

GERARDO HERNÁNDEZ RODRÍGUEZ

Medios de comunicación de masas e imáxenes asociadas a la población anciana¹

Mass Media and Images Associated with Old People

Resumo: Los medios de comunicación social constituyen un elemento fundamental como conformadores de la opinión pública. Por esta razón, la opinión que en la sociedad se tiene de las personas mayores o de la ancianidad depende, en buena medida, de la imagen que las mismas se da a través de estos medios, tanto escritos como audiovisuales y, en este sentido, ésta es una responsabilidad que les atañe muy directamente. Actualmente, no se puede identificar de una forma tajante y exclusiva el ser anciano o viejo con haber cumplido una determinada edad. Estaríamos incurriendo en los que hemos dado en denominar "ancianidad decretada". El introducir a los mayores en el conocimiento y empleo de la informática y de los medios actuales de comunicación de masas favorece el que ellos también pueden hacer su aportación, tanto personal como colectiva a fin de crear, modificar y propiciar una imagen social de la vejez, real, adecuada, sin manipulaciones, tergiversaciones, prejuicios o estereotipos en las imágenes asociadas a este sector de la población, a esta etapa de la vida.

Palabras-clave: ancianidad; medios; imagen; opinión pública; rol social.

Abstract: The media have a fundamental paper as public opinion former. That's why the public image of old people and old age depends to a large extent on what are is the vision transmitted by the media, and they have a great responsibility on it. Nowadays it is not possible to identify directly having an age with being old. Doing this, we would commit the mistake of so-called "decreed old age". Regarding old people, stereotypes, acting as prior mental conditioners, determines our treatment of old people and, since they don't fit the majority of the elderly, we would fall on ageism, continuing with the transmission of negative stereotypes on these people. Introducing our seniors in the use of informatics and the media would favour their own contributes to communication. giving a real, appropriate image of old age, without distortions, misrepresentations, prejudices or stereotypes.

Keywords: old age; media; image ; public opinion; social role.

¹ Esta comunicación tiene su origen en el capítulo "Sociología de la Vejez", en Millán Calenti, J.C. (comp) *Principios de Geriatria y Gerontología*, siendo coautores del mismo Gerardo Hernández Rodríguez y Dana Zírpoli Tesouro.

INTRODUCCIÓN

El incremento de la población anciana en nuestra sociedad es un hecho evidente que demuestra, por una parte, unas mejores condiciones vitales y sociales que han facilitado el aumento de la esperanza de vida y, por otra, la necesidad de que sean acometidas políticas sociales acordes con esta nueva realidad y, para ello, es preciso tener un conocimiento lo más aproximado posible de los aspectos sociales vinculados con las personas mayores y con la ancianidad. Sin embargo, este hecho no significa que se estén alcanzando edades superiores a las más altas a las que haya llegado el ser humano como tal, sino que son más las personas que llegan a las edades más avanzadas. No hay que confundir longevidad de los individuos con envejecimiento de la población.

Este aumento de la población anciana, los sistemas actuales de producción, los modelos familiares vigentes, las características y dimensiones de las viviendas, los servicios sociales y los planteamientos económicos requeridos por la nueva configuración demográfica se traducen y manifiestan en importantes consecuencias sociales, sanitarias, económicas, geográficas y políticas que preocupan a los gobiernos en el presente y significan un desafío particular para los del futuro, en orden a la protección social de la ancianidad y al beneficio, por parte de ésta, de los derechos humanos en toda su amplitud, de un número cada vez mayor de personas con edades superiores a los 65 años que, habiendo superado su etapa de actividad laboral, demandarán una integración plena, más servicios asistenciales, el respeto y disfrute de sus derechos y una imagen social adecuada y objetiva.

En relación con esta preocupación, en abril del año 2002, se celebró en España la II Asamblea Mundial sobre el Envejecimiento. Entre las finalidades de este encuentro cabe destacar la realización de un examen general de los resultados de la I Asamblea que tuvo lugar en Viena en 1982 y aprobar un plan de acción revisado y una estrategia a largo plazo sobre el envejecimiento, en el contexto de una sociedad para todas las edades. Y en este foro se ha prestado especial atención, entre otras cosas, a aspectos como las características del proceso de envejecimiento y el desarrollo, las nuevas pautas para la jubilación, la asociación entre el sector público y el privado, el aumento de la solidaridad intergeneracional y la imagen social de la ancianidad y la vejez.

En este contexto, los medios de comunicación social constituyen un elemento fundamental como conformadores de la opinión pública. Por esta razón, la opinión que en la sociedad se tiene de las personas mayores o de la ancianidad depende, en buena medida, de la imagen que las mismas se da a través de estos medios, tanto escritos como audiovisuales y, en este sentido, ésta es una responsabilidad que les atañe muy directamente.

PERCEPCIÓN Y VALORACIÓN SOCIAL DE LA PERSONA MAYOR: ESTEREOTIPOS ACERCA DE LA VEJEZ

Llama la atención, ante todo, la pluralidad de términos que se utilizan para denominar al colectivo de personas que han rebasado los sesenta y cinco años de edad. Y así encontramos: ancianidad, tercera edad, vejez, los mayores, personas de edad avanzada, senectud, longevidad. Algunos de ellos tienen más aceptación que otros y los hay que son abiertamente rechazados. El Diccionario de Sinónimos y Antónimos de la Lengua Castellana contempla cuatro palabras como sinónimos de vejez, que podríamos decir que tienen un carácter definitorio o descriptivo del fenómeno: ancianidad, senectud, longevidad y senilidad.

Sin embargo, cuando se refiere al término viejo, aporta nada menos que treinta palabras, de las cuales, en nuestra opinión, sólo cuatro tendrían carácter referencial: anciano, veterano, maduro, longevo. Otras tres dirían razón de la edad o de la condición, cuales son añoso y centenario y abuelo, respectivamente. Y el resto, es decir veintitrés palabras son sinónimos de estados carenciales o tienen un carácter despectivo o peyorativo dependiendo, en muchos casos, del tono que se emplee o del significado que se le confiera en las expresiones habituales. Estas veintitrés palabras son las siguientes: vejestorio, matusalén, decrepito, senil, achacoso, vetusto, arcaico, anticuado, pretérito, antiguo, rancio, fósil, lejano, trasnochado, tradicional, antediluviano, arqueológico, gastado, estropeado, deslucido, ajado, usado y destartalado. La palabra abuelo tiene otras ocho acepciones, entre las que las encontramos descriptivas, afectuosas y alguna de un cierto tono no muy favorecedor: anciano, viejo, antecesor, antepasado, ascendiente, yayo, chocho y senil.

