAM si les agrada lo que se ve en las series”, dijo alguien de Chiclayo. Otras respuestas fueron hacia la alerta. De Trujillo una PAM opinó: “la sociedad civil organizada debería estar atenta”.

Perfil ideal del PAM

Finalmente los mismos PAM esbozaron historias en las que perfilan el ideal de ellos para la ficción televisiva. Las claves son varias: en principio destacan personajes con muchos valores positivos y que interactúan con otros PAM a quienes ayudan y de quienes reciben ayuda. Un grupo de PAM (de Chiclayo) tituló su historia, incluso, como “La amistad vale más que el oro”, con un argumento sencillo: es la historia de cuatro amigas – Gloria, Segunda, Adriana y Teodora-, de familias numerosas y que no la tienen fácil en la vida pero que trenzan una amistad para el consuelo y el apoyo.

Otra clave de las historias es que pueden contener elementos mortificantes que las PAM luego superan: En “El Final de un sufrimiento”, propuesta por PAM de Piura, Angelina busca a su familia, a la que ve no hace tiempo, y tras regresar a Piura recibe ayuda del CIAM para agilizar esa búsqueda, y donde recibe el apoyo de tres amigas (una de las cuales incluso le dona un dinero), para al final, tras un envío de unas cartas, encuentra a su familia, hecho que celebra con una gran fiesta... y sus amigas.

Las historias que los PAM alcanzaron son muy elementales, de situaciones domésticas sin pretensiones almibaradas como era de esperarse quizás, pero en su simpleza, grafican sus anhelos más elementales: mostrarse dignos, que pueden superar conflictos, que se hermanan entre ellos, que tienen esperanza en la vida, que necesitan del seno familiar y que pueden –y anhelan- finalmente ser felices.

Conclusiones y Recomendaciones (preliminares) sobre los estereotipos y auto percepción de las PAM en los programas de ficción de la televisión peruana

Con los insumos discutidos, de fuentes directas e indirectas, concluimos y recomendamos de manera preliminar siempre, de cara a continuar una discusión que desde varios campos (medios, sociedad, academia, instituciones) debe continuar hacia la búsqueda de mejoras no solo para el colectivo específico de PAM, sino para toda nuestra Nación.

Conclusiones

- A nivel de contexto histórico, semántico, sociológico y conceptual, la figura de las personas adultas mayores (PAM) ha sido objeto de agresividad quizás inconsciente sobre todo por el lenguaje común y por extensión a otros espacios de diálogo, invisibilidad factual por algunos entes sociales entre ellos los medios de comunicación, especialmente desde la TV y sus programas de ficción en los que ha habitado casi nunca como protagonista, relegado la mayor de las veces a acompañar a otros personajes centrales diferenciados por su edad; pero también las PAM han pasado a ser foco de un entender de cuidado por el Estado desde hace un tiempo a nivel formal, que las ha reconocido como sujetos de vulnerabilidad, si bien las políticas de atención e inclusión, que no llega a los medios aun, son todavía cortas.
- Son varios estereotipos los que construyen los programas de ficción de la TV peruana sobre las PAM, en una propuesta múltiple. Por la fisonomía física, las PAM más representativas tienen una edad temprana y gozan de salud (pocas PAM avanzadas, además con más dolencias), su constitución resume una relación arquetípica con el carácter-procedencia como personaje y su atractivo se vincula a su carácter y edad directamente. A nivel de fisonomía intelectual, su cultura e instrucción se corresponde con el nivel socio económico produciendo estereotipos limitantes, pero hay un hallazgo positivo: el manejo de lo racional en rango alto en las PAM, y también su habilidad. Desde su fisonomía moral, las PAM de la ficción televisiva se ubican en extremos y algunos dentro de una gradación de matices, con lo que los estereotipos se oponen, y en lo positivo no se aprecia los antivalores de dependencia ni vulnerabilidad, endilgados según el común estereotípico a esta población.
- Hay en las PAM entrevistadas para sondear cómo perciben la representación que de ellas se construye en la ficción televisiva peruana distancias sentidas, ante unos patrones que aunque les endilgan atributos que reconocen en parte suyos no les hacen justicia del todo, desde una TV con la que son particularmente críticos. Las PAM ven al Estado y los medios de comunicación, pero también en sus familias y ellos mismos, responsabilidad de esa (de) construcción, y claman esos entes y a la ciudadanía -a los que más bien ven como pasivos- intervención para entregar una imagen más elaborada de ellas; ponen además énfasis en el rol de acompañamiento de las familias; y creen en una representación moral de ellas más

positivas que debe entregarse en la TV de ficción. Su perfil de lo que debería ser una PAM en historias de ficción televisiva pasa por mostrarse con valores positivos, en activa compañía de otras PAM y sus familias y en situaciones en las que pese a iniciar en conflicto superan con esfuerzo. Esta situación nos comunica retos para asumir en conjunto Estado, televisoras, academia, familias y a otros actores de la sociedad civil en general.

Recomendaciones

A los medios de comunicación

- Estudiar mejor a sus públicos consumidores para reconocer nichos poblacionales virtualmente desatendidos, como los PAM, que claman por propuestas que los representen de modos más amplios y alternativos.
- Revisar la presencia y los roles que en los programas de ficción televisiva, como en otros espacios, tienen las PAM, para interesarse en promover cambios sobre representaciones más realistas, optimistas, sensatas, integrales.
- Acercarse a instituciones de la sociedad civil como universidades, ONG y otros, para generar en conjunto propuestas de programas y/o personajes de PAM más activos, positivos, protagónicos.

A las autoridades competentes

- Desarrollar por lo menos desde pilotos en medios estatales el lineamiento del Mayores PLANPAM 2013-2017 que reza “[...] promover una imagen positiva del envejecimiento y la vejez e incrementar en la sociedad el reconocimiento hacia los valores y experiencia de vida de las personas adultas mayores.”
- Disponer sus espacios de acción para llevar el tema de la representación mediática de las las PAM a una agenda nacional relevante, de manera tal que se abra una preocupación integral sobre este colectivo respecto a su representación estereotípica en medios.