No son las palabras las que, muchas veces, tienen un significado negativo o despectivo. Depende del tono que se emplee y del sentido que se les quiera dar. En el uso de esta terminología lo que se trata de buscar, en definitiva, es una palabra que evite cualquier connotación peyorativa tanto para la sociedad como para los propios sujetos afectados. En este punto es preciso señalar que la mayoría prefiere el término de "mayores" al referirse a las personas de más edad, una quinta parte prefiere el de "tercera edad", apenas un 20 por 100 emplea el de "ancianos" y una minoría el de "viejos".

Encuestas llevadas a cabo en los países de la Unión Europea muestran como les gusta o no a las personas mayores ser llamadas en esta época de su vida, y como sienten que son percibidas y tratadas por los demás. Las tres cuartas partes prefieren ser denominadas "Personas mayores", "Jubiladas" o "Seniors". A muy pocas les gusta ser llamadas "ancianas" y todavía menos "viejas". Tampoco les gustan expresiones como "edad de

oro", "años de oro", "tercera edad" y similares. El psicólogo José Luis Pinillos dice que, de tanto ser tratadas como de "tercera edad", llegan a sentirse consideradas como de "edad de tercera". En cuanto a si se sienten mejor o peor tratadas conforme envejecen, los ciudadanos irlandeses y griegos creen recibir más respeto que antes, en oposición a belgas, daneses y holandeses, que se sienten ahora peor tratados. Asimismo algunos dicen sentirse tratados como ciudadanos de segunda clase, sobre todo por los políticos, autoridades locales y por la Seguridad Social. Menos personas, un 8 por 100, declara que también se siente así tratado por la familia (Commission of the European Communities).

Como ya hemos mencionado con anterioridad, el envejecimiento de la población y el aumento de la esperanza de vida, son el resultado de la disminución de la mortalidad y el de manera concomitante del incremento de las condiciones de salud principalmente referidas a la alimentación, los avances médicos, las condiciones higiénicas y otros factores.

Pero además de todos estos avances, el aumento de la población envejecida, también ha estado influido porque ha decrecido la tasa de nacimientos (con la excepción del baby boom, los nacimientos se han reducido de forma continua desde el año 1800), paralelamente a un progresivo descenso en las tasas de mortalidad general infantil y perinatal.

Es en 1965, cuando la Ley 193/1963 de Bases de la Seguridad Social, fija en los 65 años la edad de la jubilación (Capt. VII, Artº. 150.1.a.) y a los mayores se les empieza a atribuir una posición en la sociedad, definiéndose el término de "vejez", que proviene del latín "veclus", "vetulus", o "persona de mucha edad".

Así, pues...¿Cuándo se es viejo?: Juvenal decía que los hombres imploraban a Júpiter una larga vida, y no se daban cuenta de que lo que le pedían era una larga vejez llena de continuos males. Francisco de Quevedo afirmaba que todos queremos llegar a viejos, aunque ninguno reconocemos haber llegado ya. Pero Santiago Ramón y Cajal sostenía que se es viejo cuando se pierde la curiosidad intelectual. Un poeta francés del siglo XVI, Pierre de Ronsard decía que "nadie es viejo si no quiere", y otro poeta, éste español, José de Zorrilla, decía de sí mismo: "Yo soy de esos viejos que nunca lo son". ¿Cuándo podemos calificar a una persona como "vieja"?; la respuesta ha de basarse en dos concepciones diferentes, la cronológica, que en nuestra sociedad marca el inicio del proceso a los 65 o 70 años, en relación a la jubilación o momento del cese de la actividad laboral; y la biológica que dependerá del estado del organismo vivo en relación al paso del tiempo y que presentará variabilidad individual.

Los umbrales arbitrarios establecidos conforme a la edad resultan a menudo engañosos, ya que existe gran variabilidad individual en la manera de envejecer y en la transición de la edad madura a la vejez los cambios

suelen ser graduales. Por tanto, además de la edad cronológica hay que tener en cuenta numerosas variables como la salud, los factores sociales y económicos. Puesto que se envejece de modo diferente desde el punto de vista físico, económico y social, la edad cronológica, sólo es un indicador más de lo que suele ocurrir en un período de tiempo determinado.

En este momento del discurso emerge la siguiente cuestión: cuándo se puede decir que una persona es mayor o viejo, o que pertenece a la llamada tercera edad. En un principio podríamos ver dos teorías que se expresan mediante dos aforismos: uno que llamaríamos biológico, y otro que denominaríamos psicológico. Según el aforismo primero, "el hombre tiene la edad que le marcan sus arterias", o sea, obstrucción de las arterias, arrugas en la piel, huesos menos flexibles, y toda una serie de rasgos físicos que son característicos de una determinada edad.

El aforismo denominado psicológico nos dice que "el hombre no tiene más edad que la que cree tener", lo que se traduce en que lo importante no es cómo está una persona físicamente, sino de las ganas que cada uno tiene de moverse, hacer cosas, realizar actividades y de vivir.

Pero vayamos ahora a una tercera teoría, a la que nos adscribimos, y que entra dentro de lo que denominamos una teoría sociológica. Ser viejo socialmente, es "ser reconocido como tal por el grupo o sociedad de la que se forma parte". En definitiva, viejo o anciano es, desde la perspectiva sociológica, aquel que en la sociedad en la que vive, así lo define. Y estamos, en una sociedad industrializada, técnicamente avanzada y con un claro predominio urbano. Una sociedad donde prima la producción y el consumo, que inventó la jubilación y que divide a los grupos en productivos y no productivos; una sociedad que establece una frontera que generalmente se sitúa en los sesenta y cinco años. De todos modos, lo que sí es evidente es que la ancianidad no es en sus componentes un colectivo uniforme, no todos sus miembros tienen una situación económica y social idéntica, sino que existen enormes diferencias internas, por razón de sexo, nivel educativo y de ingresos, clase social y otros tipos de variables e indicadores que han de ser tenidos en cuenta.

Ahora bien, entendemos que, actualmente, no se puede identificar de una forma tajante y exclusiva el ser anciano o viejo con haber cumplido una determinada edad. Estaríamos incurriendo en los que hemos dado en denominar "ancianidad decretada", es decir, la pérdida del rol configurador de la personalidad social con la llegada de la jubilación y la ancianidad. Es importante señalar en cuanto a la edad física que no todas las personas envejecen al mismo ritmo ni de la misma manera; el entrenamiento físico y cuidado del cuerpo lleva a que muchas personas de edad tengan mejor salud que otras más jóvenes.

La edad psicológica, viene definida por los cambios que se producen en la "psique" por efecto del paso del tiempo. Para Birren, la edad psicológica hace referencia a la situación de los individuos en una población determinada, en relación con la capacidad de adaptación observada o deducida de mediciones de la conducta. En esta cuestión, como en tantas otras, intervienen por un lado los factores objetivos y, por otro, los subjetivos. La imagen social de la ancianidad, como de cualquier otras edad, tiene que ver con su estatus social. El estatus viene determinado, generalmente, por el rol. Y el rol social se refiere, como ya ha quedado expresado más arriba, a las costumbres y funciones de los individuos en relación con los grupos sociales o sociedades a las que pertenecen. Es actuar conforme a lo que los demás esperan de cada persona.

Podríamos ahora preguntarnos si existen varios tipos de vejez o envejecimiento. Neugarten estableció, en función de la edad cronológica dos categorías de vejez: los "jóvenes- viejos" que irían desde los 55 a los 75 años, y los "viejos- viejos" que se situarían a partir de los 75 años. Otros autores modifican los rangos de edad de estas categorías, así Riley (1988) considera que los "jóvenes- viejos" abarcarían entre los 65 y 74 años, los "viejos- viejos" se situarían entre 75 y 85 años, considerando a los mayores de 85 como los "viejos más viejos".

Dada la carga negativa previa que se le atribuye frecuentemente al concepto de vejez, son muchas las personas mayores que no se sienten representadas bajo esta denominación, y puesto que la mayor parte de ellas poseen buena salud física y mental, sólo un 1 por 100 representa dependencia, es lógico que no acepten ser definidas con un concepto que no se ajusta a su realidad.

Desde la infancia se nos transmiten determinadas creencias sobre cómo debe ser una persona de edad y cómo debe comportarse. Los prejuicios que adoptamos son generalizaciones individuales sobre cómo la gente que observamos se comporta y que aspecto adquiere a determinada edad. Sin embargo estos prejuicios no siempre se ajustan a la realidad, así la mayoría parte de informaciones falsas e incompletas, de mensajes percibidos de manera subliminal así como de asociaciones que establecemos entre estímulos que definen a la vejez y otros estímulos incondicionados (dolor, muerte) que provocan respuestas de rechazo.

Es importante diferenciar ahora entre creencias, actitudes y estereotipos. La creencia hace referencia al conocimiento que poseemos sobre un fenómeno, siendo contrastable empíricamente. En la actitud, el aspecto cognitivo propio de la creencia se completa con un componente valorativo-afectivo, es decir, además del conocimiento sobre un fenómeno se añade un componente disposicional negativo o positivo. Así las

actitudes negativas en contra de la vejez se reflejan en comportamientos negativos frente a las personas mayores.

Los estereotipos son un conjunto de creencias mantenidas por un individuo en relación con un grupo social, son conceptos incorrectamente aprendidos y rígidos a pesar del transcurso del tiempo. A este respecto conviene recordar que José Ortega y Gasset (1965) afirmaba que las ideas se tienen y en las creencias se está. Mientras que las creencias pueden ser exactas o inexactas, los estereotipos son por definición incorrectos y generalmente despectivos.

Por lo que se refiere a las personas mayores estos estereotipos al funcionar como esquemas mentales previos condicionan nuestro trato con respecto a ellos, y dado que éstos no se ajustan a la mayoría de adultos ancianos, es decir, nuestra opinión sobre ellos no se corresponde con la realidad, podríamos ser culpables de senilismo, de continuar con la transmisión conceptual de los estereotipos negativos referidos a la vejez, así como de ideas respecto al desarrollo de estas personas.

Incluso el maltrato a las personas ancianas, y sobre todo su ocultamiento, tienen que ver con el bajo estatus y por tanto bajo prestigio social, que detentan las personas mayores en las sociedades contemporáneas. Según un estereotipo comúnmente aceptado las personas ancianas son víctimas del cambio, de la hipervaloración de la juventud, y de la falta de sensibilidad social hacia sus necesidades.

La OMS ha puesto de relieve esta problemática así como la necesidad de realizar programas de formación para evitar estas falsas concepciones y sus consecuencias, ya que estas imágenes negativas de las personas mayores pueden ser modificadas mediante la transmisión de una información-formación adecuada del proceso de envejecimiento, siendo importante que participen en ellos no sólo las personas directamente afectadas y sus familias sino también los profesionales que trabajan en el campo de la gerontología: sociólogos, psicólogos, educadores, trabajadores sociales, médicos, etc.

Si enumeramos las características que definen a las personas mayores solemos encontrarnos con expresiones del tipo: a las personas mayores no les gustan ni se adaptan a los cambios, son lentas, menos competentes e inteligentes, son irritables y difíciles de tratar, son poco productivos, más frágiles desde el punto de vista físico, etc.

Esto es producto de un substrato cultural que determina esta forma de pensar en nuestro medio, y a pesar de que los medios de comunicación tratan, a través de imágenes de ancianos activos y productivos, de modificar estas percepciones, estas opiniones prevalecen.

Se plantean ahora algunos de los estereotipos, mitos o construcciones sociales que con más frecuencia se atribuyen de manera incorrecta

a este sector de población: Uno de ellos es considerar a los mayores como carga económica y social. Así debido a las dificultades que se espera que el Estado tenga para poder pagar las pensiones y mantener los compromisos sociales, se piensa en ellos como los culpables de esta futura pérdida del estado de bienestar. Por otro lado las pensiones que reciben son un derecho resultado del esfuerzo realizado a lo largo de años de trabajo. Otro es pensar que son personas improductivas, identificando así su inactividad laboral con la inactividad en otras áreas de la vida. Así está suficientemente constatado que en ausencia de enfermedades y problemas sociales la persona mayor puede permanecer productiva e interesada por la vida.

Un mito más es la vinculación de la tercera edad con lo patológico y el deterioro físico y/o psíquico. Se tiene así la creencia, de que la vejez y el paso de los años conllevan el aumento de las patologías y enfermedades así como del uso de fármacos. Es evidente que existen en esta etapa enfermedades, limitaciones y situaciones de dependencia, pero estas circunstancias no afectan a todo el colectivo de personas mayores, por lo que no podemos identificar esta etapa con enfermedad y deterioro.