A los anunciantes

- Proponerse planes de responsabilidad social con metas respecto a anunciar bajo criterios éticos únicamente en espacios mediáticos libres de estereotipos discriminatorios más con grupos vulnerables como las PAM sobre las que el Estado ha puesto metas de protección y atención con políticas públicas.
- Pactar con instituciones de la sociedad civil -universidades, ONG, etc.- de cara a formar e implementar consejos consultivos en el tema y auspiciar propuestas más positivas y ciudadanas sobre PAM y medios.

Al Consejo Nacional de Radio y Televisión

- Insistir con su línea de giras de concienciación sobre PAM, involucrando a autoridades, representantes de universidades, y medios de suerte tal se genere activismo sobre su representación y cobertura mediática. Y así se ponga en agenda, active conciencia, y participación civilizada, para presionar a medios y anunciantes sobre no avalar propuestas denigrantes para con PAM ni otros grupos vulnerables.
- Auspiciar investigaciones como la presente sobre otras realidades nacionales sub representadas o no estudiadas, para sistematizar sus resultados y disponer lecturas más completas de panoramas que puedan ayudar a levantar pensamiento crítico y toma de decisiones en otras instancias públicas y privadas.
- Gestionar convenios con institutos de investigación y universidades de distintos puntos del país para desarrollar estudios y propuestas en los que se releven sectores como las PAM y otros más relegados, estereotipados y discriminados en los medios de comunicación, sobre todo la TV.
- Diseñar, implementar y mejorar progresivamente un sistema de monitoreo de participación ciudadana por vías tecnológicas y presenciales para que la ciudadanía opine, fiscalice y mejore el desenvolvimiento sus medios en relación a discriminación, afrenta y otros.

Universidades, ONG, y colectivos civiles

- Considerar en planes de estudios de escuelas y facultades de comunicación el interés por el estudio de la atención y la representación mediática de poblaciones vulnerables como las PAM, con miras a tomar acciones de cambio y proponer modos discursivos más justos e integradores sobre esos colectivos relegados en propuestas creativas para los propios medios.
- Generar convenios entre sí -universidades, ONG, y grupos civiles- para interesarse por activismo en el tema PAM y otros relacionados y presentar planes sostenidos de mejora en sus dimensiones temáticas de abordaje.

Relación de anexos

ANEXO 1: RELACION DE PROGRAMAS REVJSADOS PARA EL ANALISIS DE DISCURSOS

ANEXO 2: DESCRIPCIÓN DE PERSONAJES PAM ESTUDIADOS

ANEXO 3: BIBLIOGRAFIA Y REFERENCIAS CONSULTADA

ANEXO N° 2

RELACIÓN DE PROGRAMAS TELEVISIVOS REVJSADOS PARA EL ANALISIS DE DISCURSOS

N	PROGRAMA	FECHA	TEMPORADA	CAPITULO	CANAL	TIEMPO
1	AL FONDO HAY SITIO	29/02/2016	8	1	04 - AMERICA TELEVISION	50'23"
2	AL FONDO HAY SITIO	02/03/2016	8	3	04 - AMERICA TELEVISION	47'05"
3	AL FONDO HAY SITIO	03/03/2016	8	4	04 - AMERICA TELEVISION	46'11"
4	AL FONDO HAY SITIO	04/03/2016	8	5	04 - AMERICA TELEVISION	47'25"
5	AL FONDO HAY SITIO	07/03/2016	8	6	04 - AMERICA TELEVISION	47'47"
6	AL FONDO HAY SITIO	14/03/2016	8	11	04 - AMERICA TELEVISION	41'18"
7	AL FONDO HAY SITIO	16/03/2016	8	13	04 - AMERICA TELEVISION	41'55"
8	AL FONDO HAY SITIO	17/03/2016	8	14	04 - AMERICA TELEVISION	45'34"
9	AMOR DE MADRE	31/08/2015	1	16	04 - AMERICA TELEVISION	40'29"
10	AMOR DE MADRE	08/09/2015	1	22	04 - AMERICA TELEVISION	39'31"
11	AMOR DE MADRE	06/10/2015	1	42	04 - AMERICA TELEVISION	37'52"
12	AMOR DE MADRE	23/10/2015	1	54	04 - AMERICA TELEVISION	39'59"
13	AMOR DE MADRE	27/10/2015	1	56	04 - AMERICA TELEVISION	38'20"
14	AMOR DE MADRE	28/10/2016	1	57	04 - AMERICA TELEVISION	40'18"
15	NUESTRA HISTORIA	27/11/2015	1	10	TV PERÚ	40'28"
16	NUESTRA HISTORIA	07/12/2015	1	16	TV PERÚ	41'36"
17	NUESTRA HISTORIA	11/02/2016	2	24	TV PERÚ	41'33"
18	NUESTRA HISTORIA	15/02/2016	2	26	TV PERÚ	43'54"
19	NUESTRA HISTORIA	18/02/2016	2	29	TV PERÚ	42'31"
20	NUESTRA HISTORIA	19/02/2016	2	30	TV PERÚ	41'01"
21	VEN BAILA QUINCEAÑERA	02/12/2015	1	1	04 - AMERICA TELEVISION	50'38"
22	VEN BAILA QUINCEAÑERA	21/01/2016	1	34	04 - AMERICA TELEVISION	40'03"
23	VEN BAILA QUINCEAÑERA	04/02/2016	1	44	04 - AMERICA TELEVISION	40'53"
24	VEN BAILA QUINCEAÑERA	12/02/2016	1	50	04 - AMERICA TELEVISION	40'09"
25	VEN BAILA QUINCEAÑERA	16/02/2013	1	52	04 - AMERICA TELEVISION	38'48"
26	VEN BAILA QUINCEAÑERA	18/02/2016	1	54	04 - AMERICA TELEVISION	38'36"

ANEXO N^o 2

DESCRIPCIÓN DE PERSONAJES PAM ESTUDIADOS

Al Fondo hay sitio

Don Alejandro Flores, "Alejo"

Es el padre de Charito. PAM proviene de la Sierra al igual que los demás miembros de la familia. Se estima en unos 70 años porque es contemporáneo de Don Gilberto. Aparenta tener nivel de estudios primarios. Es de tez trigueña, en su rostro se ve el duro pasar de los años pues tiene arrugas pronunciadas. Además de que se caracteriza por su bigote, es de baja estatura y contextura normal. Se viste con camisas de colores claros, pantalones negros, y zapatos negros de vestir. Su forma de hablar no es tan marcada respecto del lugar de donde proviene (es en este punto menos andino), sin embargo, sus gustos son vernaculares. Es una persona astuta, mentirosa y convenida, que llegó con engaños a la vida de su hija.