Otro mito es el de la senilidad o disfuncionalidad, lo que induciría a pensar que el envejecimiento lleva asociado déficit en diferentes ámbitos, entre ellos el cognitivo, es decir, pérdida de memoria, disminución de la atención, y el actitudinal caracterizado por alteraciones en la responsabilidad y cambios de actitud. También se tachan de senilidad manifestaciones de ansiedad y depresión que pueden presentarse de manera frecuente en las personas mayores, debido a los cambios y adversidades que pueden presentarse en esta etapa de la vida. Son éstos, pues, estereotipos que asocian a las personas ancianas con la falta de capacidades intelectuales, o consideran que son anticuadas. Sin embargo, existen muchas formas de vivir la vejez, como diversas son las trayectorias individuales que conducen a las personas a la última etapa de sus vidas.

Es más, los estereotipos que aún prevalecen de las personas mayores incluyen imágenes de pasividad, dependencia, rigidez, y con cierta frecuencia senilidad. Los mayores son también caracterizados como faltando capacidad de atención e inteligencia, como ineficientes, carentes de una mente abierta, y no activos ni física ni sexualmente. Todo ello supone una incapacidad para participar en la vida social, y sugiere la necesidad de otras personas que son capaces de identificar y proteger los intereses de los mayores.

En contraste con el anterior, podemos destacar el mito de la serenidad. Sin embargo está comprobado que las personas mayores están sometidas a un mayor estrés en comparación con otros colectivos debido a diferentes factores: la mayor probabilidad de enfermedades, pérdida de

seres queridos, soledad, jubilación, descenso de relaciones y redes sociales, etc. También es frecuente en esta etapa la disminución de la autoestima como consecuencia de la pérdida de estatus.

Otro estereotipo es pensar que la vejez una fase cercana a la muerte y que comienzan a perderse las ganas de vivir, de tener proyectos de futuro a largo plazo o deseo de realizar actividades. Sin embargo hay que puntualizar que son los ritmos físicos y psíquicos los que deben marcar las limitaciones de las personas mayores y en principio desde la perspectiva psicológica y física no hay razón para perder interés por realizar proyectos y actividades. Asimismo, suele asociarse al envejecimiento a la inflexibilidad o rigidez, es decir, incapacidad para cambiar o adaptarse a nuevas situaciones, estando este aspecto más relacionado con la personalidad que con el hecho del envejecimiento.

Los prejuicios sobre las personas ancianas, que en la práctica acaban actuando en su contra se denomina -traduciéndolo del inglés- edadismo. Fue el gerontólogo estadounidense Robert Butler quien formuló primero esa definición: "Edadismo (*ageism*) se define como un proceso por medio del cual se estereotipa de forma sistemática a, y en contra de, las personas por el hecho de ser viejas, de la misma forma que actúan el racismo y el sexismo, en cuyos casos es debido al color de la piel o al género" (*The Encyclopaedia of Ageing*, 1978). El edadismo puede ser observado en la vida diaria entre distintos individuos, así como en las mismas instituciones, e implica tanto la actitud ofensiva hacia las personas mayores, como la actitud paternalista.

Por último, al plantearnos cuál es la imagen social de las personas mayores, es decir la idea que el conjunto de la sociedad tiene de los ancianos y la que ellos tienen de sí mismos, hemos de considerar que no son siempre sólo los rasgos físicos o la edad, sino otros diferentes factores los que cuentan a la hora de encuadrar a una persona dentro de esta categoría social o, mejor dicho, sociodemográfica.

En cuanto a la autopercepción, nuestros ancianos, según diferentes encuestas del CIS (Junio 1998, Febrero-Marzo 1999 y Diciembre 2001), y conforme a los datos más recientes, piensan que la sociedad, en general, les ve como personas molestas (34 por 100), inactivas (23 por 100), tristes (13 por 100), divertidas (9 por 100) y enfermas (7 por 100), por este orden de importancia, mientras que ellos se ven, preferentemente, divertidos (27 por 100), tristes (24 por 100), inactivos (21 por 100), enfermos (7 por 100), y molestos (3 por 100).

Un 70 por 100 considera que su situación es mejor que la de sus padres cuando tenían su misma edad y un 56 por 100 se considera bastante satisfecho con su situación actual. Sobre el trato que reciben por parte de la juventud, un 25 por 100 estima que son tratados con respeto, hay un 40

por 100 que piensan que son tratados con indiferencia, y un 29 por 100 con consideración. Si estos conceptos los trasladamos a la infancia, nos dan unos porcentajes del 49, el 28 y el 15 por 100, respectivamente.

El 61 por 100 de la población considera que las personas mayores no ocupan el puesto que les corresponde en la sociedad y son precisamente los más jóvenes los más críticos, puesto que mientras que sólo el 24 por 100 de los del intervalo de edad de 18 a 24 años considera que la sociedad trata bien a los ancianos, es el 41 por 100 de los mayores de 65 años los que participan de esta opinión.

Cabe, pues, concluir que aunque el "senilismo" todavía afecta a nuestro trato con las personas mayores, actualmente asistimos al desarrollo de concepciones más positivas sobre la vejez. Las razones que han contribuido a esta imagen más positiva son por un lado, el avance de la ciencia y tecnología que retrasa las consecuencias del envejecimiento, y por otro que vivimos en un mundo en el que aceptamos la diversidad y las diferencias individuales. Señalar además el interés de los mayores por mejorar continuamente su imagen, posición e influencia en la sociedad. En la consecución de este objetivo juegan los medios de comunicación social un papel fundamental.

OPINIÓN Y OPINIÓN PÚBLICA EN RELACIÓN CON LAS PERSONAS MAYORES

En la sociedad contemporánea, espacio único donde se representa el "teatro de la vida", se exponen continuamente las diversas expresiones, surgidas del espíritu humano que las habita. Esta representación nos brinda imágenes que luego se traducen en pensamientos o descripciones de diversas situaciones que no dejan de dibujarnos o fotografiarnos la sociedad actual. Mediante los medios de comunicación de masas y la creación de la opinión pública estas "representaciones vitales" van conformando la situación, el espacio o el escenario que nos toca o nos ha tocado vivir. La opinión pública es un término de un uso absolutamente cotidiano. El significado del concepto todo el mundo lo conoce y se podría explicar; en la calle, en los medios de comunicación, en la política... la opinión pública protagoniza conversaciones, justificaciones, noticias y argumentos.