Atila

Es un presidiario del penal de Piedras Flacas (en festiva oposición al real penal de Piedras Gordas), aproximadamente de 67 años. Es de estatura baja, contextura gruesa, cabello largo amarrado en una cola, mestizo, de rasgos autóctonos peruanos. Es una persona inteligente, hábil, astuta y de pensamientos rápidos. Ríe por momentos, sobre todo en los que consigue intimidar a alguien. Se le representa como un presidiario que tiene el dominio de los demás por su antigüedad en la cárcel en que está recluso y por el miedo de infringir a los otros.

Bruno Picasso

Es el exesposo de Francesca Maldinni, de 64 años. Es un hombre astuto, jovial, mujeriego, mentiroso, ambicioso y mantenido. Tiene un grado de instrucción alto. Pero no ejerce lo que supuestamente ha estudiado. De tez blanca, estatura media, contextura gruesa, lleva cabello corto y canoso. Viste elegante, tratando siempre de corresponder a su estatus social. Ha tenido varios romances con chicas jóvenes -una de ellas Rubí- durante su participación en el programa, siendo el dinero, parte de la fortuna de la ex esposa, el punto de atracción para ellas. Fingía estar enfermo para recibir mayor atención por parte de la familia. Tiene dos hijas (Rafaela e Isabella Picasso), la última su consentida. Cree ser dueño de la Corporación de las Casas. Se relaciona solo con personas de su nivel, discriminando a los Gonzales, a quienes tilda de "guachafos", "vernaculares" y "cholos".

Emperatriz Montero

Madre de Reyna Pachas, es una PAM de 75 años. Es de estatura pequeña, tez blanca, cabello gris, y vivaces ojos de color marrón, proviene de la ciudad de Ica. Es una mujer mentirosa, da malos consejos y es muy convenida. Eso es lo que le enseña a su hija y su nieta. Es abuela de Shirley y Jhonny Gonzales. Aparenta tener poderes psíquicos, se mueve en un esotérico mundo de ficción, y suele hablar con lisuras frente a los problemas que se le presenta.

Francesca Maldini

Es una mujer adinerada de 64 años. Empresaria influyente, instruida, dueña de diversas empresas, entre ellas la “Corporación de las Casas” y poseedora de modales propios de la alta sociedad. En algunos casos conservadora, anhela tener a su familia unida a costa de lo que sea. Blanca, de nariz respingada, cabello corto castaño oscuro, rasgos finos y contextura esbelta es también una mujer caprichosa, consentidora de sus nietos (con mayor preferencia por el primero), controladora, imponente, aparenta fortaleza escondiendo una inseguridad latente. Desde su nube de alta sociedad tiende a la hipocresía y a guiarse de los prejuicios sociales. Tiene un conflicto interno representado en la dualidad de su aspecto mora: mientras intenta ser moralista, sus acciones la contradicen (por ejemplo: robó a una niña haciéndola pasar por su hija para no perder la herencia de su padre) y busca solucionar los problemas utilizando el dinero.

Frida Betancourt de Redhead

De 64 años, alta, delgada, cabello negro corto, ojos oscuros, nariz respingada, y atractiva, es madre de Patrick, quien es piloto. Viste siempre a la moda y con ropa fina. Mujer de nivel social y económico alto. Esposa de un exitoso empresario. Al inicio de la serie se muestra como una mujer poderosa y llena de prejuicios sociales. Luego del accidente aéreo de su hijo, donó su fortuna a unas beneficencias. Además de ello, cambió su forma de pensar y actuar al darse cuenta de que el dinero no lo es todo en la vida. Pertenece al mismo círculo social de Francesca Maldini, ambas mujeres son de alta alcurnia y guardan, aunque no lo admiten ciertas rencillas entre ambas.

Germán Valdera

Tiene a aproximadamente 70 años. De estatura baja, contextura gruesa, calvo y de tez trigueña es el policía de Las Lomas, el lugar donde se ambienta la serie. Viste de uniforme y goza de buena salud. Se muestra como un hombre honesto y cabal. Dedicado a su trabajo y con profesionalismo. No cree en la inocencia de las personas, es desconfiado porque su profesión lo hizo así. Transmite respeto a las personas, como un hombre de valor que trata de imponer justicia y cumplir su labor como comisario. Representa el ideal de las autoridades peruanas. Se denota cuidado en su ropa, aunque vista solo de uniforme, cuidado que se manifiesta también en el cuidado de sus palabras

Gilberto Collazos Chipana

O don “Don Gil”. Es una PAM proveniente de la sierra sur del Perú (Chalhuanca – Ayacucho). De unos 70 años, su aspecto lo hace aparentar mayor edad. Su grado de instrucción alcanzó el nivel primario. De test blanca, bigote tupido, calvo, estatura media, y contextura algo gruesa, viste siempre una camisa blanca, pantalón oscuro con tirantes, zapatos oscuros y sombrero negro de paño. Es un tipo humilde, emprendedor, confiad, ingenuo, en algunos casos, inocente y sin pensamientos maliciosos. Demuestra un arraigo cultural muy fuerte con su tierra y sus costumbres. Su acento andino es muy pronunciado, y en ocasiones habla en quechua. Se preocupa mucho por el bienestar de su familia, sobreprotege a su hija, la Teresita. Muestra tanto fidelidad hacia su difunta esposa, Doña Nelly, como a sus amigos. Ha sido comerciante de frutas, vendedor de medicamentos caseros, y aguardiente; y actualmente, posee una bodega en la cochera de la casa.

Padre Manuel

Sacerdote de 68 años. Físicamente es de cabello ralo, corto y canoso, contextura gruesa, de estatura mediana, de tez blanca, rasgos finos, sus ojos son de color verde claro. Suele estar con la vestimenta de sacerdote. Es una persona sociable, amable y cauto; sin embargo, algunas veces pierde la paciencia. Es algo enigmático e interesado, aunque despliega obras de caridad para los niños pobres.

Philip Redhead

Es un hombre de aproximadamente 65 años, de tez blanca, alto, contextura esbelta, de barba tupida, cabello castaño, ojos claros y rasgos finos. Es piloto, vive separado de su esposa Frieda Betancourt, con quien tiene un hijo llamado Patrick, también piloto. Es mujeriego (enamorado, atento con las mujeres, todo un don Juan), tiene facilidad de palabra, denota un grado de instrucción superior. Viste con blazer, pantalón y camisa, es elegante y pulcro. Es frío, se conmueve muy pocas veces, salvo con la muerte de su hijo.

Rodolfo Rojas - Peter

Es el mayordomo de la familia Maldinni. 65 años. Es serio, confiable, conservador, servicial, astuto, sociable, humilde y honrado. Engríe y tiene un cariño especial a los nietos de la familia (Nicolás y Fernanda), a quienes considera como sus hijos, ya que cuando eran pequeños hizo el rol de padre. Es la persona de confianza y mano derecha de Francesca Maldinni, de quien se enamoró perdidamente. Con el paso de tiempo, entendió que un romance era inviable. De tez trigueña, estatura media, cabello corto, y nariz aguileña, Peter rara vez no viste su traje de servicio. Utiliza un lenguaje prolijo (a la hora de poner la mesa habla en otros idiomas). Tiene buenos lazos amicales con su entorno, en especial con sus vecinos (los Gonzales), y tiene una estrecha amistad con don Gilberto, con quien comparte experiencias y secretos.

Señora Rosa - Carmen

Es una mujer de una edad de 66 años. Tiene cabello corto rojizo, test blanca, contextura gruesa, de estatura mediana. Suele usar faldones pegados y blusas holgadas. Se muestra como una persona sociable y amable, sin embargo es fría, calculadora, manipuladora y mentirosa. Luce fuerte físicamente, ya que a su edad puede realizar diversas actividades, una de ellas es cuidar a Grace (quien está discapacitada física y mentalmente tras un fuerte accidente). Logró infiltrarse dentro de la familia Maldinni, intentando saber si su plan está por ser descubierto. Es la madre de Leonardo (ex esposo de Isabella Maldinni) y Claudia “mirada de tiburón”, enemigos a muerte de los Maldinni

Tadeo Sánchez

Este hombre es el director del penal “Piedras Flacas”. Una PAM de poco más de 60 años. Es soberbio, de personalidad fuerte, frío, insensible, práctico, inteligente ya que no cualquiera llega a cubrir la plaza que actualmente desempeña. Su grado de instrucción es alto. Viste con ropa sastre. Es de tez blanca, ojos verdes, estatura media, contextura gruesa, calvo, con patillas canosas. Es muy estricto con los presos, en cuya inocencia no cree.

Amor de madre

Don Alcides

Es un adulto mayor de unos 85 años, que se dedica al negocio de la sastrería, con bastante tiempo de experiencia, en el Emporio comercial Gamarra. Muestra una vitalidad muy evidente, y es dueño de una mente totalmente lúcida y un lenguaje pícaro, lleno de metáforas y frases poéticas (habilidad con la que pretende enamorar a una mujer mucho más joven). Se le puede describir como los típicos caballeros de traje y corbata, que no solo visten bien (gorrita, camisa manga larga pullover), sino se comportan de la misma manera. Es muy bondadoso con las demás personas, dispuesto a ayudar a quien lo necesite. No se le conoce familiar alguno, sin embargo tiene muchos amigos comerciantes que estarían con él ante cualquier incidente

Remigio Beraun

Primero fue un médico muy competente, que se manejaba en un lenguaje fluido, objetivo, claro y preciso. Una persona muy tratable con sus pacientes a quienes demostraba sinceridad. Luego pasó a ser una PAM de unos 75 años con claros signos de decaimiento físico y mental, y cuyos días los pasa en un asilo de ancianos, ya que tiene enfermedades como demencia senil, alzheimer, discapacidad para caminar. Hombre tradicional, demuestra algunos valores como solidaridad, sinceridad, amor hacia su supuesta nieta. Durante su etapa de enfermo muestra poca racionalidad ya que se deja llevar por sus impulsos, y en una ocasión se mostró algo agresivo; también da a notar desesperación, culpa y remordimiento por alguna pasada mala práctica médica.

Ven baila quinceañera

Arturo del Campo

Es un hombre acaudalado; tanto dinero le permite tener negocios y realizar otros muy seguidos. Es muy confiado con una actitud muy discriminadora hacia personas que no son de su círculo socioeconómico. Tiene un hijo joven de aproximadamente 23 años y una esposa muy joven también. Al parecer es un hombre que tiene ya la vida hecha: él sólo lleva el mando y manejo de sus negocios. No es consciente cómo hacer alguna obra benéfica ante alguna situación que lo amerite. Ostentoso en todos los aspectos desde la apariencia de su hogar hasta en la forma de vestirse, tiene una apariencia muy cuidada, siempre de terno, camisa y corbata. Conserva un atractivo, y cierto magnetismo, con un acento extranjero por las relaciones internacionales que tiene por su empresa.