Muchos autores han tenido durante años este concepto de opinión pública como eje principal de sus estudios, dado el poder e interés que despertaba el poder controlar y definirlo. Encontramos también por otro lado una doble interpretación en relación a lo que la opinión pública significa o representa. Por un lado opinión pública como un elemento racional de nuestras sociedades; y por el otro, como un elemento de control social. Cuando se trata de clasificar los tipos de la opinión pública, tenemos que sopesar todos los marcos teóricos.

Tönnies distinguió entre opinión pública como una expresión de la racionalidad del hombre y como una expresión de la voluntad común. Sauvy habla de cuatro tipos de opinión: la opinión claramente expresada, la opinión real, el sufragio universal (no obligatorio) y el referéndum (obligatorio). De éstos solo los dos primeros tendrían carácter de opinión pública. Para Bauer cabe diferenciar la opinión pública estática y la dinámica. La primera sería más irracional (relacionada con tradiciones y valores culturales), al contrario de la segunda, más cambiante por las modas y más racional. Sproot explica tres tipos de opinión en relación a las tres maneras de entender el "público"; serían: la opinión pública general o corriente de la opinión dominante, la opinión pública parcial (públicos con diferentes posiciones sobre un tema de interés general) y por último, las opiniones de grupo, tan numerosas como grupos existen. La opinión pública correspondería a la segunda.

La opinión pública ha de hacer frente a problemas de dimensiones globales y se supone que interviene en la formación de opinión en los diferentes ámbitos, como el área del comercio internacional, las guerras, cuestiones del Estado, la sociedad o el ámbito local. Cada persona no puede conocer todo aquello que le interesa y depende de las fuentes secundarias o indirectas de la información y la interpretación. Así, nuestros datos, y por tanto deducciones, son modificados por quienes nos los proporcionan en los medios de comunicación.

PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE LA REALIDAD

Los mass-media son dispositivos técnico-organizativos que permiten la transmisión de mensajes significativos simultáneamente para una gran cantidad de personas desconocidas que los utilizan. El carácter institucional de los emisores convierte a los medios de comunicación en instrumentos de regulación social. La posesión y planificación del uso de los mismos pasa a convertirse en una cuestión política en la aceptación extensa del término. El público esta formado por todas aquellas personas que reciben información, ya sea por la prensa, por los libros, por la radio, la televisión, el cine o vía internet.

La prensa crea y desarrolla los comentarios de opinión y las noticias; lo cual no quiere decir que anteriormente no existiesen las opiniones que emitían las personas de forma privada o pública, pero la prensa va a convertir estos hechos y evidencias ocurridas en noticias ya que éstos van a dar un formato y una elaboración técnica que permita al público lector reconocer un género periodístico.

Asumiendo las transformaciones que los medios realizan de la realidad, hemos de tener en cuenta que el profesional de la información elabora unas noticias en función de las expectativas que tiene su público. De esta manera los medios de comunicación se han de ajustar a lo que las personas esperan. Son elementos ideológicos, culturales, maneras de ver el mundo y la vida, etc. Estas expectativas constituyen los contextos donde las noticias toman su significado definitivo. Las personas están en posesión de los conocimientos y actitudes previas que harán que la nueva información se acoja de manera crítica y que se descarte aquella que no va en la línea de sus pensamientos y / o opiniones. De esta manera los medios y el público se influyen mutuamente y se crea un equilibrio que podría romperse muy fácilmente. Si el medio se adapta al público, a la masa, y no le proporciona lo que el quiere, podría caer en el sensacionalismo. Si el medio se muestra a la masa objetivo puede atraer la atención del público mayoritario.

Por otro lado, es importante tener en cuenta que los diversos medios de comunicación están sometidos a presiones externas de grupos de interés especial. Éstos intentan influir en los medios de comunicación de masas, intentando dirigir la opinión pública, ya que la comunicación social es uno de los elementos constitutivos de la sociedad.

Aquello que aparezca en un medio de comunicación, formará parte del concepto que nuestra sociedad tenga sobre ese aspecto. El tratamiento que se le dé en ese medio de comunicación será el que hará que la población manifieste el interés hacia determinados colectivos o los estereotipo como ocurre en el caso de las personas mayores.

OPINIÓN PÚBLICA COMO CONTROL SOCIAL

Existe una capacidad humana que permite a las personas intuir de una manera muy precisa la frecuencia de las opiniones que se producen en su sociedad y advertir los cambios en las mismas. Es interesante ver como aquellos cambios de opinión no se dan simultáneamente en todos los grupos poblacionales, sino que se producen en un breve intervalo de tiempo. Un individuo no puede saber lo que piensa la totalidad de la población, pero con la información que dan los medios se puede hacer una idea de como piensan los demás acerca de un determinado aspecto de la realidad social que le toca vivir, este reconocimiento de la opinión de los demás se hace mediante la formación, y el cambio en la opinión pública. Esa formación y ese cambio, se produce en un intervalo de tiempo relativamente breve, gracias a la ayuda de los medios de comunicación que, dados los avances tecnológicos producen un control sobre las opiniones casi diario.

De esta manera es lícito pensar que las personas actúan en público en función de lo que opinan los demás. Es más podríamos aventurarnos a decir que las personas actuarían de tal o cual manera en función de lo que ellos creen que piensan los demás, en función de los cánones que dictan la "mayoría". Podríamos considerar a los medios de comunicación de masas (ahí también incluimos los sondeos de opinión) como órganos sensoriales y estadísticos que conectan a las personas con la colectividad, y estos "órganos" son compartidos por los miembros de una sociedad. Aunque todo esto no quiere decir que todos los miembros compartan las mismas opiniones sobre algún tema, sino que todos los individuos pueden intuir cuales son las opiniones y / o actitudes que serán aprobadas o reprobadas por la gran mayoría, como cambian, evolucionan o se convierten, las posibles consecuencias que pueden tener, es decir todo aquello que les pueda evitar estar alejados de lo que piensa la mayoría.

INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS

En las sociedades actuales es cada vez mayor la importancia de los medios de comunicación y en particular de la televisión. Esta influye sobre la forma de actuar o de pensar de las personas, logra modificar la forma en que los seres humanos conocen y comprenden la realidad que los rodea. Sería una acción absurda el no creer en absoluto en la realidad que nos presentan los medios tan simple y tan sencillo porque no podemos estar en la escena de la noticia, o del suceso personalmente. Es de allí que nace la oportunidad de recibir a través de los medios, "medias verdades". Y con medias verdades cabe decir que a que todos los medios tienen, directa o indirectamente, secreta o abiertamente, clara o ofuscadamente, una tendencia a favorecer y defender una posición ya sea política, filosófica u institucional. Esta es una característica de las sociedades con valores posmodernos, que tiende a aferrarse a valores transitorios, débiles y superficiales.

La prensa periódica es el medio más representativo de los antiguos. Las repercusiones políticas que se le atribuyen llevaron en algún momento a acuñar la expresión "cuarto poder", para referirse a su capacidad de incidir en la opinión pública y en última instancia, en las sociedades democráticas, sobre los votantes.

El periódico comparte con la radio y la televisión la mediación entre el conocimiento de la realidad y los sujetos. La mayoría de los acontecimientos son conocidos por los lectores a través del periódico. La realidad es dada a conocer parcializada en noticia. Esta es la materia prima fundamental con la que trabaja la prensa periodística. El producto que elabora, el periódico, es una relación de noticias bastante extensa que se facilita diariamente gracias a todo el dispositivo técnico-organizativo

del que se dispone. Uno de los hechos más importantes e influyentes de la historia de la humanidad en los últimos siglos ha sido el desarrollo técnico. Ese desarrollo ha abarcado todos los órdenes: la producción, la vivienda, la manera de viajar, la vida rural y urbana, la forma de hacer la guerra, la ingeniería, etc. Uno de los aspectos de ese proceso ha sido el progreso de los medios de comunicación.

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

A partir de los inicios de siglo XX, los periódicos, revistas y libros leídos en el mundo produjeron cambios en el modo de actuar y sentir de los hombres. La eficacia de la letra impresa fue contundente, y la demostró sin rival hasta la aparición de otros medios masivos de comunicación que compitieron en la información.

LA IMAGEN VISUAL

La imagen, hoy constituye un elemento más determinante de las características de nuestro ámbito de vida. Cantidad de mensajes nos son transmitidos a través de los medios de comunicación de masas, que utilizan fundamentalmente la imagen.

Según estudios realizados por la UNESCO, mientras que a través del oído se percibe un 20 por 100 de comunicaciones y a través de la vista un 30 por 100, cuando se da la combinación de ambos sentidos el porcentaje de eficacia en el aprender se eleva en el 50 por 100.

Se dice que la TV constituye una ventana abierta al mundo, cuya realidad podemos contemplar desde la comodidad de nuestros hogares. Frente a esta afirmación hay que tener en cuenta que:

- Lo que vemos en TV no es lo que sucede en la realidad sino en la imagen de dicha realidad.
- Estas imágenes nos vienen dadas por quienes han realizado el mensaje. No vemos lo que nosotros elegimos, sino lo que otros eligen para que veamos. En la relación directa con la realidad hay un conocimiento directo. Cuando interviene la TV hay como un muro que se interpone entre conocedor y realidad. Lo que se llega a conocer es la imagen. En el conocimiento por experiencia, un mismo hecho lo conoce cada persona de manera diferente según sus características personales.

En cualquier caso, y en relación con la influencia de las imágenes que se transmiten a través de los diferentes medios de comunicación social y que pueden influir en la conformación de la opinión y en la inducción al consumismo, dado el cada vez mayor potencial sector objeto de consumo como es el de la población anciana, es menester tener presente lo que es y representa la publicidad y las diferentes técnicas empleadas en la misma. La publicidad es más una actividad que caracteriza intencionalmente el mensaje que se elabora, buscando el cambio de actitudes, rasgos cognitivos y comportamiento de los destinatarios, utilizando para ello diversos soportes tecnológicos. Hay personas mayores que se encuentran desprotegidas ante estas técnicas; por eso es fundamental una educación para el consumo y en el empleo de los medios audiovisuales.

EL ESPECTÁCULO DE LA VEJEZ

La crisis del Estado del Bienestar, la no satisfacción de las necesidades de la población, los mercados financieros, la globalización, el fin del estado keynesiano, las políticas económicas, ...van perfilando el *decorado* de nuestra representación. Dentro de este marco desgarrador, fatídico, lúdico y pocas veces mágico, la vejez emerge como un resabio de un pasado opulento en decadencia. Simone de Beauvoir (1970) describe esta idea de la siguiente manera:

- “Ante la imagen que los viejos nos proponen de nuestro futuro, somos incrédulos; una voz en nosotros murmura absurdamente que no nos ocurrirá. Antes de que nos caiga encima, la vejez es algo que solo concierne a los demás. Así se puede comprender que la sociedad logre disuadirnos de ver en los viejos a nuestros semejantes”.
- “La sociedad impone a la inmensa mayoría de los ancianos un nivel de vida tan miserable que la expresión “viejo y pobre” constituye un pleonismo; a la inversa, la mayoría de los indigentes son viejos”.
- “Los que denuncian nuestro sistema mutilante deberían poner de relieve este escándalo. Concentrando los esfuerzos en la suerte de los mas desheredados se consigue conmovir a una sociedad”.

La representación cotidiana del espectáculo de la vejez dentro de los medios masivos de comunicación actual imprime una imagen desgarradora y en ella se reflejan miles de otras imágenes, en el espejo de las pantallas de los televisores, e Internet, o de las portadas de los periódicos, siendo éstos meros flashes del horror que contienen.

La sociedad como espectadora, espera apasionada ese y otros tantos actos de no solidaridad, que pasan a ser aceptados cotidianamente. Un mundo consciente de las imágenes y de los efectos que con ellas se generan, esperando ser deslumbrado cada día con algo nuevo, algo lejano, cercano, ajeno o conocido, especialmente que movilice el diálogo entre espectáculo y espectador, de la realidad cotidiana.

Según Guy Debord (1995) "el espectáculo es el advenimiento de una nueva modalidad de disponer de lo verosímil y de lo incorrecto mediante la imposición de una representación del mundo de índole tecnoestética. Prescribiendo lo permitido y desestimando lo posible, la sociedad espectacular regula la circulación social del cuerpo y de las ideas. El espectáculo, si se buscan sus raíces, nace con la modernidad urbana, con la necesidad de brindar unidad e identidad a las masas a través de la imposición de modelos culturales y funcionales a escala total".