Bruno

Este es un tipo trabajador, al cuidado de dos hijas menores de edad, y una esposa que lo apoya constantemente en casa y con quien está felizmente casado. Activo en su labor, amoroso con su familia, es un nivel social-económico medio-alto. A veces se siente una carga para su familia porque él ya se siente mayor. Tiene un fuerte problema con su última hija, al enterarse que tiene leucemia, y procura ayuda sin cesar. Al conseguir esta ayuda, precisaba tener más dinero para pagarla y aparece cierta debilidad por el juego en casinos, donde apostó todo el dinero destinado para la operación de la menor. En serios aprietos ahora, se obliga a mentir a la esposa sobre el destino del dinero y su vida se trastoca.

Carmela

Es una señora carismática, muy amorosa, que vive con su nuera, y sus tres nietos en una sola casa. Dinámica, activa en los quehaceres no deja de ser protectora y divertida en muchas circunstancias con su familia. Ama a sus nietos y siempre procura aconsejarlos, así invada un poco sus espacios. Suele tomarse muy personales los problemas familiares. Tiene buen carácter, aunque sea muy rencorosa y dura de olvidar los errores. Suele expresarse con un lenguaje coloquial. Se observa que no le aqueja ningún mal, al ser una abuela y cabeza de familia, se ve de mayor edad con ciertas arrugas en su rostro, y su espacio es su casa.

Papá de Ana

PAM que está padeciendo serios problemas de salud, se presenta como alguien demacrado, enfermo, agotado, de semblante pálido. En el último momento de su vida decide revelar ciertos secretos a su hija, como su doble vida y se revela como Infiel, mentiroso, cobarde, irresponsable, sin embargo cuidó a su hija cuando su mujer los abandonó. Aconseja a su hija a no guardar rencor y la anima a buscar a sus hermanos.

Policía

Es una PAM de avanzada edad, responsable en su labor, se ve inmiscuido en diversas situaciones embarazosas. Rechaza siempre contra insinuaciones de “coima”, sin dudar la responsabilidad que su labor requería. Persona honesta, respetuosa, justa, y firme en sus decisiones no cede a intentos de soborno, es más bien correcto, muy serio, con carácter fuerte, justo, y que rige su accionar bajo el imperio de las leyes.

Raquel

Es una señora con mucha actitud, orgullosa, interesada y de mal carácter. Cabeza de familia, siempre quiere mantener la situación bajo su control. Sobre todo desea ejercer una notoria influencia sobre sus hijas, aparentemente no le aqueja ningún mal. Es alguien arrogante con evidentes actitudes discriminatorias hacia personas externas a su círculo o nivel social. Muy bien producida en su apariencia, es llamativa y físicamente. También se descubre como una mujer posesiva con sus acciones y que siempre quiere darse a notar con los demás.

Nuestra historia

Don César

Es un refugiado argentino que huyó a Perú víctima del Gobierno Militar. PAM de contextura media y talla alta, de apariencia desgastada, su cabello es cano y su piel blanca pálida. Sin embargo, es muy pulcro. Es correcto, en su hablar coloquial y formal, y se informa constantemente sobre la realidad nacional. Aparentemente, ha culminado su educación básica. Tiene nociones claras de lo que se suscita a su alrededor, mantiene la fortaleza ante las adversidades, es amable y pacífico para refutar a los demás, comprensivo y tolerante, demostrando sus habilidades para salir adelante. Espiritualmente, se muestra decaído, encerrado en un pesimismo ya que ha perdido la esperanza de encontrar a su hijo desaparecido, y en medio de un conformismo respecto a la vida que lleva. Es un hombre con principios y valores reflejados en su trato a sus vecinos y lo que inculca a su nieto

Doña Flora

Vive en Lima y es de procedencia andina (Huancayo). De tez trigueña, cabello cano y rostro terso, está orgullosa de sus raíces: se rige de sus saberes en medicina natural y a menudo habla en su natal quechua. Sus ropas son sencillas y coloridas y las viste para reuniones. Ayuda en la tienda de su hija. Vive pendiente de su nieto a quien aconseja y habla fuerte cuando piensa que no son correctas sus acciones. Es prudente y tolerante a la hora de hablar con los otros. Se preocupa por los demás, más si hay injusticias de por medio. Sin embargo, también suele entrometerse mucho en conversaciones ajenas. Muestra mucha experiencia en la vida, por los relatos que cuenta y los consejos que brinda. Es realista y justa es sus decisiones, recta, fuerte de carácter y comprensiva con su entorno sobre todo con Rita, trabajadora del hogar que padece de maltratos en su centro de trabajo.

Doña Leonor

Es la esposa de César. De contextura y altura medias y tez clara, su aspecto es muy modesto y hogareño, aunque suele llevar algo de joyería, mostrando así una imagen pulcra y arreglada. Sufre de problemas de presión. Se informa constantemente de la realidad de Argentina debido al deseo de encontrar a su hijo desaparecido. Es costurera, su condición económica es media. Se muestra como una mujer de carácter, es clara al hablar respecto a su ideología política y social, y coherente en sus juicios y fuerte de convicciones y fe. Es una PAM preocupada por su familia, corajuda, perseverante y que no se detiene a pesar del tiempo y la adversidad. Pero su carácter fuerte la lleva muchas a veces a discusiones con las personas cercanas a su entorno o los que no comparten su manera de pensar. Trata de mantener con su familia el recuerdo de su hijo perdido, Socialmente es amable con sus vecinos e inculca valores a su nieto.

Doña Hortensia

Es madre de Patricia y abuela de Ana y Anabell con quienes vive en la época cuando el Perú estaba económicamente en crisis. Es de contextura delgada y estatura media, su piel es color clara, tiene el cabello corto y castaño. Muchas veces usa vestidos largos clásicos de colores pasteles y una chompa, además de pendientes, anillos y pulseras, en una imagen arreglada. Siempre está de buen humor, refleja delicadeza en sus gestos, sencillez en su trato con su familia y vecinos, y bondad: siempre está motivando a su familia, especialmente a su nieta menor. La lectura también es algo que la identifica, está enterada de las noticias y del acontecer nacional. Es emprendedora puesto que ayuda a su nieta en un negocio de pastelería.