El espectáculo de nuestros viejos reiteradamente representado en las calles de nuestras ciudades, impone un pensamiento ajustado al "espectáculo obligatorio y monopolio visual", los cuales representan una metáfora desesperada de la realidad contemporánea de nuestros mayores, donde víctimas y verdugos se confunden, imprimiendo a su paso lento, la paradoja de salir de la invisibilidad de los gobernantes y de la sociedad toda, haciendo que el campo visual que dominan con sus gritos y gestos, se convierta en un a pantalla inmensa, donde se proyectan sus deseos inalcanzables. La sociedad mediática contemporánea, ciberespacial, maneja su información restringida por las redes informáticas y sus terminales de ordenador: "El espectáculo no es un conjunto de imágenes, sino una relación social entre personas, mediatizada a través de imágenes". " El espectáculo se presenta al mismo tiempo como la sociedad misma, como una parte de esta y como instrumento de unificación. En tanto parte de la sociedad, es expresamente el sector que concentra todas las miradas y todas las conciencias".

En 1970 Simone de Beauvoir escribía "Todo el mundo lo sabe: la condición de los viejos es hoy escandalosa. Antes de examinarla en detalle hay que tratar de comprender por que razón la sociedad se desentende tan fácilmente de ella. De una manera general cierra los ojos a los abusos, los escándalos, los dramas que no conmueven su equilibrio; no se preocupa mas de la suerte de los niños abandonados, de los jóvenes delincuentes, de los disminuidos, que de los viejos. Pero en este caso la indiferencia resulta aun más asombrosa; cada miembro de la colectividad debería saber que su porvenir esta comprometido...La clase dominante es la que impone a las personas de edad su estatuto, pero el conjunto de la población activa es su cómplice...Una sociedad de una totalidad destotalizada".

El envejecimiento mundial es hoy en día uno de los factores más importantes para tener en cuenta. Sociedades enteras van camino a tener mayor cantidad de viejos que de jóvenes, en edad activa de producir. Mientras tanto, las nuevas tecnologías y los avances de la ciencia hacen crecer la expectativa de vida de la población mundial, asegurándonos un futuro prometedor de años por vivir.

Pero resulta dificultoso pensar en la relación calidad/prolongación de la vida y en que condiciones económicas y sociales, y si lo es, es muy diversa entre ciudades, países o regiones del planeta.

Friedrich Nietzsche (1889) se preguntaba en su ensayo *Así habló Zaratustra* "¿Para qué vivir? (...) vivir es quemarse a sí mismo (...) ¡Ninguno de vosotros quiere embarcarse en la barca de la muerte!". Sus preguntas responden en cierta medida a la disyuntiva planteada entre la prolongación de la vida y la calidad de la misma; por una lado toda la sociedad aboga por ambas cuestiones, pero los avances giran hacia una sola dirección, la de la prolongación, mientras que trabajar por la calidad de la misma se hace más tedioso, acordándonos de nuestros mayores, en algunos casos, cuando la máquina electoral se pone en marcha.

Esta misma disyuntiva queda desdibujada en la opinión pública dados los mensajes que recibimos, sobre todo los publicitarios, que nos fotografían las ganas de vivir, la calidad de vida, y el dinamismo, etc. de nuestros mayores, ridiculizándolos en algún momento haciéndoles vivir situaciones irreales propias de otras etapas de la vida, ocultándonos su propia realidad, o acordándose de ella sólo cuando "necesitan concienciar", "denunciar" o lamentablemente "vender un hecho".

En 1969 Adolfo Bioy Casares escribió en su libro *Diario de la Guerra del Cerdo* una realidad imaginada y alarmante de una sociedad que se enfrentaba a la vejez desde el temor de verse reflejada en ella, despreciándola y eliminándola serialmente, donde se podían leer párrafos como los siguientes:

- "El hombre astuto despliega a tiempo su estrategia contra la vejez. Si piensa en ella se entristece, pierde el ánimo, se le nota, dicen los demás que se entrega de antemano. Si la olvida, le recuerdan que para cada cosa hay un tiempo y lo llaman viejo ridículo. Contra la vejez no hay estrategia".
- "Lo que me fastidia en esta guerra al cerdo - se irrita porque sin querer llamo así a la persecución de los viejos- es el endiosamiento de la juventud...".
- "Contra los viejos -dijo- hay argumentos valederos...La culpa directa recae en los médicos. Nos han llenado de viejos, sin alargar un día la vida humana".

- “Es verdad: se limitaron a llenar el mundo de viejos prácticamente inservibles”.
- “La juventud es presa de desesperación -repetió Faber -”
- “En un futuro próximo, si el régimen democrático se mantiene, el hombre viejo es el amo. Por simple matemática, entiéndanme. Mayoría de votos. ¿Qué nos enseña la estadística, vamos a ver? Que la muerte hoy no llega a los cincuenta sino a los ochenta años, y que mañana vendrá a los cien. Perfectamente. Por un esfuerzo de la imaginación ustedes dos conciban el número de viejos que de este modo se acumulan y el peso muerto de su opinión en el manejo de la cosa pública. Se acabó la dictadura del proletariado, para dar paso a la dictadura de los viejos.”
- “Hay un nuevo hecho irrefutable: la identificación de los jóvenes con los viejos. A través de esta guerra entendieron de una manera íntima, dolorosa, que todo viejo es el futuro de algún joven. ¡ De ellos mismos también! Otro hecho curioso: invariablemente el joven elabora la siguiente fantasía; matar a un viejo equivale a suicidarse.”

Este libro reflejaba una lucha generacional que parece no tener fin. Se refleja proyectándose en infinitas situaciones cotidianas de violencia y discriminación contra nuestros mayores. Formando parte de la producción del espectáculo social, aparecen los signos, elementos que constituyen un mismo lenguaje, donde la práctica social presenta al espectáculo como autónomo, aparente; donde se separan realidad e imagen. Dentro del mundo real donde se desarrolla el espectáculo de la vejez, se entrecruzan situaciones y conflictos que pertenecen a la entraña misma del deber ser como jóvenes y ciudadanos a la vez. El pasado pertenece a eso, al pasado, y con ello, los viejos, sus prédicas y sus necesidades, difíciles de entender desde el vértigo de nuestra vida contemporánea.