Doña Virginia

La señora Virginia es la madre de Francisco. Es una PAM amable, educada, alegre preocupada por el bienestar de su familia, aunque a veces es un poco entrometida ya que siempre está diciéndole a su hijo como solucionar sus problemas familiares. Consentidora, siempre defiende a su hijo a pesar de que éste pueda tener la culpa de sus acciones. Quiere mucho a sus nietos. A pesar de que aparece poco en los capítulos analizados se observa como una mujer elegante y preocupada por su aspecto físico, siempre con aretes, collares y que se maquilla constantemente. Su cabello es negro y corto, el color de su piel, blanca. Viste de manera hogareña y de colores sobrios. Siempre quiere ayudar en su hogar y mantener todo ordenado. Tiene una salud estable, su situación económica es buena y además gusta mucho de la música criolla.

ANEXO N° 3

Referencias

- Adichie, C. (09 de Julio de 2009). El Peligro de una sola historia. *Conferencia ofrecida en el marco del evento TEDGlobal Ideas Worth Spreading*. Oxford, Inglaterra. Obtenido de http://www.catedras.fsoc.uba.ar/reale/chimamanda_adichie.pdf
- Aguilar Morales, J. E. (2011). *Prejuicios, estereotipos y discriminación*. Oaxaca: Network de Psicología Organizacional Asociación Oaxaqueña de Psicología A.C. Obtenido de http://www.conductitlan.net/psicologia_organizacional/prejuicio_estereotipo_discriminacion.pdf
- Alarcón, L. (2015-a). *Cholas de pantalla: Estereotipos de la mujer andina en los programas de humor de la TV peruana*. Chiclayo: CONCORTV - CESMUSS.
- Alfaro, R. M. (2009). *Encuentros & desencuentros entre medios & ciudadanía*. Lima: Observatorios en red.
- Alzheimer's Disease International. (2015). *World Alzheimer Report 2015: The Global Impact of Dementia: An analysis of prevalence, incidence, cost and trends*. London. Recuperado el 22 de marzo de 2015, de <http://www.worldalzreport2015.org/downloads/world-alzheimer-report-2015.pdf>
- Ardito Vega, W. (2014). *Discriminación y Programas de Televisión. Consultoría sobre Estereotipos y Discriminación en la Televisión Peruana*. Lima: CONCORTV. Obtenido de <http://www.concortv.gob.pe/file/2014/investigaciones/07-consultoria-discriminacion-programas-tv-wilfredo-ardito.pdf>
- Arkivperu.com. (s.f.). "El Tornillo" (Febrero 1968 – Enero 1975). Obtenido de Arkivperu.com: <http://www.arkivperu.com/el-tornillo-febrero-1968-enero-1975/>
- Atar, D. (2010). *Aportes Metodológicos para el Estudio de la Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología. Documento de Trabajo 251*. Universidad de Belgrano. Obtenido de http://www.ub.edu.ar/investigaciones/dt_nuevos/251_Atar.pdf
- Bravo Segal, S. N. (2010). *Adultos mayores y exclusión mediática: un estudio sobre consumo y percepción de medios masivos de comunicación en personas pertenecientes a clubes y organizaciones de adultos mayores de la ciudad de Temuco*. (Tesis conducente al grado de licenciado en comunicación social). Temuco: Universidad de la Frontera. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/178518280/Adultos-mayores-y-exclusion-mass-mediatica>
- Carrasco Campos, Á. (mayo-julio de 2011). Realismo y comedia. Análisis de personajes de la telecomedia española contemporánea. *Razón y Palabra*(76). Obtenido de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N76/varia/2a%20entrega/26_Carrasco_V76.pdf

- Casetti, F., & di Chio, F. (1999). *Análisis de la televisión: instrumentos, métodos y prácticas*. Barcelona: Paidós.
- Cassano, G. (2010-a). La televisión como reconocimiento de la diversidad. En G. Cassano, *Televisión: 14 formas de mirarla* (págs. 129 - 136). Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Cassano, G. (2010-b). Presentación. En G. Cassano, *Televisión: 14 formas de mirarla* (págs. IX - XII). Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Cassano, G. (2011). Presentación. En G. Cassano, *Otras voces, otras imágenes: radio y televisión local en el Perú* (págs. 15 - 18). Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Castañeda, M. (17 de Julio de 2015). Adulto mayor, medios y sociedad. En *Responsabilidad social en los medios de comunicación: Hacia una cultura de envejecimiento exitoso*. Lima.
- Castilla, J. (28 y 29 de Octubre de 2009). *Los Estereotipos y la objetividad periodística: La imagen de las PAM en los medios de comunicación*. Obtenido de CONCORTV - II Taller para periodistas Personas adultas mayores y medios de comunicación, Lima:
<http://www.concortv.gob.pe/file/participacion/eventos/2009/10-adultosmayores/jaimecastilla.pdf>
- Checa Montúfar, F. (2012). *El Medio mediado*. Quito: Ciespal.
- CONCORTV - Lima Consulting. (2015). *Servicio de Estudio Cuantitativo Sobre Consumo Radial y Televisivo*. Lima: CONCORTV. Obtenido de
<http://www.concortv.gob.pe/file/2015/resumen-estudio-2015.pdf>
- CONCORTV. (24 y 25 de Octubre de 2012). *Informe final*. Obtenido de CONCORTV - V Taller para periodistas Personas adultas mayores y medios de comunicación, Ayacucho:
<http://www.concortv.gob.pe/file/2012/eventos/10-taller-ayacucho/Informe.pdf>
- CONCORTV. (s.f.). *CONCORTV - Nosotros El Concortv*. Obtenido de
<http://www.concortv.gob.pe/index.php/el-concortv/nosotros/el-concortv.html>
- Congreso de la República. (2006). *Ley 28803, Ley de las Personas Adultas Mayores*. Lima.
- Cornachione Larrínaga, M. A. (2006). *Psicología del Desarrollo Vejez: aspectos biológicos, psicológicos y sociales*. Córdoba: Brujas.
- De Paiva Costa Barroso, A. B. (2013). Silêncio, antimatéria da comunicação. *Esferas(2)*, 105-111.
- Definicion.de. (2015). *Definicion de estereotipo*. Obtenido de <http://definicion.de/estereotipo/>
- Diputación Foral de Biskaia. (2011). *Las Personas mayores y los medios de comunicación en Biskaia*. Bilbao: Diputación Foral de Biskaia.

- Echazarreta Soler, C., & Vinyals i Corney, M. (2010). Tras las pistas de la parodia: análisis de contenido del humor y la parodia como posibles transmisores de estereotipos de género. En S. d. Universitat de Girona (Ed.), *Congènere (Congreso internacional): La Construcción de Género en la Ficción televisiva*. Universitat de Girona: Girona. Obtenido de <http://www3.udg.edu/publicacions/vell/electroniques/congenere/2/comunicacions/Carmen%20Echazarreta.pdf>
- Eco, U. (2013). *Apocalípticos e Integrados* (1a ed.). Buenos Aires: Random House Mondadori.
- Faverón Patriau, G. (10 de Febrero de 2015). Rebelión en la caja boba. *La República*, pág. 32.
- Fernández - Ballesteros, R., Moya Fresneda, R., Iñique Martínez, J., & Zamarrón, M. D. (1999). *Qué es la vejez*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Fernández Orozco, Ó. (10 de Octubre de 2013). *Personas adultas mayores y medios*. Obtenido de CONCORTV - VI Taller para periodistas Personas adultas mayores y medios de comunicación, Cajamarca: <http://www.concortv.gob.pe/file/2013/eventos/10-cajamarca/oscar-fernandez.pdf>
- Froufe, S. (1998). Familia y medios de comunicación. *Comunicar*, 21-26. Obtenido de ProQuest: <http://site.ebrary.com/lib/bibsipansp/reader.action?docID=10168879>.
- Furrer Correa, S. E. (2013). Comprendiendo la amenaza del estereotipo: Definición, variables mediadoras y modeladoras. *ReiDoCrea. Revista electrónica de investigación Docencia Creativa.*, 2, 239-260. Obtenido de <http://digibug.ugr.es/bitstream/10481/27787/1/ReiDoCrea-Vol.2-Art.34-Furrer.pdf>
- Galán Fajardo, E. (janeiro-julho de 2006). Personajes, estereotipos y representaciones sociales. Una propuesta de estudio y análisis de ficción televisiva. *ECO-PÓS*, 9(1), 58-81. Obtenido de http://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/viewFile/1060/1000
- Galán Fajardo, E. (S/F). *Fundamentos básicos en la construcción del personaje*. (F. d. Universidad Carlos III de Madrid, Ed.) Obtenido de <http://www.cesfelipesegundo.com/revista/articulos2007b/ElemGalan.pdf>
- García Luis, J. (2009). *Ética y Deotología de la Comunicación Social*. La Habana: Felix Varela.
- Gomes Júnior, N., Lopes de Freitas, E., Acevedo Hartwig, L., & Pinheiro Largura, L. (2008). Sexualidade na terceira idade: crenças, comportamentos e exposição à DST / AIDS. *Luminis, revista multidisciplinar da Unilinhares*, 3(1), 142-153.
- Guardiola Jiménez, P. (S/F). La Percepción. Documento de trabajo. Murcia: Universidad de Murcia. Obtenido de <http://www.um.es/docencia/pguardio/documentos/percepcion.pdf>
- Hall, S. S. (Mayo de 2013). Más allá de los 100. *National Geographic*, 32(5), 6-27.

- Help Age International. (s.f.). *Sobre Nosotros*. Obtenido de Help Age International :
<http://www.helpage.es/sobre-nosotros/>
- Hildebrandt, M. (2011). *1000 Palabras y frases peruanas*. Lima: Espasa.
- IMDb. (s.f.). *Intriga infame*. Obtenido de IMDb:
http://www.imdb.com/title/tt0452085/?ref_=nm_film_act_1
- Instituto Nacional de Estadísticas. (2008). *Censos Nacionales 2007: XI de Población y VI de Vivienda, Resultados Definitivos*. Lima: INEI.
- Instituto Nacional de Estadísticas. (2012). *Censos Nacionales de Población y Vivienda y Estimaciones y Proyecciones de Población 1970-2025 (Boletín Especial Nº 15)*. Lima: INEI.
- Isturitz, J. J. (2006). *Los estudios de percepción como herramienta para la planificación estratégica en seguridad urbana*. Madrid: Observatorio de la Seguridad Security Point.
- Joy Chion Li, T., Rothschild Fernández, M., Alvarado Cáceres, J., & Vargas Feldmuth, J. R. (2006). *Calidad de vida en el adulto mayor: Principales factores de medición*. Lima: Centrum.
- Kaplún, G. (21 de marzo de 2016). Comunicación y ciudadanía. *Comunicación, cultura y ciudadanía*. Brasilia: III Escuela de Verano ALAIC - Universidad de Brasilia.
- León, B. (2009). *Dirección de documentales para televisión. Guión, producción y realización*. Pamplona: EUNSA.
- López La Vera, B. (28 y 29 de Octubre de 2009). *Buenas prácticas a favor de las personas adultas mayores*. Obtenido de CONCORTV - II Taller para periodistas Personas adultas mayores y medios de comunicación, Lima:
http://www.concortv.gob.pe/file/participacion/eventos/2009/10-adultosmayores/blanca_lopez.pdf
- Lukács. (1955). *Die intellektuelle Physiognomie der Künslerischen Gestalten en Probleme des Realismus*. Citado por Eco en *Apocalípticos e Integrados, 2013*, Buenos Aires: Random House Mondadori, 234 - 235. Berlín: Aufbau.
- Martín Barbero, J. (2001). Televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención. En C. A. Bello, *Televisión pública: del consumidor al ciudadano* (págs. 35-69). Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Martins da Silva, L. (2011). Comunicação e cidadania - conceitos básicos. En A. B. Formiga Sobrinho, D. Vidal, B. Dantas, J. Soares Mendes, & e. outros, *Comunicação e cidadania: conceitos e processos* (págs. 95-113). Brasilia: Francis.