Efectivamente, la dimensión en la que vive el anciano es el pasado y en el camino de la vida va dejando todo lo que es suyo, todo lo que le pertenece. Norberto Bobbio (1997), a sus ochenta y siete años nos recordaba que “el mundo de los viejos, de todos los viejos, es, de forma más o menos intensa, el mundo de la memoria. Se dice: al final eres lo que has pensado, amado, realizado. Yo añadiría: eres lo que recuerdas. Una riqueza tuya, amen de los afectos que has alimentado, son los pensamientos que pensaste, las acciones que realizaste, los recuerdos que conservaste y no has dejado borrarse, y cuyo único custodio eres tú. Que te sea permitido vivir hasta que los recuerdos te abandonen y tú puedas a tu vez abandonarte a ellos”.

Nuestros viejos aparecen con carácter de espectadores dentro de esa representación espectacular ostentosa y aparatosa de la vida cotidiana. Así, en los últimos años los ancianos aparecen como las *vedettes* de un espectáculo, incorporándoles en un rol que posiblemente crean que puedan desempeñar. La toma de conciencia de los países desarrollados sobre el problema del envejecimiento hace surgir nuevas imágenes y propósitos para seguir configurando capítulos impensables dentro de esta obra teatral: Años Internacionales, más presencia en la sociedad de consumo como prescriptores, foros, reuniones, etc. que en muchos casos no dejan de ser meras representaciones. Por otro lado, dentro de la sociedad, el Estado debe garantizar a sus ciudadanos unos niveles mínimos de bienestar social por medio del intervencionismo y una política fiscal distributiva.

Con mayor frecuencia de la que sería de desear, existe una violencia generacional con los viejos desde los medios, desde lo económico, lo educacional, lo social, lo propiamente generacional y contemporáneo. El atentado silencioso hace creer que los viejos no tienen ni pasado, ni futuro; que su voz se desprende desde un "no lugar", desde un espacio de anonimato, -como bien apunta Marc Augé (1994)-, sin representación de la realidad que se vive y que se sufre. La sociedad mediática olvida todas las obligaciones hacia sus viejos. Ya no son ellos los actores que cuentan el pasado a las futuras generaciones. Son las imágenes conceptualmente previstas de antemano, las que educan y dan referencias de un pasado fragmentado y tendencioso.

Lo viejo es acompañado por una gran falta de cultura mediática e inestabilidad emocional para enfrentarse a los sistemas actuales de comunicación como el Internet. Esta ignorancia separa cada vez más a las generaciones y no tiende puentes reconocibles entre ellos. De ahí la importancia y la necesidad de la creación y aprovechamiento de actividades tales como las Universidades Activas para Mayores, las Aulas de la Tercera Edad, los Centros de Mayores o la experiencia del IV Ciclo, en donde entre otras materias, y en diferentes niveles, se introduce a los mayores en el conocimiento y empleo de la informática y de los medios actuales de comunicación de masas. Así ellos también pueden hacer su aportación, tanto personal como colectiva a fin de crear, modificar y propiciar una imagen social de la vejez, real, adecuada, sin manipulaciones, tergiversaciones, prejuicios o estereotipos en las imágenes asociadas a este sector de la población, a esta etapa de la vida.

REFERENCIAS

Adroher, S.: *Mayores y Familia*. Universidad P. Comillas - Mº Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid, 2000.

- Augé, M.: *Los no lugares. Una antropología de la sobremodernidad*. GEDISA, Barcelona, 1994.
- Bazo-Royo M^ªT.: *Envejecimiento y sociedad: Una perspectiva internacional*. Ed. Médica Panamericana. Madrid 1998.
- Beauvoir, S.: *La vejez*. Editorial Sudamericana, Buenos Aires, 1970
- Belsky, J.K.: *Psicología del envejecimiento*. Edit. Masson. Barcelona, 1996.
- Bobbio, N.: *De senectute*. Ed. Taurus, Madrid 1997
- Debord, G.: *La sociedad del espectáculo*. Biblioteca de la Mirada- Editorial La Marca, Buenos Aires, agosto de 1995. Buchet-Chastel, Paris, 1967.
- Hernández Rodríguez, G.: "Sociología de la Vejez". En Millán Calenti, J.C. (comp) *Principios de Geriátría y Gerontología*. Ed. McGraw-Hill Interamericana de España, S.A.U, págs. 43-112, Madrid 2006.
- Lehr, U.: *Psicología de la senectud*. Edit. Herder. Barcelona 1.990.
- Mayán-Santos, J.M. (comp.): *Gerontología Social*. Seg. Compostela. 2000.
- McQuail, D.: *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Paidós, Barcelona 1983.
- Millán Calenti, J.C. (comp): *Principios de Geriátría y Gerontología*. Ed. McGraw-Hill Interamericana de España, S.A.U, págs. 43-112, Madrid 2006.
- Millán-Calenti, J.C. (comp.): *Los mayores e Internet*. Instituto Gallego de Iniciativas Sociales y Sanitarias. A Coruña, 2002.
- Millán-Calenti, J.C. et al. "Los mayores y las nuevas tecnologías". *Revista Multidisciplinar de Gerontología*. 2003; 13 (1) 37-42.
- Monzón, C.: *La opinión pública. Teorías, concepto y métodos*. Tecnos, Madrid 1987.
- Moragas-Moragas, R.: *Gerontología social*. Edit. Herder. Barcelona 1.991.
- Muñoz, A., Monzón, C., Rospir, J.I. et Dader, J.L.: *Opinión pública y comunicación política*. EUEMA, S.A, Madrid 1990.
- Nietzsche, F.: *Así hablo Zarathustra*. Ediciones B. Barcelona, 1989.
- Ortega y Gasset, J.: *Ideas y Creencias*. Revista de Occidente. Madrid, 1965.
- Riley, N.W.: *Forward, en Methodological issues in aging research*. Schaine KW, Campbell R.T. (eds.) Springer Publishers, Nueva York, 1988.

•

Gerardo Hernández Rodríguez es Doctor en Ciencias Políticas y Sociología por la Universidad Complutense de Madrid y Profesor Titular de la Universidad de A Coruña en las Facultades de Sociología, Ciencias de la Educación y Ciencias de la Salud. Especialista en temas relacionados con la familia y la ancianidad, ha publicado diferentes obras individuales o colectivas, así como más de cien artículos en diversas revistas y participado con ponencias y comunicaciones en distintos congresos nacionales e internacionales, entre ellos en la II Asamblea Mundial sobre el Envejecimiento. E-mail: gerardo@udc.es