- Ministerio de Cultura. (30 de septiembre de 2014). *Afroperuanos y cholos en la ficción de la TV peruana*. Recuperado el 13 de junio de 2015, de Alertas contra el racismo: http://alertacontraelracismo.pe/?attachment_id=3081
- Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. (2013). *PLANPAM 2013-2017 Plan Nacional de las Personas Adultas Mayores*. Lima: Cendoc MIMP.
- Ministerio de Promoción de la Mujer y del Desarrollo Humano. (2002). *Plan Nacional para Personas Adultas Mayores 2002 - 2006*. Lima.
- Moscovici, S. (1979). *El Psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires: Huelmul.
- Organización Mundial de la Salud. (2002). Envejecimiento activo: un marco político. *Revista Española de Geriatría y Gerontología*, 37(2), 74-105.
- Organización Mundial de la Salud. (Septiembre de 2015-a). *10 datos sobre el envejecimiento y la salud*. Obtenido de <http://www.who.int/features/factfiles/ageing/es/>
- Organización Mundial de la Salud. (Mayo de 2015-b). *Demencia*. Obtenido de <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs362/es/>
- Papalia, D. E., Sterns, H. L., Feldman, R. D., & Camp, C. J. (2009). *Desarrollo del adulto y vejez*. México: Mc Graw Hill.
- Parrilla, A. (19 de Septiembre de 2014). *Datos y cifras del Alzheimer que no se deben olvidar*. Obtenido de EFE Salud: <http://www.efesalud.com/noticias/datos-alzheimer-afectados-olvidar/>
- Pauwles, F. (18 de marzo de 2016). Disertación. *Servicio Público de Comunicación, defensorías y América Latina*. Brasilia: III Escuela de Verano ALAIC - Universidad de Brasilia.
- Peirano, L., & Sánchez León, A. (1984). *Risa y cultura en la TV peruana*. Lima: Desco / Yunta.
- Pérez Serrano, G. (2013). Calidad de vida en personas mayores. En G. Pérez Serrano, & Á. De-Juanas Oliva, *Calidad de vida en personas adultas y mayores* (págs. 131-195). Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Pérez, C. (17 de noviembre de 2012). El profundo poder de un estereotipo. *Tendencias/ La Tercera*, pág. 16.
- Pérez, J. (2010). *Diccionario de Comunicación*. Colombia: Señal S.A.
- Ponce, H. (2001). *Imágenes críticas de la televisión peruana actual*. Lima: Universidad San Martín de Porres.

- Quiroga, T. (2011). Cidadania em tempos de tecnologia. En A. B. Formiga Sobrinho, D. Vidal, DantasB., J. J. Soares Mendes, & outros, *Comunicação e cidadania: conceitos e processos* (págs. 19-36). Brasília: Francis.
- RAE. (2014). *Diccionario de la Lengua Española*. (Vigesimotercera ed.). Madrid: Real Academia Española / Espasa.
- Rincón, O. (2002). *Televisión, video y subjetividad*. Bogotá: Grupo editorial Norma.
- Rincón, O., & Estrella, M. (1999). *Televisión, pantalla e identidad*. Quito : El Conejo.
- Robledo Ríos, P. (2013). Reconocimiento, igualdad y participación: el continuo y complejo proceso de la construcción de la ciudadanía. En A. Millán, & O. Vélez, *Ética y ciudadanía* (págs. 193-224). Lima: UPC.
- Russi, P. (21 de marzo de 2016). Disertación. *Teoría, Semiótica y Tecnologías de la Comunicación*. Brasília: III Escuela de Verano ALAIC - Universidad de Brasilia.
- Sánchez, V. (1999). *Periodismo y Lenguaje*. Lima: Universidad de San Martín de Porres - Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- Stuart - Hamilton, I. (2000). *Psicología del envejecimiento*. Madrid: Morata.
- Tellaroli Fenelon, T. M., Genaro Lemos, E., Ferreira Aneio, C. R., & Motti, A. (2014). TV e novas tecnologias: a participação do público através do Facebook na TV MS Record. *Esferas*(5), 127-137.
- Torrvalva, M. (15 de julio de 2009). *La Primera dama de la escena nacional*. Obtenido de Simplemente novelas: <http://simplementenovelas.blogspot.pe/2009/07/la-primera-dama-de-la-escena-nacional.html>
- Vásquez F., G. (2012). Al fondo hay sitio: una mirada mediada e inclusiva de nuestras diferencias. En J. A. Dettleff, *Representación e inclusión en los nuevos productos de comunicación* (págs. 97 - 129). Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Vásquez, A. (15 de abril de 2014). *Estereotipar y ser estereotipados*. Obtenido de Alexandra Vásquez: <http://alexandra-vazquez.webnode.es/news/estereotipar-y-ser-estereotipados>
- Ventura, J. M. (2014). *Radiografía del nuevo adulto mayor: vivir hasta los 100*. Santiago: GFK Adimark. Obtenido de <http://www.adimark.cl/es/estudios/documentos/presentaci%C3%B3n%20icare%20-%20vivir%20hasta%20los%20100.pdf>
- Ventura, José Miguel. (2014). *Radiografía del nuevo adulto mayor: vivir hasta los 100*. Santiago: GFK Adimark. Obtenido de

<http://www.adimark.cl/es/estudios/documentos/presentaci%C3%B3n%20icare%20-%20vivir%20hasta%20los%20100.pdf>

Vílchez, C. (9 de octubre de 2013). *Mabel Duclós sobre su retorno a la televisión: "Aún tengo la memoria para seguir actuando"*. Obtenido de Diario Correo:
<http://diariocorreo.pe/espectaculos/mabel-duclos-sobre-su-retorno-a-la-televisio-75549/>

Vivas Sabroso, F. (2008). *En Vivo y en directo: una historia de la televisión peruana* (Segunda ed.). Lima: Fondo Editorial de la Universidad de Lima.